

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH

HỨA TÂN HÙNG

QUAN HỆ LỢI ÍCH TRONG PHÁT TRIỂN
DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH LÀO CAI

LUẬN ÁN TIẾN SĨ
NGÀNH: KINH TẾ CHÍNH TRỊ

HÀ NỘI - 2025

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH

HỨA TÂN HÙNG

**QUAN HỆ LỢI ÍCH TRONG PHÁT TRIỂN
DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH LÀO CAI**

**LUẬN ÁN TIẾN SĨ
NGÀNH: KINH TẾ CHÍNH TRỊ**

Mã số: 931 01 02



**Người hướng dẫn khoa học: 1. PGS.TS HOÀNG VĂN HOAN
2. TS. HOÀNG NGỌC HẢI**



HÀ NỘI - 2025

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các số liệu, kết quả nêu trong luận án là trung thực, có nguồn gốc rõ ràng và được trích dẫn đầy đủ theo quy định.

Tác giả

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Hứa Tân Hưng', is written over a horizontal line.

Hứa Tân Hưng

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU.....	7
Chương 1. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN QUAN HỆ LỢI ÍCH TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG.....	9
1.1. Các công trình khoa học nghiên cứu liên quan đến đề tài.....	9
1.2. Khái quát kết quả các công trình nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án và những vấn đề luận án tập trung nghiên cứu.....	23
Chương 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ QUAN HỆ LỢI ÍCH TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG	28
2.1. Khái niệm, đặc điểm và vai trò của quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng	28
2.2. Nội dung, nguyên tắc, tiêu chí đánh giá và các yếu tố ảnh hưởng đến quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng	44
2.3. Kinh nghiệm ở một số địa phương trong nước về bảo đảm quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng và bài học rút ra	61
Chương 3. THỰC TRẠNG QUAN HỆ LỢI ÍCH TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH LÀO CAI.....	72
3.1. Tình hình phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai và vai trò các bên liên quan.....	72
3.2. Thực trạng quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai.....	82
3.3. Đánh giá chung về thực trạng quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai.....	126
Chương 4. QUAN ĐIỂM VÀ GIẢI PHÁP BẢO ĐẢM HÀI HÒA LỢI ÍCH TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH LÀO CAI ĐẾN NĂM 2030 VÀ TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2035	138
4.1. Bối cảnh và mục tiêu, nhiệm vụ phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai đến năm 2030 và tầm nhìn 2035	138
4.2. Quan điểm bảo đảm hài hoà quan hệ lợi ích phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai.....	145
4.3. Giải pháp bảo đảm hài hoà quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai.....	148
4.4. Kiến nghị.....	178
KẾT LUẬN	184
DANH MỤC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU CỦA TÁC GIẢ ĐÃ CÔNG BỐ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU LUẬN ÁN	186
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	187
PHỤ LỤC.....	195

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

Chữ viết tắt	Diễn giải
APEC	Diễn đàn Hợp tác Kinh tế châu Á - Thái Bình Dương
ĐTB	Điểm trung bình
GDP	Tổng sản phẩm quốc nội
SDG	Mục tiêu phát triển bền vững
SPSS	Phần mềm phân tích thống kê xã hội
UNESCO	Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa của Liên Hợp Quốc
UBND	Ủy ban nhân dân

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1: Bảng chỉ tiêu đánh giá quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng ...	51
Bảng 3.1: Một số chỉ tiêu về du lịch cộng đồng tỉnh Lào Cai giai đoạn 2019-2024.....	76
Bảng 3.2: Chỉ tiêu đánh giá quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng tại Lào Cai, giai đoạn 2019-2024.....	127
Bảng 4.1: Ma trận SWOT phát triển du lịch cộng đồng tỉnh Lào Cai	142
Bảng 4.2: Tổng hợp mục tiêu phát triển du lịch cộng đồng tỉnh Lào Cai đến năm 2030	144

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 3.1: Lượt khách du lịch cộng đồng tại Lào Cai (2019-2024).....	77
Biểu đồ 3.2: Tổng doanh thu từ du lịch cộng đồng tại Lào Cai (2019-2024).....	78
Biểu đồ 3.3: Mức độ xung đột lợi ích giữa chính quyền và cộng đồng.....	87
Biểu đồ 3.4: Mức độ xung đột lợi ích giữa chính quyền và doanh nghiệp.....	95
Biểu đồ 3.5: Mức độ xung đột lợi ích giữa chính quyền và khách du lịch.....	102
Biểu đồ 3.6: Mức độ xung đột lợi ích giữa cộng đồng và khách du lịch.....	109
Biểu đồ 3.7: Mức độ xung đột lợi ích giữa doanh nghiệp và khách du lịch.....	116
Biểu đồ 3.8: Mức độ xung đột lợi ích giữa doanh nghiệp và cộng đồng.....	124

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong những năm gần đây, phát triển du lịch cộng đồng đã trở thành một xu hướng được nhiều quốc gia trên thế giới lựa chọn nhằm hướng tới mục tiêu phát triển bền vững. Không chỉ đóng vai trò là động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế tại các địa phương, du lịch cộng đồng còn góp phần quan trọng trong việc bảo tồn và phát triển những giá trị văn hóa truyền thống, bảo vệ tài nguyên thiên nhiên, giữ gìn môi trường sinh thái. Trong du lịch cộng đồng, cộng đồng địa phương giữ vai trò quan trọng, chủ động tham gia tổ chức, quản lý và khai thác các hoạt động du lịch, đồng thời trực tiếp nhận được những lợi ích kinh tế, văn hóa, xã hội từ quá trình này. Với nhiều cách làm sáng tạo, hình thức du lịch này đã tạo ra những sản phẩm du lịch độc đáo, hấp dẫn, góp phần thu hút sự quan tâm của du khách, quảng bá rộng rãi hình ảnh địa phương.

Nhiều công trình nghiên cứu cả trong nước và quốc tế thời gian qua đã khẳng định, để phát triển du lịch cộng đồng một cách hiệu quả và bền vững thì điều kiện tiên quyết là sự phối hợp chặt chẽ, hài hòa giữa tất cả các bên liên quan cùng chia sẻ lợi ích và trách nhiệm trong quá trình triển khai. Tuy nhiên, mối quan hệ hợp tác giữa các bên vẫn thường gặp phải không ít trở ngại, khó khăn do sự khác biệt về quan điểm, phương thức tiếp cận vấn đề, nhận thức về lợi ích, đôi khi còn xuất hiện những xung đột hoặc mâu thuẫn về mục tiêu và kỳ vọng trong quá trình phối hợp triển khai các hoạt động du lịch cộng đồng. Những nghiên cứu về quan hệ lợi ích kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng hiện nay cũng chưa được quan tâm đúng mức.

Tại Việt Nam, du lịch cộng đồng ngày càng được quan tâm, đặc biệt ở các tỉnh miền núi phía Bắc, nơi sở hữu tài nguyên thiên nhiên phong phú cùng các nền văn hóa truyền thống độc đáo, đa dạng. Lào Cai, với lợi thế về cảnh quan thiên nhiên hùng vĩ, bản sắc dân tộc độc đáo đang trở thành một trong những địa phương đi đầu trong phát triển du lịch cộng đồng.

Lào Cai là tỉnh vùng cao biên giới nằm phía Tây Bắc của Việt Nam cách Hà Nội khoảng 300km, giáp với các tỉnh Hà Giang, Lai Châu và Yên Bái; là trung tâm

của 6 tỉnh biên giới (bao gồm cả Điện Biên), kết nối thành hệ thống 8 tỉnh Tây Bắc mở rộng (cùng với Hòa Bình và Phú Thọ). Việc sở hữu nguồn tài nguyên du lịch đa dạng, đặc sắc cả về tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn. Việc sở hữu nguồn tài nguyên phong phú, đa dạng cả về cảnh quan thiên nhiên và giá trị văn hóa nhân văn đặc sắc là nền tảng thuận lợi giúp Lào Cai có thể phát huy và phát triển mạnh mẽ, hiệu quả mô hình du lịch cộng đồng, trở thành điểm đến hấp dẫn thu hút đông đảo du khách trong nước và quốc tế. Về tự nhiên, Lào Cai có tiềm năng phong phú có thể phát triển nhiều loại hình đặc biệt là du lịch sinh thái, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch mạo hiểm (leo núi, thám hiểm hang động) với tài nguyên rừng, khí hậu, sông suối, đồi núi và cao nguyên. Về nhân văn, Lào Cai là nơi hấp dẫn du khách đến với văn hoá các dân tộc thiểu số miền núi phía Bắc, tìm hiểu lịch sử phát triển của dân tộc Việt Nam.

Trong những năm gần đây, du lịch cộng đồng tại Lào Cai đã có sự phát triển mạnh mẽ. Nhiều mô hình du lịch cộng đồng đã hình thành ở nhiều địa phương trong tỉnh đã phát huy hiệu quả, trở thành điểm đến thu hút sự quan tâm của du khách. Hoạt động du lịch cộng đồng tại Lào Cai đã mang lại những thay đổi tích cực và rõ nét trong đời sống kinh tế của người dân địa phương. Tuy nhiên, trong quá trình phát triển mô hình này, mối quan hệ lợi ích giữa các bên liên quan như chính quyền địa phương, cộng đồng và doanh nghiệp du lịch vẫn chưa thực sự được hài hòa và bền vững.

Một trong những vấn đề nổi bật trong phát triển du lịch cộng đồng tại Lào Cai là mối quan hệ lợi ích giữa các chủ thể tham gia, đặc biệt là mối quan hệ giữa chính quyền địa phương và cộng đồng địa phương. Mặc dù chính quyền địa phương có vai trò quan trọng trong việc tạo ra các chính sách phát triển và quản lý du lịch, nhưng trong thực tế, cộng đồng địa phương vẫn chưa nhận thức đầy đủ về lợi ích từ du lịch và chưa tham gia tích cực vào quá trình hoạch định chính sách. Điều này dẫn đến sự thiếu đồng thuận trong việc triển khai các dự án du lịch cộng đồng, từ đó gây khó khăn cho việc duy trì sự bền vững của mô hình du lịch này.

Mối quan hệ lợi ích giữa chính quyền địa phương và doanh nghiệp cũng là một yếu tố cần được chú trọng. Chính quyền chưa thể hoàn toàn bảo vệ lợi ích của

cộng đồng khi triển khai các dự án có sự tham gia của doanh nghiệp lớn. Sự thiếu kiểm soát trong việc phối hợp giữa doanh nghiệp và chính quyền địa phương đôi khi dẫn đến việc doanh nghiệp tập trung vào lợi nhuận ngắn hạn mà bỏ qua yếu tố phát triển bền vững, đồng thời không đảm bảo được sự phân chia lợi ích hợp lý cho cộng đồng địa phương. Tình trạng này tạo ra sự bất bình đẳng và gây ra những mâu thuẫn trong quá trình triển khai du lịch cộng đồng.

Mối quan hệ lợi ích giữa doanh nghiệp và cộng đồng địa phương cũng gặp phải những vấn đề tương tự. Các doanh nghiệp du lịch thường coi trọng lợi nhuận mà ít chú trọng đến việc duy trì bản sắc văn hóa và bảo vệ môi trường. Cộng đồng địa phương, do thiếu sự chủ động và nhận thức đầy đủ, đôi khi không thể đàm phán để đảm bảo quyền lợi của mình trong các thỏa thuận với doanh nghiệp, dẫn đến việc họ không nhận được lợi ích xứng đáng từ du lịch cộng đồng.

Quan hệ lợi ích giữa cộng đồng địa phương và khách du lịch cũng có nhiều vấn đề cần được giải quyết. Mặc dù cộng đồng địa phương nhận được lợi ích từ du lịch, nhưng mức độ hài lòng của khách du lịch lại phụ thuộc vào chất lượng các dịch vụ do cộng đồng cung cấp. Trong khi đó, cộng đồng địa phương vẫn thiếu kỹ năng và năng lực trong việc cung cấp các dịch vụ chuyên nghiệp, dẫn đến việc không thể đáp ứng được kỳ vọng của khách du lịch, gây ảnh hưởng đến trải nghiệm của họ và làm giảm tính hấp dẫn của điểm đến.

Mối quan hệ lợi ích giữa doanh nghiệp và khách du lịch cũng bộc lộ nhiều bất cập. Các doanh nghiệp đôi khi chỉ tập trung vào việc tối đa hóa lợi nhuận mà không chú trọng đến chất lượng dịch vụ, dẫn đến việc khách du lịch không hài lòng với trải nghiệm của mình. Sự thiếu chuyên nghiệp trong việc cung cấp dịch vụ du lịch có thể làm giảm sự quay lại của khách du lịch, ảnh hưởng đến sự phát triển bền vững của du lịch cộng đồng tại Lào Cai.

Quan hệ lợi ích giữa chính quyền địa phương và khách du lịch là một yếu tố cần được xem xét kỹ lưỡng. Chính quyền địa phương đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng môi trường du lịch an toàn, bảo vệ tài nguyên thiên nhiên và đảm bảo chất lượng dịch vụ. Tuy nhiên, công tác quản lý vẫn gặp phải những khó khăn trong việc kiểm soát tình trạng quá tải du khách và bảo vệ môi trường, điều này ảnh

hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch và lâu dài sẽ làm giảm sức hấp dẫn của điểm đến.

Với những vấn đề nêu trên, nghiên cứu sinh lựa chọn đề tài luận án: “Quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai” làm luận án tiến sĩ, ngành Kinh tế chính trị.

2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu của luận án

2.1. Mục tiêu nghiên cứu

Đề xuất các giải pháp nhằm bảo đảm hài hòa quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai đến năm 2030 và tầm nhìn 2035

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Để đạt được mục tiêu trên, luận án thực hiện các nhiệm vụ sau:

- Tổng quan các công trình khoa học trong và ngoài nước liên quan đến đề tài;
- Hệ thống hóa và luận giải cơ sở lý luận về quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng, làm rõ bản chất, đặc điểm, các chủ thể tham gia;
- Khảo sát, phân tích thực trạng quan hệ lợi ích giữa các chủ thể tại tỉnh Lào Cai giai đoạn 2019-2024; chỉ ra các kết quả đạt được, những bất cập tồn tại và nguyên nhân của các mâu thuẫn trong quan hệ lợi ích.
- Đề xuất hệ thống giải pháp bảo đảm hài hòa lợi ích giữa chính quyền, cộng đồng, doanh nghiệp và khách du lịch, qua đó thúc đẩy phát triển du lịch cộng đồng bền vững trên địa bàn tỉnh Lào Cai đến năm 2030 và tầm nhìn đến năm 2035

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của luận án

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận án là quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

Phạm vi nội dung: Trong thực tế phát triển du lịch cộng đồng, có nhiều chủ thể cũng tham gia, cụ thể như: Chính quyền, cộng đồng, doanh nghiệp, khách du lịch, các chuyên gia du lịch, báo chí và các tổ chức truyền thông... Tuy nhiên, trong phạm vi luận án sẽ tập trung nghiên cứu và làm rõ quan hệ lợi ích giữa bốn chủ thể chủ yếu, bao gồm: Chính quyền, cộng đồng, doanh nghiệp và khách du lịch.

Sự tương tác giữa các chủ thể trên sẽ dẫn đến hình thành các mối quan hệ lợi ích.

Phạm vi không gian: Trên địa bàn tỉnh Lào Cai.

Phạm vi thời gian: Nghiên cứu các số liệu từ năm 2019 đến năm 2024; đề xuất giải pháp đến năm 2030 và tầm nhìn 2035

4. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

4.1. Cơ sở lý luận

Luận án được nghiên cứu dựa trên cơ sở lý luận của Chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối của Đảng, Nhà nước về quan hệ lợi ích, phát triển du lịch cộng đồng; đồng thời kế thừa có chọn lọc những kết quả nghiên cứu của các công trình đã công bố có liên quan đến đề tài luận án.

4.2. Phương pháp nghiên cứu

Trên cơ sở phương pháp luận, luận án sử dụng phương pháp chủ yếu của Kinh tế chính trị và các phương pháp khoa học khác để phân tích, đánh giá, so sánh, luận giải nội dung nghiên cứu. Có thể phân tích cụ thể các phương pháp nghiên cứu được sử dụng trong luận án như sau:

- Phương pháp trừu tượng hoá khoa học: được sử dụng nhằm khái quát các quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng thành những phạm trù lý luận có tính bản chất. Bằng cách loại bỏ các yếu tố ngẫu nhiên, luận án đi sâu nhận diện các mối quan hệ giữa cộng đồng, chính quyền, doanh nghiệp và khách du lịch trong chuỗi giá trị du lịch cộng đồng. Qua đó, luận án xây dựng hệ thống nguyên tắc chia sẻ lợi ích - rủi ro, góp phần hình thành khung lý thuyết về hợp tác liên chủ thể trong phát triển bền vững du lịch cộng đồng.

- Phương pháp logic kết hợp với lịch sử: Luận án nghiên cứu, tiếp cận bản chất, các xu hướng vận động gắn với sự hình thành, phát triển của các quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng. Phương pháp logic kết hợp với lịch sử được sử dụng trong việc nghiên cứu sự hình thành quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng.

- Phương pháp phân tích và tổng hợp: Tác giả sử dụng phương pháp này ở các nội dung của luận án như: Chương I trong mục Tổng quan tình hình nghiên cứu nhằm rút ra được những điểm kế thừa từ các nghiên cứu trước cho luận án, những

khoảng trống nghiên cứu, từ đó đặt vấn đề nghiên cứu của luận án; Chương 2, mục 2.1. Cơ sở lý luận về quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng, hệ thống hóa cơ sở lý luận về quan hệ lợi ích nhằm làm cơ sở đề xuất khung phân tích thực trạng quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng; phân tích và tổng hợp cấu trúc quan hệ lợi ích; phân tích và tổng hợp các mâu thuẫn và xung đột lợi ích; phân tích và tổng hợp kinh nghiệm thực tiễn tại một số địa phương trong việc bảo đảm hài hòa quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng nhằm rút ra bài học cho Lào Cai.

- Phương pháp so sánh, đối chiếu: Tác giả sử dụng phương pháp này trong chương 3 để phân tích, so sánh các số liệu thống kê, đánh giá khách quan thực trạng phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai, thực trạng quan hệ lợi ích trong lĩnh vực này, chỉ ra những hạn chế và nguyên nhân của những hạn chế để từ đó, đề xuất quan điểm và giải pháp phù hợp nhằm giải quyết hài hòa lợi ích giữa các chủ thể trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai.

- Phương pháp phân tích tài liệu thứ cấp: Được sử dụng để thu thập, tổng hợp và phân tích các nguồn tài liệu liên quan đến đề tài luận án, bao gồm các văn bản của các cơ quan quản lý nhà nước liên quan đến phát triển du lịch cộng đồng; các báo cáo của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Lào Cai; các nghiên cứu (sách, luận án, đề tài khoa học, bài viết trên các tạp chí và bài viết trong các kỷ yếu hội thảo khoa học) liên quan đến phát triển du lịch cộng đồng nói chung và phát triển du lịch cộng đồng tại Lào Cai nói riêng.

- Phương pháp phỏng vấn sâu và điều tra xã hội học: Nhằm bảo đảm tính khách quan cho việc đánh giá thực trạng quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai, luận án sử dụng kết hợp hai phương pháp chính: điều tra xã hội học và phỏng vấn sâu. Phương pháp điều tra xã hội học được thực hiện thông qua phát phiếu khảo sát có cấu trúc, nhằm thu thập dữ liệu định lượng và một phần thông tin định tính từ các nhóm chủ thể có liên quan trực tiếp đến hoạt động du lịch cộng đồng. Đồng thời, phương pháp phỏng vấn sâu được triển khai nhằm khám phá các khía cạnh không thể đo lường bằng phiếu hỏi, bao gồm nhận thức, cảm xúc, kỳ vọng và xung đột trong quan hệ giữa các bên.

Cuộc điều tra xã hội học được triển khai từ tháng 9 đến tháng 12 năm 2024 tại bốn huyện tiêu biểu về phát triển du lịch cộng đồng: Sa Pa, Bắc Hà, Bát Xát và Bảo Yên. Tổng cộng 320 phiếu khảo sát được phát ra, phân bổ đồng đều tại mỗi huyện (80 phiếu), hướng đến bốn nhóm chủ thể chính: (i) cán bộ quản lý nhà nước các cấp; (ii) doanh nghiệp du lịch hoạt động tại địa phương; (iii) cộng đồng dân cư tại các điểm du lịch; và (iv) khách du lịch đã và đang trải nghiệm dịch vụ du lịch cộng đồng tại Lào Cai.

Mẫu điều tra được chọn theo phương pháp hệ thống có điểm khởi đầu ngẫu nhiên, bảo đảm tính đại diện và đa dạng về vùng miền, loại hình du lịch, dân tộc và mô hình tổ chức. Các tiêu chí lựa chọn đối tượng phỏng vấn sâu bao gồm kinh nghiệm thực tiễn, mức độ tham gia vào chuỗi giá trị, và khả năng cung cấp thông tin chuyên sâu. Nội dung phỏng vấn được thiết kế linh hoạt theo dạng bán cấu trúc, tập trung làm rõ các biểu hiện của xung đột lợi ích, động cơ hành vi và quan điểm về cơ chế phân phối lợi ích giữa các bên.

Sau khi hoàn tất quá trình thu thập dữ liệu, 320 phiếu khảo sát được kiểm tra, mã hóa và xử lý bằng phần mềm SPSS với các công cụ thống kê mô tả và phân tích mối tương quan giữa các biến. Dữ liệu từ phỏng vấn sâu được phân tích theo phương pháp phân tích nội dung (content analysis), kết hợp so sánh chéo giữa các nhóm chủ thể nhằm làm nổi bật sự tương đồng và khác biệt trong nhận thức, lợi ích và kỳ vọng giữa chính quyền, doanh nghiệp, cộng đồng và khách du lịch. Đây là cơ sở thực chứng quan trọng để luận án đưa ra những giải pháp bảo đảm hài hòa lợi ích một cách thuyết phục và sát thực tiễn.

5. Đóng góp mới của luận án

- Về lý luận, luận án đã hệ thống hóa và làm rõ bản chất của quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng trên nền tảng kinh tế chính trị học. Bằng việc xác định các chủ thể chính và xây dựng khung lý thuyết phân tích quan hệ lợi ích, luận án góp phần bổ sung cơ sở lý luận về phân phối lợi ích trong mô hình phát triển đa tác nhân. Những đóng góp này làm sáng tỏ cấu trúc, động lực vận hành và nguyên tắc hài hòa lợi ích giữa các chủ thể trong phát triển du lịch cộng đồng, đặc biệt trong bối cảnh kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam.

- Về thực tiễn, luận án đã đi sâu khảo sát, đánh giá thực trạng quan hệ lợi ích giữa các bên liên quan tại tỉnh Lào Cai giai đoạn 2019-2024. Trên cơ sở đó, luận án không chỉ chỉ ra những mâu thuẫn, bất cập và nguyên nhân cốt lõi mà còn đề xuất hệ thống giải pháp nhằm bảo đảm hài hòa lợi ích, nâng cao vai trò điều phối của Nhà nước, phát huy quyền chủ thể của cộng đồng và thúc đẩy doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm xã hội trong phát triển du lịch cộng đồng bền vững. Kết quả nghiên cứu có thể là cơ sở tham khảo quan trọng cho công tác hoạch định chính sách ở cấp địa phương và trung ương.

6. Kết cấu của luận án

Ngoài phần Mở đầu, Kết luận, Danh mục các công trình của tác giả đã công bố, Danh mục tài liệu tham khảo, Luận án được kết cấu thành 4 chương như sau:

Chương 1: Tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng

Chương 2: Cơ sở lý luận và thực tiễn về quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng

Chương 3: Thực trạng quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai

Chương 4: Quan điểm và giải pháp bảo đảm hài hòa lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai đến năm 2030 và tầm nhìn 2035

Chương 1

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN QUAN HỆ LỢI ÍCH TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG

1.1. CÁC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI

1.1.1. Nhóm các nghiên cứu liên quan đến lợi ích và quan hệ lợi ích

Thứ nhất, các công trình nghiên cứu liên quan đến lợi ích. Lợi ích là một phạm trù cơ bản, được nghiên cứu và luận giải sâu sắc trong nhiều ngành khoa học như kinh tế học, xã hội học, quản trị học và tâm lý học. Xét về bản chất, lợi ích phản ánh những giá trị, kết quả hoặc sự thỏa mãn mà các cá nhân hay tổ chức mong muốn đạt được thông qua hành vi, quyết định hoặc mối quan hệ xã hội. Tùy theo điều kiện lịch sử - xã hội, lợi ích có thể biểu hiện dưới dạng vật chất hoặc tinh thần, trong đó lợi ích vật chất thường giữ vai trò quyết định trong các quan hệ sản xuất và phát triển kinh tế - xã hội. Trước những năm 1980, các công trình nghiên cứu thường nghiêng về phân tích lợi ích vật chất với tư cách là động lực chi phối hành vi con người trong xã hội hiện đại.

Các công trình nghiên cứu kinh điển đã đặt nền tảng lý luận cho việc nhận thức vai trò và cấu trúc của lợi ích. Trong tác phẩm *Của cải của các dân tộc*, Adam Smith (1997) khẳng định rằng hành động của con người được thúc đẩy bởi lợi ích cá nhân, và chính điều đó - thông qua “bàn tay vô hình” - lại dẫn dắt tới lợi ích chung của toàn xã hội. Ông chỉ ra rằng, tuy lợi ích của giới chủ có thể đối lập với lợi ích công cộng, nhưng sự theo đuổi lợi ích cá nhân trong một môi trường cạnh tranh sẽ tạo động lực thúc đẩy sự phát triển xã hội [40, tr.108].

David Ricardo trong *Những nguyên lý của kinh tế chính trị học và thuế khóa* phân tích lợi ích của các giai cấp dựa trên lý thuyết giá trị lao động. Ông lập luận rằng sự phân phối giá trị giữa tiền lương và lợi nhuận là kết quả của quan hệ phân chia giữa người lao động và nhà tư bản, trong đó lợi ích kinh tế của mỗi giai cấp phản ánh kết cấu quyền lực và quy luật khách quan của thị trường [13].

Trong truyền thống kinh tế chính trị Mác-xít, C. Mác và Ph. Ăngghen cho rằng toàn bộ lịch sử nhân loại là lịch sử của các cuộc đấu tranh về lợi ích, mà trong

đó lợi ích kinh tế là động lực cơ bản của mọi cuộc cách mạng xã hội. Theo đó, lợi ích là hình thức biểu hiện của các quan hệ kinh tế - xã hội, đóng vai trò then chốt trong việc liên kết các thành viên trong xã hội và cấu thành nền tảng cho quyền lực chính trị [6, tr.172; 8, tr.749; 9, tr.439].

V.I. Lênin tiếp tục phát triển tư tưởng về lợi ích trong điều kiện của chủ nghĩa đế quốc và giai đoạn quá độ lên chủ nghĩa xã hội. Ông nhấn mạnh tính khách quan và chủ thể của lợi ích: mỗi lợi ích cụ thể đều gắn với một chủ thể xã hội xác định, đồng thời lợi ích là động lực thúc đẩy tiến trình phát triển dân tộc và quốc gia [56, tr.82].

Tại Việt Nam, nhiều học giả đã tiếp cận và nghiên cứu sâu về lợi ích từ cả khía cạnh lý luận và thực tiễn. Đào Duy Tùng và các cộng sự trong *Bàn về lợi ích kinh tế* luận giải lợi ích như là hình thức biểu hiện của các quan hệ kinh tế và là động lực then chốt trong phát triển sản xuất. Tác phẩm này nhấn mạnh sự cần thiết của việc hài hòa ba loại lợi ích: cá nhân, tập thể và xã hội, đồng thời cảnh báo những hệ lụy khi không quan tâm đúng mức đến lợi ích người lao động trong quá trình quản lý kinh tế [50, tr.48].

Nguyễn Linh Khiếu trong *Lợi ích - động lực phát triển xã hội* tiếp cận lợi ích dưới góc nhìn biện chứng, cho rằng lợi ích vật chất là cơ sở của lợi ích tinh thần, nhưng ngược lại, việc thực hiện lợi ích tinh thần có thể mở ra khả năng mới cho việc đạt được lợi ích vật chất, từ đó thúc đẩy phát triển xã hội toàn diện [29, tr.32].

Giáo trình *Kinh tế chính trị* của hệ thống đào tạo lý luận chính trị tại Việt Nam cũng dành một chương chuyên biệt bàn về lợi ích kinh tế và cơ chế bảo đảm hài hòa quan hệ lợi ích giữa các chủ thể trong phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Nội dung giáo trình cung cấp khung lý thuyết và các định hướng chính sách nhằm thiết lập cơ chế phân phối hợp lý lợi ích kinh tế, từ đó thúc đẩy sáng tạo và đóng góp của các chủ thể trong xã hội.

Công trình nghiên cứu của Nguyễn Thị Thu Hương về *Mối quan hệ giữa lợi ích cá nhân và lợi ích xã hội*, đã phân tích toàn diện các nguyên lý của chủ nghĩa Mác - Lênin về lợi ích, chỉ ra tính thống nhất và mâu thuẫn giữa hai loại lợi ích này. Tác giả đề xuất hệ thống giải pháp nhằm điều hòa mâu thuẫn trên cơ sở

cải cách sở hữu, cơ chế phân phối, chính sách xã hội và thực hiện dân chủ xã hội chủ nghĩa [26, tr.142].

Đặng Quang Định (2011), trong công trình về sự thống nhất lợi ích giữa công nhân, nông dân và trí thức, đã phân tích những mâu thuẫn và bất cập trong việc thực hiện lợi ích kinh tế giữa các giai cấp ở Việt Nam hiện nay. Từ đó, ông đề xuất các giải pháp thúc đẩy đồng thuận xã hội và nâng cao hiệu quả phát triển toàn diện.

Đặc biệt, luận án tiến sĩ của Lâm Thị Phượng về *lợi ích của nông dân trong phát triển nông nghiệp sinh thái tại các huyện ngoại thành Hà Nội* đã ứng dụng lý luận lợi ích vào một bối cảnh cụ thể. Luận án xây dựng khung phân tích lợi ích nông dân gồm cả lợi ích kinh tế và phi kinh tế, làm rõ thực trạng, nguyên nhân và đề xuất giải pháp đảm bảo lợi ích cho nông dân trong phát triển bền vững nông nghiệp sinh thái giai đoạn 2017-2022, định hướng đến 2030 [37].

Thứ hai, nhóm các công trình nghiên cứu liên quan đến quan hệ lợi ích. Quan hệ lợi ích là vấn đề có ý nghĩa lý luận và thực tiễn sâu sắc trong nhiều lĩnh vực kinh tế - xã hội. Các nghiên cứu thời gian qua đã tiếp cận quan hệ lợi ích dưới nhiều góc độ khác nhau, trong đó tập trung vào các mối quan hệ giữa các chủ thể có vị thế, chức năng và lợi ích khác biệt trong cùng một hệ thống hoặc lĩnh vực phát triển. Các công trình này không chỉ góp phần làm sáng tỏ khái niệm và cấu trúc của quan hệ lợi ích, mà còn chỉ ra những mâu thuẫn tiềm ẩn, đề xuất nguyên tắc và giải pháp để hài hòa lợi ích giữa các bên liên quan.

Tác phẩm *Bảo đảm quan hệ lợi ích hài hòa về sở hữu trí tuệ trong hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam* của Ngô Tuấn Nghĩa (2011) là một công trình tiêu biểu, xây dựng khái niệm quan hệ lợi ích trong lĩnh vực sở hữu trí tuệ như là “sự gắn kết giữa các chủ thể liên quan tới việc sáng tạo, sở hữu và sử dụng tài sản trí tuệ với mục đích khai thác lợi ích từ các tài sản đó” [35, tr.13-14]. Tác giả xác định ba chủ thể trung tâm: người sáng tạo, người sở hữu và người sử dụng tài sản trí tuệ; từ đó, hình thành ba mối quan hệ lợi ích cơ bản. Nghiên cứu cũng chỉ rõ những xung đột quan hệ lợi ích trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế, đề xuất hệ thống giải pháp bảo đảm hài hòa lợi ích, nhấn mạnh vai trò điều tiết của Nhà nước.

Tác giả Đặng Quang Định trong công trình *Quan hệ lợi ích kinh tế giữa công nhân, nông dân và trí thức ở Việt Nam hiện nay* đã chỉ rõ những xung đột phát sinh từ sự chênh lệch về thu nhập, cơ hội tiếp cận phúc lợi xã hội, điều kiện lao động và chế độ phân phối giữa các giai cấp. Trên cơ sở đó, tác giả kiến nghị các giải pháp đồng bộ như hoàn thiện chính sách phân phối, đẩy mạnh công nghiệp hóa nông thôn, và xây dựng cơ chế điều tiết thống nhất lợi ích giữa các chủ thể xã hội [16].

Ở cấp độ chuyên ngành, nhiều luận án tiến sĩ đã đi sâu vào quan hệ lợi ích trong các lĩnh vực cụ thể. Luận án của Trương Văn Thủy (2021) về *Quan hệ lợi ích trong phát triển chuỗi giá trị cà phê tại tỉnh Đắk Lắk* đã làm rõ ba nhóm chủ thể trung tâm và xác lập ba quan hệ lợi ích cơ bản. Luận án không chỉ phát triển bộ tiêu chí định tính và định lượng để đánh giá quan hệ lợi ích mà còn phân tích các xung đột lợi ích phát sinh, từ đó đề xuất các giải pháp hài hòa hóa lợi ích trong chuỗi giá trị [53].

Tương tự, luận án của Bùi Thị Tiến nghiên cứu quan hệ lợi ích trong phát triển nông nghiệp hữu cơ tại Hà Nội đã chỉ ra rằng sự khác biệt về vị thế, vai trò và năng lực của các chủ thể trong chuỗi giá trị khiến cho lợi ích nhận được cũng khác biệt. Việc bảo đảm hài hòa quan hệ lợi ích cần được đặt trên nền tảng đánh giá công bằng và phân bổ tương ứng theo đóng góp và trách nhiệm của từng bên [50].

Một hướng tiếp cận khác là từ góc độ dịch vụ công, như luận án của Nguyễn Đức Hưng về *quan hệ lợi ích trong thực hiện tự chủ tài chính tại các bệnh viện Quân Y* (điển hình là Bệnh viện Quân Y 103). Tác giả xác định ba quan hệ lợi ích trọng tâm: giữa Nhà nước và bệnh viện, giữa bệnh viện và thầy thuốc, giữa thầy thuốc và bệnh nhân. Trên cơ sở đánh giá thực tiễn, luận án đề xuất cơ chế điều phối nhằm bảo đảm lợi ích hài hòa giữa các chủ thể trong bối cảnh bệnh viện chuyển sang mô hình tự chủ tài chính [24].

Trong lĩnh vực năng lượng, luận án của Hoàng Thị Thịnh phân tích quan hệ lợi ích trong phát triển năng lượng tái tạo tại Việt Nam giai đoạn 2017-2022. Tác giả xây dựng khung phân tích lý luận về nội dung, tiêu chí đánh giá và nhân tố tác động đến quan hệ lợi ích; đồng thời, trên cơ sở kinh nghiệm quốc tế, đề xuất hệ thống giải pháp giải quyết xung đột lợi ích, bảo đảm hài hòa lợi ích giữa Nhà nước,

nhà đầu tư, cộng đồng dân cư và các tổ chức trung gian nhằm phát triển bền vững năng lượng tái tạo ở Việt Nam đến năm 2030 [53].

Luận án của Đỗ Thị Nga về *Quan hệ lợi ích trong lĩnh vực thương mại điện tử* tập trung làm rõ ba quan hệ lợi ích đặc trưng: giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng, giữa doanh nghiệp và Nhà nước, và giữa người tiêu dùng với Nhà nước. Tác giả phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quan hệ lợi ích như mức độ minh bạch, hành vi thị trường và quy định pháp lý; đồng thời chỉ ra các mâu thuẫn nảy sinh trong thực tiễn, từ đó đề xuất các giải pháp điều tiết và phát triển quan hệ lợi ích lành mạnh trong lĩnh vực thương mại điện tử ở Việt Nam [33, tr.41].

Tổng kết các công trình trên cho thấy: quan hệ lợi ích là hệ thống phức hợp được hình thành trên nền tảng đa chủ thể, đa lợi ích và thường xuyên biến đổi dưới tác động của thể chế, thị trường và môi trường xã hội. Việc nhận diện rõ các mối quan hệ chủ đạo, các xung đột tiềm ẩn và xây dựng cơ chế phân phối - điều tiết phù hợp là điều kiện tiên quyết để bảo đảm phát triển bền vững và công bằng xã hội trong mỗi lĩnh vực.

1.1.2. Nhóm các nghiên cứu liên quan đến du lịch cộng đồng và phát triển du lịch cộng đồng

Thuật ngữ “du lịch cộng đồng” (Community Based Tourism) là khái niệm được sử dụng phổ biến nhất trong các tài liệu học thuật và thực tiễn, mặc dù còn tồn tại các tên gọi khác như “du lịch phát triển cộng đồng” (Community Development Tourism), “du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng”, hay “du lịch có sự tham gia của cộng đồng”, “sáng kiến du lịch có lợi cho cộng đồng”) [60]. Khái niệm này xuất hiện lần đầu tiên trong chiến lược phát triển du lịch vùng Tây Bắc Canada (NWT, 1983), nhưng chỉ thực sự được chú ý trong giới học thuật sau công trình của Murphy (1985). Theo Murphy, du lịch cộng đồng là loại hình du lịch trong đó cộng đồng bản địa đóng vai trò chủ động trong việc hoạch định, tổ chức và giám sát các hoạt động du lịch nhằm bảo tồn văn hóa và môi trường sống của mình.

Tuy nhiên, như Ndlovu và Rogerson (2003) chỉ ra, nội hàm của du lịch cộng đồng vẫn chưa đạt được sự đồng thuận, tùy thuộc vào cách hiểu và lợi ích của các bên liên quan [63]. Nhìn chung, đây là khái niệm tích hợp giữa ba giá trị cốt lõi: phát triển bền vững, trao quyền và tự lực của cộng đồng.

Goodwin và Santilli (2009) nhấn mạnh rằng Community Based Tourism là hình thức du lịch do cộng đồng sở hữu, điều hành và hướng đến việc cải thiện phúc lợi cộng đồng. Mitchell và Reid (2001) cũng khẳng định vai trò của việc chuyển giao quyền lực kiểm soát du lịch cho cộng đồng, qua đó gia tăng hiệu quả sinh kế và phát triển bền vững, đặc biệt tại các khu vực nông thôn kém phát triển về hạ tầng và dịch vụ [54].

Tổ chức Pachamama (2019) định nghĩa du lịch cộng đồng là loại hình du lịch nơi du khách được trải nghiệm phong tục, tín ngưỡng, ẩm thực và lối sống bản địa [65]. Từ góc nhìn của Hall (1996), du lịch cộng đồng không chỉ là một hình thức phát triển kinh tế địa phương mà còn là quá trình trao quyền cho cộng đồng tham gia toàn diện vào lập kế hoạch, tổ chức và kiểm soát các hoạt động du lịch nhằm bảo tồn tài nguyên thiên nhiên và di sản văn hóa [55].

Theo định nghĩa của ASEAN (2016), du lịch dựa vào cộng đồng là mô hình phát triển du lịch do cộng đồng sở hữu, điều phối và quản lý tại địa phương, với mục tiêu đảm bảo hạnh phúc cộng đồng thông qua sinh kế bền vững và bảo vệ tài nguyên văn hóa - tự nhiên. ASEAN cũng đề xuất 10 nguyên tắc cốt lõi để đánh giá và phát triển Community Based Tourism [43].

Ở Nam Phi, du lịch cộng đồng phát triển cả ở đô thị và nông thôn, điển hình là các chương trình tại Soweto, Inanda, Khayelitsha và các vùng sinh thái nông thôn (Rogerson, 2004) [67]. Trong khi đó, nghiên cứu tại Namibia của Janis (2009) cho thấy, mặc dù Community Based Tourism không đóng góp nhiều cho kinh tế quốc dân dưới dạng ngoại tệ, nhưng có vai trò quan trọng đối với phát triển kinh tế vi mô và địa phương [67].

Telfer & Sharpley (2008), Flacke-Naurdofer (2008) và Giampiccoli & Kalis (2012) nhấn mạnh rằng, văn hóa địa phương không chỉ là chất liệu để xây dựng sản phẩm du lịch mà còn là nền tảng thiết lập chiến lược phát triển bền vững. Tuy nhiên, văn hóa không thể là yếu tố duy nhất để bảo đảm sự thành công của CBT, mà phải kết hợp với các yếu tố thể chế, kinh tế và xã hội [74], [53].

Nghiên cứu của Aang et al. (2014) tại Batu (Indonesia) cho thấy Community Based Tourism có tính bền vững kinh tế cao hơn so với du lịch truyền thống, mặc

dù vẫn còn những thách thức trong thực thi [59]. Tại các vùng nông thôn của các nước đang phát triển, Community Based Tourism trở thành phương tiện sinh kế thay thế, nhất là khi công nghiệp và dịch vụ chưa phát triển, như được ghi nhận bởi Sebele (2009).

Mô hình vòng đời điểm đến của Butler (1980) gồm 6 giai đoạn: thăm dò, tham gia, phát triển, hợp nhất, trì trệ và hậu trì trệ, cung cấp khuôn khổ phân tích hữu ích cho việc đánh giá quá trình phát triển và suy thoái của các điểm du lịch cộng đồng. Sự chuyển dịch quyền kiểm soát từ cộng đồng sang các doanh nghiệp lớn trong giai đoạn hợp nhất là một trong những nguyên nhân gây ra mất cân bằng lợi ích và xung đột nội tại [46].

Tại Việt Nam, du lịch cộng đồng bắt đầu nhận được sự quan tâm đáng kể từ giới học thuật kể từ đầu những năm 2000. Các nghiên cứu chủ yếu tập trung vào việc làm rõ bản chất, mục tiêu, nguyên tắc và phương hướng phát triển du lịch cộng đồng trong bối cảnh đặc thù của Việt Nam.

Tiêu biểu là công trình chuyên khảo *Phát triển du lịch cộng đồng: Từ lý luận đến thực tiễn (Qua khảo sát các tỉnh vùng Tây Bắc Việt Nam)* của TS. Tạ Thị Đoàn (2023) [17]. Cuốn sách đã hệ thống hóa nền tảng lý luận về phát triển du lịch cộng đồng, đồng thời trình bày kinh nghiệm thực tiễn tại các tỉnh vùng Tây Bắc. Bằng cách tiếp cận sáng tạo, nghiên cứu chỉ ra rằng du lịch cộng đồng không chỉ tạo ra các sản phẩm du lịch đặc sắc, hấp dẫn, mà còn góp phần xóa đói giảm nghèo, tạo việc làm và cải thiện sinh kế cho người dân bản địa. Du lịch cộng đồng được xem như một công cụ hiệu quả để gìn giữ và phát huy giá trị văn hóa truyền thống, đồng thời bảo vệ tài nguyên thiên nhiên tại các địa phương. Trên cơ sở đó, tác giả đề xuất hệ thống giải pháp nhằm phát triển du lịch cộng đồng gắn với sinh kế bền vững tại vùng Tây Bắc.

Tác giả Võ Quế (2006) là một trong những người tiên phong xây dựng nền tảng lý luận phát triển du lịch dựa vào cộng đồng tại Việt Nam. Trong công trình của mình, ông đã luận giải khái niệm, mục tiêu, ý nghĩa, các điều kiện hình thành, các nguyên tắc và tiêu chí đánh giá trong phát triển du lịch cộng đồng. Đồng thời, tác giả giới thiệu một số mô hình điển hình từ các quốc gia trong khu vực cũng như mô hình tại các khu sinh thái tiêu biểu trong nước [39].

Đóng góp nổi bật khác đến từ nghiên cứu của Chur Thánh Văn và cộng sự (2014), khi nhóm tác giả đề xuất hai mô hình phát triển du lịch cộng đồng ứng với hai loại hình di sản thế giới - di sản văn hóa và di sản thiên nhiên tại Việt Nam. Hai mô hình này được thiết kế trên cơ sở xây dựng cơ chế vận hành cụ thể, nhấn mạnh vào sự phối hợp giữa chính quyền địa phương, cộng đồng dân cư và doanh nghiệp du lịch. Cách tiếp cận này giúp tối ưu hóa lợi thế của từng loại hình di sản, bảo đảm sự công bằng trong phân phối lợi ích, đồng thời tăng cường khả năng cộng đồng bản địa trực tiếp hưởng lợi từ hoạt động du lịch trên địa bàn. Mô hình cũng khẳng định vai trò trung tâm của chính quyền địa phương trong giám sát, hỗ trợ và điều phối nhằm đảm bảo phát triển kinh tế bền vững gắn với bảo tồn di sản văn hóa và thiên nhiên [57].

Ở góc nhìn tổng hợp, Thái Thảo Ngọc (2016) đã chỉ ra ba lợi ích cơ bản mà du lịch cộng đồng mang lại, bao gồm: (i) tạo thu nhập bền vững cho cộng đồng, (ii) bảo tồn văn hóa truyền thống, và (iii) nâng cao nhận thức của người dân địa phương về bảo vệ tài nguyên môi trường. Trên cơ sở đó, tác giả đề xuất những định hướng phát triển phù hợp với điều kiện Việt Nam [34].

Một đóng góp quan trọng về mặt chính sách và môi trường văn hóa là đề tài cấp bộ do TS. Vũ Nam chủ nhiệm (2022), thuộc Vụ Thị trường Du lịch - Tổng cục Du lịch. Đề tài đã xây dựng nền tảng lý luận và thực tiễn về việc tạo dựng môi trường văn hóa gắn với phát triển bền vững tại các điểm du lịch cộng đồng ở Việt Nam. Thông qua khảo sát thực địa, nghiên cứu đã xây dựng bộ tiêu chí đánh giá và đề xuất giải pháp cụ thể nhằm phát triển môi trường văn hóa bền vững, đồng thời đảm bảo tính kế thừa và ứng dụng cao trong hoạch định chính sách phát triển du lịch cộng đồng [32].

Trong những năm gần đây, nhiều đề tài khoa học và dự án thực tiễn ở các cấp đã tập trung nghiên cứu, xây dựng và thử nghiệm các mô hình phát triển du lịch cộng đồng tại các địa phương trên cả nước, qua đó góp phần hoàn thiện luận cứ lý luận và thực tiễn cho việc hoạch định chính sách và triển khai các chương trình phát triển bền vững dựa vào cộng đồng.

Tiêu biểu là đề tài khoa học cấp tỉnh “Liên kết chuỗi giá trị hình thành sản

phẩm du lịch cộng đồng gắn với giảm nghèo trên địa bàn tỉnh Đắk Nông” do Trung tâm Phát triển nông thôn Tây Nguyên chủ trì, TS. Tuyết Hoa Niê Kdăm làm chủ nhiệm (2023). Đề tài đã xây dựng và thử nghiệm hai mô hình liên kết chuỗi giá trị du lịch cộng đồng nhằm giảm nghèo tại địa phương, đồng thời phân tích thực trạng liên kết giữa các tác nhân trong quá trình hình thành sản phẩm du lịch cộng đồng. Trên cơ sở đó, nhóm nghiên cứu đề xuất hệ thống giải pháp thúc đẩy phát triển du lịch cộng đồng gắn với giảm nghèo giai đoạn 2022-2030, với trọng tâm là khai thác lợi thế bản địa và phát huy vai trò của các nhóm dân cư yếu thế [27].

Tại tỉnh Kiên Giang, Nguyễn Hồng Hà và Hà Minh Thảo (2020) đã triển khai đề tài nghiên cứu “*Giải pháp phát triển du lịch cộng đồng của hộ gia đình tại Quần đảo Nam Du*”. Nghiên cứu này phân tích toàn diện thực trạng khai thác du lịch cộng đồng của các hộ dân, xác định các điều kiện thuận lợi, khó khăn và những hạn chế tồn tại. Trên cơ sở đó, các tác giả đề xuất hệ thống giải pháp cụ thể, nhấn mạnh vai trò của hộ gia đình trong mô hình du lịch cộng đồng nhằm nâng cao sinh kế, cải thiện chất lượng sống và khai thác hiệu quả tiềm năng du lịch tại Nam Du [35].

Cũng tại Kiên Giang, Lương Ngọc Bích (2016) đã nghiên cứu chuyên sâu về *khai thác các giá trị văn hóa dân tộc Khmer trong phát triển du lịch*. Tác giả khẳng định rằng để khai thác hiệu quả văn hóa Khmer phục vụ du lịch cần thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp: quy hoạch và bảo tồn tài nguyên văn hóa; xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng như biểu diễn nghệ thuật, ẩm thực, lễ hội; đầu tư hạ tầng; đào tạo nguồn nhân lực; và nâng cao nhận thức cộng đồng, đặc biệt là người dân Khmer, về vai trò của du lịch trong phát triển văn hóa - kinh tế [3].

Trong lĩnh vực du lịch homestay, Nguyễn Thanh Tùng và Trương Trí Thông (2019) đã nghiên cứu tiềm năng phát triển mô hình homestay vùng ven biển huyện An Biên, tỉnh Kiên Giang. Nghiên cứu chỉ ra những yếu tố thuận lợi và khó khăn, đồng thời đưa ra các định hướng phát triển và giải pháp nhằm khai thác hiệu quả tiềm năng homestay, từ đó góp phần cải thiện sinh kế, xây dựng nông thôn mới và hướng đến phát triển bền vững tại địa phương [49].

Tại tỉnh Lào Cai, đề tài khoa học cấp tỉnh “*Nghiên cứu phát triển du lịch*

cộng đồng tại Sa Pa” do Trường Chính trị tỉnh Lào Cai chủ trì, ThS. Hứa Tân Hưng làm chủ nhiệm (2021) đã tiến hành khảo cứu toàn diện về cơ sở lý luận, chính sách và thực tiễn phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn thị xã Sa Pa. Đề tài đã tổng hợp các văn bản chỉ đạo của Đảng bộ, chính quyền tỉnh và thị xã; đánh giá thực trạng phát triển du lịch cộng đồng tại Sa Pa; và đặc biệt, xây dựng mô hình thí điểm du lịch cộng đồng gắn với bảo tồn văn hóa và cảnh quan thiên nhiên tại thôn Hòa Sử Pán I, xã Mường Hoa - một địa bàn tiêu biểu có tiềm năng du lịch cộng đồng rõ nét [23].

1.1.3. Nhóm các nghiên cứu liên quan đến quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng

Thứ nhất, nhóm các nghiên cứu liên quan đến các chủ thể trong phát triển du lịch cộng đồng. Phần lớn các nghiên cứu hiện nay đều tập trung vào bốn nhóm chủ thể có vai trò quyết định trong cấu trúc quan hệ lợi ích tại các điểm du lịch cộng đồng, bao gồm: cư dân địa phương, khách du lịch, doanh nghiệp du lịch và chính quyền địa phương. Đây là những chủ thể vừa tham gia trực tiếp, vừa gián tiếp vào chuỗi giá trị du lịch, đồng thời cũng là những đối tượng tác động và chịu tác động trong quá trình phân phối lợi ích du lịch.

Cư dân địa phương: Cư dân địa phương (còn gọi là cộng đồng bản địa) là những người sinh sống ngay tại khu vực triển khai hoạt động du lịch cộng đồng. Họ không chỉ là người sở hữu, quản lý tài nguyên du lịch mà còn trực tiếp cung cấp dịch vụ, tham gia vận hành các hoạt động du lịch và thụ hưởng thành quả từ mô hình này [54, tr.77]. Là chủ thể am hiểu sâu sắc nhất về văn hóa, phong tục, tập quán và cảnh quan tại điểm đến, cư dân địa phương đóng vai trò trung tâm trong việc tạo dựng sản phẩm du lịch mang tính bản sắc, từ ngôn ngữ, lối sống, đến những làn điệu dân ca đặc trưng [39, tr.98]. Tuy nhiên, đây cũng là nhóm dễ bị tổn thương nhất, thường không có đủ năng lực để bảo vệ lợi ích của mình khi có sự tham gia của các tác nhân bên ngoài.

Giampiccoli và Nauruight (2010) nhấn mạnh rằng du lịch cộng đồng phải được khởi xướng, sở hữu và kiểm soát bởi chính cộng đồng bản địa, với trọng tâm là thỏa mãn các nhu cầu và mong muốn của họ. Các tác nhân bên ngoài chỉ nên

đóng vai trò hỗ trợ, không chi phối, và hoạt động du lịch cần hướng đến việc chia sẻ lợi ích cho cả những thành viên không trực tiếp tham gia. Đồng thời, tính không chính thức trong giai đoạn đầu và việc khuyến khích liên kết tổ chức giữa các cá nhân/hộ gia đình trong cộng đồng được xem là các nguyên tắc quan trọng của mô hình này [52]. Các nghiên cứu của Muhanna (2007), Alexander (2000) và Getz (1984) cũng khẳng định vai trò không thể thay thế của cộng đồng trong việc bảo đảm sự phát triển bền vững tại điểm đến [61], [41].

Khách du lịch: Luật Du lịch Việt Nam (2017) định nghĩa khách du lịch là cá nhân đi du lịch hoặc kết hợp đi du lịch, không nhằm mục đích học tập, lao động tạo thu nhập tại điểm đến [38]. Trong mô hình du lịch cộng đồng, khách du lịch chính là bên tiêu dùng dịch vụ và là nguồn lực kinh tế quan trọng cho cộng đồng địa phương. Sự hài lòng của họ tác động trực tiếp đến sự phát triển, khả năng quay trở lại, cũng như định hướng hình thành các loại hình, sản phẩm du lịch. Theo Goodwin & Santilli (2009), những trải nghiệm tích cực của du khách - bao gồm hạ tầng tốt, dịch vụ chất lượng, sự thân thiện từ cư dân - sẽ thúc đẩy mức chi tiêu và kéo dài thời gian lưu trú; ngược lại, những trải nghiệm tiêu cực như quá tải, ứng xử không phù hợp hay mất mát giá trị văn hóa có thể làm tổn hại nghiêm trọng đến hình ảnh điểm đến [54].

Doanh nghiệp du lịch: Doanh nghiệp du lịch giữ vai trò trung gian kết nối giữa cộng đồng và khách du lịch. Trong bối cảnh cộng đồng còn thiếu năng lực tổ chức chuyên nghiệp, các doanh nghiệp có thể đầu tư, phát triển cơ sở lưu trú, dịch vụ ẩm thực, vui chơi giải trí... nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch. Ngoài vai trò cung cấp dịch vụ, doanh nghiệp còn góp phần vào phát triển kinh tế địa phương thông qua việc tuyển dụng lao động bản địa, tiêu thụ nông sản, hàng hóa địa phương và thực hiện nghĩa vụ tài chính như thuế, phí môi trường, lệ phí tham quan [54]. Tuy nhiên, nếu không có sự kiểm soát từ chính quyền, doanh nghiệp có thể ưu tiên lợi ích ngắn hạn, dẫn đến mất cân đối trong phân chia lợi ích với cộng đồng.

Chính quyền địa phương: Chính quyền địa phương là chủ thể thiết lập hành lang pháp lý và định hướng phát triển cho du lịch cộng đồng [55, tr.77]. Là cơ quan phê duyệt quy hoạch, dự án và chính sách hỗ trợ, chính quyền đóng vai trò điều

phối giữa các bên liên quan và bảo đảm trật tự pháp lý trong triển khai hoạt động du lịch. Đồng thời, chính quyền địa phương có trách nhiệm đầu tư hạ tầng thiết yếu, hỗ trợ cộng đồng nâng cao năng lực quản lý, giám sát các mối quan hệ lợi ích, và đóng vai trò trọng tài trong xử lý xung đột giữa các chủ thể tham gia.

Như vậy, mỗi chủ thể tham gia trong mô hình du lịch cộng đồng đều là mắt xích không thể thiếu trong chuỗi giá trị du lịch tại địa phương. Mỗi bên đều kỳ vọng nhận được những lợi ích tương xứng - có thể là lợi ích kinh tế (thu nhập, việc làm, cơ hội kinh doanh), hoặc lợi ích phi kinh tế (giữ gìn văn hóa, nâng cao chất lượng sống, cải thiện môi trường). Sự phát triển bền vững của mô hình du lịch cộng đồng phụ thuộc vào việc xác lập một cơ chế phân phối lợi ích công bằng, hợp lý và có sự phối hợp chặt chẽ giữa các chủ thể.

Thứ hai, nhóm các nghiên cứu về quan hệ lợi ích giữa các chủ thể trong phát triển du lịch cộng đồng. Một trong những hướng tiếp cận nổi bật trong nghiên cứu du lịch cộng đồng là phân tích quan hệ lợi ích giữa các chủ thể tham gia - bao gồm cộng đồng địa phương, doanh nghiệp, khách du lịch và chính quyền - với mục tiêu thiết lập mô hình hợp tác hiệu quả, bảo đảm phát triển bền vững và phân phối công bằng các giá trị thu được từ hoạt động du lịch.

Nghiên cứu tiêu biểu của Caroline Ashley và Elizabeth Garland (1994) đã phân loại ba mô hình hợp tác giữa cộng đồng bản địa và các chủ thể bên ngoài trong phát triển du lịch: (i) doanh nghiệp tư nhân vận hành, chia sẻ doanh thu với cộng đồng; (ii) mô hình đồng quản lý giữa doanh nghiệp và cộng đồng; và (iii) mô hình do cộng đồng bản địa làm chủ. Qua khảo sát thực tiễn, các tác giả chỉ ra rằng mô hình đồng quản lý và mô hình cộng đồng làm chủ có hiệu quả cao hơn trong cân bằng lợi ích kinh tế - xã hội - môi trường, đồng thời nâng cao năng lực nội sinh và tăng quyền tự chủ của người dân địa phương trong việc tổ chức và quản lý hoạt động du lịch [47].

Theo Jamal và Getz (1995), du lịch cộng đồng tạo cơ hội sinh kế thông qua việc sử dụng các kỹ năng và nguồn lực sẵn có của địa phương, góp phần tăng cường khả năng quản lý tài nguyên và thúc đẩy phát triển cộng đồng [56]. Quan điểm này cũng được APEC (2000) khẳng định, khi nhấn mạnh rằng du lịch cộng đồng không

chỉ tạo ra lợi ích kinh tế mà còn góp phần bảo tồn văn hóa, môi trường và cải thiện khả năng tiếp cận giáo dục, trở thành công cụ hiệu quả trong công cuộc xóa đói giảm nghèo [51], [53].

Một điểm quan trọng được Singh (2008) và Ndlovu & Rogerson (2003) nhấn mạnh là lợi ích từ du lịch cộng đồng cần được lan tỏa đến cả những thành viên không trực tiếp tham gia hoạt động du lịch, nhằm nâng cao sự đồng thuận xã hội [63]. Nghiên cứu thực tiễn tại Nicaragua của Pérez et al. (2010) cho thấy việc sử dụng quỹ chung từ doanh thu du lịch vào học bổng giáo dục, tu bổ cơ sở hạ tầng trường học, trung tâm y tế và văn hóa đã tạo ra lợi ích gián tiếp nhưng bền vững cho toàn cộng đồng [66].

Tại Việt Nam, Phạm Hồng Long và Nguyễn Thị Thanh Kiều (2019) nhấn mạnh vai trò của du lịch cộng đồng trong việc tạo lập và chuyển đổi sinh kế thông qua việc gia tăng năm loại nguồn lực: con người, tự nhiên, xã hội, tài chính và vật chất. Các tác giả cũng chỉ ra những rào cản và đề xuất hướng tiếp cận thực tiễn nhằm phát huy tối đa hiệu quả của du lịch cộng đồng trong phát triển sinh kế bền vững tại các địa phương [31].

Bên cạnh cộng đồng địa phương, khách du lịch cũng được ghi nhận là chủ thể thụ hưởng những giá trị đặc biệt từ du lịch cộng đồng. Nghiên cứu của Wearing và McDonald (2002) cho thấy, du khách có thể trải nghiệm đời sống văn hóa bản địa một cách sâu sắc, từ đó nâng cao nhận thức và xây dựng mối liên kết tích cực giữa khách và cộng đồng [72]. Goodwin và Santilli (2009) cũng nhấn mạnh vai trò của du khách không chỉ là người tiêu dùng mà còn là người đồng hành, góp phần hỗ trợ phát triển cộng đồng thông qua lựa chọn tiêu dùng có trách nhiệm và đóng góp trực tiếp vào sinh kế địa phương [54].

Lợi ích của chính quyền địa phương trong mô hình du lịch cộng đồng được thảo luận ở nhiều khía cạnh. Nghiên cứu của Binns và Nel (2002) tại Nam Phi khẳng định rằng du lịch cộng đồng giúp các địa phương đạt mục tiêu phát triển bền vững thông qua bảo tồn tài nguyên và tăng thu nhập cho dân cư [45]. Okazaki (2008) và Spenceley & Meyer (2012) cũng nhấn mạnh vai trò của chính quyền trong việc thiết lập khung thể chế, giám sát hoạt động du lịch, tạo điều kiện cho

cộng đồng tham gia vào quá trình ra quyết định, đồng thời nâng cao hiệu quả khai thác tài nguyên du lịch vì lợi ích chung [64], [50].

Doanh nghiệp du lịch - khi tham gia vào mô hình du lịch cộng đồng - không chỉ thu được lợi nhuận mà còn có thể xây dựng thương hiệu gắn với phát triển bền vững, tăng cường quan hệ đối tác với cộng đồng. Các nghiên cứu của Goodwin & Santilli (2009), Wearing & McDonald (2002) và Spenceley (2008) cho thấy sự hợp tác giữa doanh nghiệp và cộng đồng mang lại lợi ích đôi bên, giúp ổn định môi trường kinh doanh và đáp ứng yêu cầu của thị trường về du lịch có trách nhiệm [54].

Tuy nhiên, các nghiên cứu cũng cảnh báo về nguy cơ xung đột lợi ích giữa các chủ thể. Dựa trên mô hình xung đột xã hội của Coser (1956), Yang et al. (2013) chỉ ra rằng sự khác biệt văn hóa giữa du khách và cộng đồng bản địa có thể gây ra cảm giác xa lạ, phản ứng tiêu cực. Shen et al. (2017) và Tsaour et al. (2018) ghi nhận các hành vi thiếu ý thức của khách du lịch, sự biến đổi giá trị truyền thống và cảm giác mất mát không gian sống của cư dân địa phương. Những yếu tố này dễ tạo nên mâu thuẫn nếu thiếu cơ chế phản hồi và điều phối hiệu quả.

Ngoài khía cạnh văn hóa - xã hội, nhiều nghiên cứu cũng chỉ ra xung đột trong tiếp cận tài nguyên, hạ tầng và phân phối lợi ích. Kim & Kang (2020) và Xue & Kerstetter (2018) cho thấy người dân địa phương thường bị gạt khỏi tiến trình ra quyết định và nhận được phần lợi ích thấp hơn so với doanh nghiệp hoặc nhà đầu tư bên ngoài, từ đó làm gia tăng bất bình đẳng và giảm sự ủng hộ của cộng đồng đối với hoạt động du lịch [79].

Tại Việt Nam, nghiên cứu của Dương Thị Hiền (2023) tại Thanh Hóa là một trong số ít công trình tiếp cận mâu thuẫn lợi ích trong du lịch cộng đồng theo hướng toàn diện. Luận án đã chỉ ra những xung đột nổi bật giữa cộng đồng và du khách (liên quan đến sinh hoạt, môi trường); giữa cộng đồng và doanh nghiệp (về chia sẻ lợi ích, tác động xã hội); và giữa cộng đồng và chính quyền (liên quan đến cơ chế chính sách và tính minh bạch) [21].

Tổng kết các nghiên cứu cho thấy: quan hệ lợi ích giữa các chủ thể trong phát triển du lịch cộng đồng là yếu tố then chốt, cần được thiết kế dựa trên cơ chế

hợp tác, phân phối công bằng và có khả năng điều phối xung đột. Việc xác lập hệ thống thể chế đảm bảo hài hòa lợi ích giữa các bên là điều kiện tiên quyết để hướng đến mô hình du lịch cộng đồng bền vững, công bằng và hiệu quả.

Thứ ba, một số công trình nghiên cứu từ năm 2018 trở lại đây đã mở rộng tiếp cận lý thuyết và thực tiễn về quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng theo mô hình đa tác nhân. Điển hình như: Mô hình “Penta-Helix” (2023) tại Malaysia đề xuất kết hợp 5 chủ thể: học thuật, doanh nghiệp, chính quyền, cộng đồng và truyền thông nhằm bảo đảm sự phối hợp đa chiều, phát huy trí tuệ bản địa trong phát triển du lịch cộng đồng.

Nghiên cứu tại Thái Lan (2024) chỉ ra cách thức và mức độ tham gia khác biệt giữa các nhóm stakeholder, từ đó phản ánh mối quan hệ lợi ích và mức độ đồng thuận trong quản trị du lịch cộng đồng.

Tại Việt Nam, nhiều công trình gần đây tập trung đánh giá vai trò của cộng đồng và sự phân phối lợi ích tại các tỉnh như Cà Mau, Bình Định và vùng Đồng bằng sông Cửu Long (2023-2024), làm rõ các yếu tố ảnh hưởng như lợi ích kinh tế, vốn xã hội, năng lực nội sinh và chính sách địa phương.

Một số nghiên cứu khác sử dụng phương pháp fuzzy AHP để đánh giá tính bền vững trong mô hình du lịch cộng đồng tại Hội An (2024); hoặc phân tích mâu thuẫn lợi ích tại các địa bàn như Nhơn Lý, Bình Định cho thấy xung đột thường phát sinh khi thiếu sự tham gia từ cộng đồng trong hoạch định chính sách.

Bên cạnh đó, các công trình giai đoạn 2023-2024 cũng nhấn mạnh vai trò của du lịch cộng đồng trong thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững (SDG 1 & SDG 8), bao gồm xóa đói giảm nghèo, tạo việc làm và bảo tồn văn hóa - môi trường.

1.2. KHÁI QUÁT KẾT QUẢ CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ LUẬN ÁN TẬP TRUNG NGHIÊN CỨU

1.2.1. Khái quát kết quả các công trình nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án

Từ quá trình tổng quan tài liệu về lợi ích và quan hệ lợi ích, về du lịch cộng đồng và phát triển du lịch cộng đồng; về quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng như đã đề cập ở phần trên cho thấy:

Một là, về lợi ích và quan hệ lợi ích, các nghiên cứu đã làm rõ được khái niệm, bản chất, nội dung, vai trò động lực của lợi ích, đặc biệt là lợi ích kinh tế trong các mối quan hệ xã hội, định hướng hành vi của chủ thể tham gia. Tuy nhiên, chưa có nghiên cứu nào trình bày đầy đủ cơ sở lý luận dưới góc nhìn kinh tế chính trị về quan hệ lợi ích giữa các bên liên quan trong phát triển du lịch cộng đồng.

Hai là, về du lịch cộng đồng và phát triển du lịch cộng đồng, đã có nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước liên quan đến vấn đề này ở cấp độ quốc gia, địa phương hay doanh nghiệp. Về cơ bản, các nghiên cứu đã làm rõ được các nội hàm, đặc điểm, sự cần thiết, vai trò của phát triển du lịch cộng đồng đối với sự phát triển bền vững. Nhiều nghiên cứu đã phân tích các mô hình du lịch cộng đồng tại một số khu vực, đánh giá thực trạng và đề xuất chiến lược phát triển. Tuy nhiên, các công trình nghiên cứu cơ bản dừng lại ở việc phân tích, đánh giá dựa trên các khía cạnh của phát triển bền vững (kinh tế - xã hội - môi trường). Vai trò của các chủ thể tham gia và sự kết nối với nhau trong hoạt động du lịch cộng đồng nhằm hướng phát triển bền vững du lịch tại điểm đến chưa được làm rõ một cách toàn diện. Đặc biệt, chưa có nghiên cứu nào về quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng ở một địa phương.

Ba là, đã có một số nghiên cứu tập trung vào vai trò của một số bên liên quan trong phát triển du lịch cộng đồng, thừa nhận vai trò của các bên liên quan quan trọng như chính quyền địa phương, doanh nghiệp, cộng đồng và khách du lịch... trong phát triển du lịch cộng đồng bền vững, trong đó khẳng định vai trò trung tâm của cộng đồng địa phương. Một số nghiên cứu đã chỉ ra những lợi ích cơ bản của một vài chủ thể trong phát triển du lịch cộng đồng. Tuy nhiên, mối quan hệ lợi ích giữa các chủ thể, đặc biệt là việc phân bổ, điều phối và xung đột lợi ích vẫn chưa được nghiên cứu một cách toàn diện, hệ thống và có chiều sâu. Cụ thể, chưa có nghiên cứu nào làm rõ quan hệ lợi ích giữa các chủ thể trong phát triển du lịch cộng đồng dưới góc nhìn kinh tế chính trị, dựa trên khung lý luận về quan hệ lợi ích để đánh giá thực trạng quan hệ lợi ích giữa các chủ thể cơ bản, đặc biệt chỉ ra các xung đột về lợi ích giữa các chủ thể để tìm ra giải pháp bảo đảm hài hòa các quan hệ này nhằm phát triển du lịch cộng đồng một cách bền vững.

Từ các lập luận trên cho thấy, nghiên cứu quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng, từ đó đề xuất giải pháp bảo đảm hài hòa lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng là vấn đề mới, có ý nghĩa quan trọng, thiết thực đặc biệt với du lịch cộng đồng tại Lào Cai thời gian tới.

1.2.2. Khoảng trống trong nghiên cứu trước đó và những vấn đề luận án tập trung nghiên cứu

Từ kết quả tổng quan các công trình khoa học trong và ngoài nước, có thể nhận thấy rằng đã có nhiều nghiên cứu tiếp cận vấn đề lợi ích và quan hệ lợi ích từ các góc độ kinh tế học, xã hội học, quản trị học, cũng như từ tiếp cận kinh tế chính trị. Đồng thời, các nghiên cứu về du lịch cộng đồng cũng đã được triển khai ở nhiều khía cạnh như: vai trò của cộng đồng địa phương, phát triển sinh kế bền vững, mô hình quản lý du lịch, chia sẻ giá trị giữa các bên liên quan, hay xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù. Một số luận án trong nước cũng đã đề cập đến quan hệ lợi ích trong chuỗi giá trị các ngành như cà phê, nông nghiệp hữu cơ, năng lượng tái tạo, và cả trong du lịch nói chung. Tuy nhiên, những khoảng trống trong nghiên cứu hiện nay có thể khái quát như sau:

- Thiếu công trình chuyên sâu phân tích một cách hệ thống quan hệ lợi ích kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng dưới góc tiếp cận kinh tế chính trị học, đặc biệt là từ nền tảng lý luận Mác - Lênin về sở hữu, sản xuất và phân phối.

- Chưa có công trình nào tập trung nghiên cứu trực tiếp về quan hệ lợi ích giữa các chủ thể trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai - một địa phương có vai trò điển hình trong phát triển du lịch cộng đồng tại khu vực Tây Bắc, với đặc điểm đa dân tộc, nguồn tài nguyên văn hóa - tự nhiên phong phú, nhưng cũng chứa đựng nhiều mâu thuẫn lợi ích tiềm ẩn.

- Các tiêu chí đánh giá sự hài hòa lợi ích trong du lịch cộng đồng hiện nay vẫn còn phân tán, thiếu hệ thống. Hầu hết các nghiên cứu chỉ dừng lại ở mô tả vai trò hoặc đề xuất mô hình hợp tác chung giữa các bên, mà chưa đi sâu vào xây dựng khung lý thuyết về cấu trúc quan hệ lợi ích, các yếu tố ảnh hưởng và cơ chế điều tiết lợi ích giữa các chủ thể.

- Thiếu các nghiên cứu sử dụng phương pháp điều tra xã hội học kết hợp với

phân tích định tính - định lượng để làm rõ thực trạng quan hệ lợi ích giữa chính quyền, cộng đồng, doanh nghiệp và khách du lịch trong một không gian du lịch cụ thể, có tính đại diện cho các mô hình du lịch cộng đồng ở miền núi Việt Nam.

Chính vì vậy, luận án lựa chọn đề tài “Quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai” nhằm bổ sung vào những khoảng trống nêu trên, vừa góp phần hoàn thiện cơ sở lý luận, vừa cung cấp cơ sở thực tiễn và giải pháp ứng dụng phù hợp với yêu cầu phát triển du lịch cộng đồng trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế sâu rộng hiện nay.

Trên cơ sở tổng quan các công trình nghiên cứu đã có và xác định khoảng trống học thuật trong nghiên cứu về quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng ở Việt Nam nói chung và tại tỉnh Lào Cai nói riêng, luận án đặt ra các câu hỏi nghiên cứu cụ thể như sau:

(1) Về lý luận: Quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng là gì? Đặc điểm, nội dung và tiêu chí đánh giá quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng được xác định ra sao dưới góc độ kinh tế chính trị? Những nhân tố nào ảnh hưởng đến quan hệ lợi ích giữa các chủ thể tham gia vào phát triển du lịch cộng đồng?

(2) Về thực tiễn: Quan hệ lợi ích giữa các chủ thể chính (chính quyền địa phương, cộng đồng, doanh nghiệp, khách du lịch) trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai từ năm 2019 đến 2024 diễn ra như thế nào? Những thành tựu, hạn chế và nguyên nhân của thực trạng này là gì?

(3) Về định hướng và giải pháp: Để phát triển du lịch cộng đồng bền vững tại Lào Cai đến năm 2030, cần xác lập những quan điểm nào về hài hòa lợi ích giữa các bên liên quan? Những giải pháp nào cần được triển khai nhằm đảm bảo sự phân phối lợi ích công bằng, hạn chế xung đột và nâng cao hiệu quả phát triển du lịch cộng đồng?

Việc giải quyết các câu hỏi nghiên cứu trên là cơ sở để luận án xây dựng khung lý thuyết, triển khai điều tra thực tiễn, phân tích các quan hệ lợi ích, và đề xuất hệ giải pháp phù hợp với điều kiện phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

Tóm tắt chương 1

Chương 1 trình bày tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến quan hệ lợi ích và du lịch cộng đồng ở trong và ngoài nước. Luận án phân tích ba nhóm công trình: nghiên cứu về lợi ích và quan hệ lợi ích; nghiên cứu về du lịch cộng đồng; và các nghiên cứu tích hợp hai lĩnh vực trên. Trên cơ sở đó, tác giả xác định khoảng trống nghiên cứu về quan hệ lợi ích giữa các chủ thể trong phát triển du lịch cộng đồng cấp tỉnh, đặc biệt tại vùng miền núi như Lào Cai. Từ việc khái quát lý do chọn đề tài, mục tiêu, nhiệm vụ, đối tượng và phạm vi nghiên cứu, chương này làm rõ đóng góp của luận án và phương pháp tiếp cận, đồng thời xác lập cấu trúc nội dung toàn bộ công trình.

Chương 2

CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ QUAN HỆ LỢI ÍCH TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG

2.1. KHÁI NIỆM, ĐẶC ĐIỂM VÀ VAI TRÒ CỦA QUAN HỆ LỢI ÍCH TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG

2.1.1. Một số khái niệm cơ bản

2.1.1.1. *Khái niệm quan hệ lợi ích*

Khái niệm lợi ích: Lợi ích là một phạm trù trung tâm của khoa học kinh tế chính trị, phản ánh trực tiếp động lực kinh tế và định hướng hành động của các chủ thể trong xã hội. Đây không chỉ là một hiện tượng tâm lý hay cá nhân, mà là hiện tượng xã hội - kinh tế mang tính khách quan, gắn liền với các điều kiện lịch sử cụ thể của quá trình phát triển sản xuất và đời sống xã hội.

Từ nền tảng lý luận của C. Mác, lợi ích không phải là điều gì trừu tượng hay mang tính chủ quan thuần túy, mà chính là biểu hiện của nhu cầu vật chất - xã hội đã được ý thức và đặt trong quan hệ sở hữu, sản xuất, phân phối. Mác nhấn mạnh rằng: “Tiền đề đầu tiên của mọi sự tồn tại của con người và do đó là tiền đề của mọi lịch sử, đó là: Người ta phải có khả năng sống rồi mới có thể làm ra lịch sử” [6, tr.40]. Quan điểm này cho thấy lợi ích là tiền đề vận động của lịch sử xã hội loài người, xuất phát từ nhu cầu sống còn của con người gắn với điều kiện sản xuất vật chất.

Tiếp cận từ một chiều hướng tương tự, A.S. Aizikovich xác định: “Lợi ích là nhu cầu được thúc đẩy bởi xã hội”, tức là nhu cầu đã mang tính xã hội hóa và trở thành mục tiêu hành động của các chủ thể trong môi trường thực tiễn. Trong khi đó, các nhà nghiên cứu như Claire Kremen và Albie Miles cho rằng: “Lợi ích là sự phản ánh chủ quan của những nhu cầu tồn tại khách quan”, nghĩa là lợi ích luôn là kết quả của sự chuyển hóa giữa khách quan và chủ quan, giữa điều kiện kinh tế - xã hội và ý thức cá nhân hay nhóm xã hội.

Ở Việt Nam, nhiều học giả tiếp cận lợi ích dưới góc nhìn lịch sử - xã hội và thực tiễn phát triển kinh tế - chính trị. Đỗ Huy Hà nhấn mạnh: “Lợi ích là hiện

tượng xã hội khách quan gắn liền với những chủ thể xác định, được nảy sinh từ nhu cầu và nhằm thỏa mãn nhu cầu của con người trong những điều kiện kinh tế - xã hội nhất định” [18, tr.9]. Như vậy, lợi ích được hiểu là sự kết tinh giữa nhu cầu khách quan và khả năng hiện thực hóa nhu cầu đó trong khuôn khổ các quan hệ xã hội nhất định.

Tác giả Trần Thị Bích Huệ nhìn nhận lợi ích như “phương tiện đáp ứng, thỏa mãn nhu cầu của con người trong các quan hệ kinh tế - xã hội giữa con người với con người” [20, tr.31]. Bà cũng nhấn mạnh rằng không phải mọi nhu cầu đều dẫn đến lợi ích, mà chỉ khi nhu cầu thiết yếu không dễ dàng được thỏa mãn, lợi ích mới trở thành động cơ thúc đẩy hành động. Như vậy, lợi ích vừa là mục tiêu vừa là phương tiện trong các hành vi kinh tế - xã hội.

Tổng hợp các quan điểm trên, có thể thấy lợi ích có quan hệ chặt chẽ nhưng không đồng nhất với nhu cầu. Nhu cầu là tiền đề để hình thành lợi ích, song lợi ích chỉ xuất hiện khi nhu cầu đó được ý thức trong điều kiện có tính ràng buộc - khan hiếm - cạnh tranh - xã hội hóa. Nếu nhu cầu mang tính tự nhiên, thì lợi ích mang tính xã hội; nếu nhu cầu có thể phổ biến, thì lợi ích là thứ có thể phân chia, tranh chấp, thậm chí loại trừ lẫn nhau giữa các chủ thể.

Sự khác biệt giữa nhu cầu và lợi ích còn thể hiện ở chỗ: nhu cầu là điều kiện tồn tại tất yếu của con người, còn lợi ích là động lực xã hội có điều kiện, luôn gắn với các mối quan hệ sản xuất và cơ chế phân phối trong một giai đoạn phát triển cụ thể. Trong xã hội có giai cấp, lợi ích còn phản ánh mâu thuẫn giai cấp, xung đột và tương quan quyền lực giữa các tầng lớp, nhóm xã hội khác nhau.

Từ việc kế thừa, khái quát và phát triển các luận điểm lý luận nêu trên, trong phạm vi nghiên cứu, luận án cho rằng: *Lợi ích là một hiện tượng xã hội - kinh tế khách quan, được hình thành từ nhu cầu của các chủ thể trong điều kiện lịch sử - xã hội nhất định, thể hiện thành động lực hành động nhằm thực hiện, bảo vệ hoặc phân phối những giá trị kinh tế - xã hội, đặt trong mối quan hệ giữa con người với con người trong khuôn khổ các thiết chế sở hữu, sản xuất và phân phối.*

Với cách hiểu này, lợi ích không chỉ là mục tiêu cá nhân, mà còn là cấu trúc điều tiết hành vi xã hội, là trọng tâm hình thành quan hệ hợp tác hoặc xung đột,

là thước đo phân bổ nguồn lực trong nền kinh tế, và là chỉ báo quan trọng về công bằng, hiệu quả và phát triển bền vững trong từng mô hình kinh tế - xã hội.

Khái niệm quan hệ lợi ích: Trong khoa học xã hội, “quan hệ” được hiểu là sự liên hệ qua lại giữa hai hay nhiều chủ thể trong một hệ thống xã hội nhất định, biểu hiện bằng các mối tương tác nhằm đạt tới mục tiêu nhất định. Còn “lợi ích” là phạm trù phản ánh sự phù hợp giữa nhu cầu chủ quan của con người với khả năng khách quan trong điều kiện hiện thực để thỏa mãn nhu cầu đó. Như vậy, “quan hệ lợi ích” là mối liên hệ giữa các chủ thể xã hội nhằm thực hiện, bảo vệ hoặc phân chia lợi ích trong một bối cảnh cụ thể về kinh tế - xã hội.

Dưới góc độ Kinh tế chính trị Mác-xít, quan hệ lợi ích là hình thức biểu hiện sống động của quan hệ sản xuất - nơi diễn ra sự phân phối tư liệu sản xuất, sản phẩm và giá trị thặng dư giữa các giai cấp, tầng lớp xã hội. Mác và Ăngghen đã khẳng định rằng: “Động lực của toàn bộ lịch sử hiện đại... chính là cuộc đấu tranh của ba giai cấp lớn đó và những xung đột về lợi ích của họ” [9, tr.439]. Như vậy, quan hệ lợi ích không chỉ mang nội dung kinh tế, mà còn là biểu hiện của mối quan hệ giai cấp, có tính lịch sử, chính trị và đấu tranh.

Từ phương diện lý luận, Hoàng Văn Khải định nghĩa: “Quan hệ lợi ích là quan hệ xã hội khách quan giữa các chủ thể có cùng nhu cầu và cùng đối tượng thỏa mãn nhu cầu trong những điều kiện lịch sử - xã hội nhất định” [28, tr.50]. Quan hệ này không phát sinh một cách tùy tiện mà chỉ hình thành khi có sự giao thoa giữa những nhu cầu thiết yếu, cấp bách, trong điều kiện đối tượng lợi ích khan hiếm hoặc hạn chế khả năng thỏa mãn.

Trương Văn Thủy tiếp cận vấn đề từ khía cạnh hệ thống và thực tiễn kinh tế, cho rằng: “Quan hệ lợi ích dưới góc độ kinh tế chính trị là tổng thể các lợi ích kinh tế của các chủ thể cùng tham gia hoạt động kinh tế trong mối liên hệ hữu cơ với nhau dưới sự chi phối của các quy luật kinh tế trong những điều kiện lịch sử cụ thể của quan hệ sản xuất và trình độ phát triển của lực lượng sản xuất” [53, tr.34]. Nhận định này chỉ rõ hai chiều kích đặc trưng của quan hệ lợi ích: tính khách quan - lịch sử và tính vận động - giai cấp.

Từ các quan điểm nêu trên, có thể thấy cấu trúc cơ bản của một quan hệ lợi

ích bao gồm hai thành tố: (i) các chủ thể lợi ích, là những cá nhân, nhóm xã hội hay tổ chức có năng lực và động cơ hành động để đạt được lợi ích; (ii) các đối tượng lợi ích, là những nguồn lực, tài sản, điều kiện hay giá trị có khả năng đáp ứng nhu cầu của chủ thể. Giữa các chủ thể và đối tượng hình thành hai loại quan hệ cơ bản: (1) quan hệ giữa chủ thể với đối tượng lợi ích - phản ánh mối liên hệ khai thác, kiểm soát hoặc chiếm dụng; và (2) quan hệ giữa các chủ thể cùng hướng tới một đối tượng lợi ích - phản ánh sự tương tác, thương lượng, cạnh tranh hoặc xung đột lợi ích.

Trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, quan hệ lợi ích được quy định không chỉ bởi quy luật giá trị, cung - cầu và cạnh tranh, mà còn bởi vai trò điều tiết của Nhà nước, quyền sở hữu đa dạng và thiết chế chính trị. Do đó, quan hệ lợi ích trong kinh tế thị trường không thể tự điều chỉnh một cách tuyệt đối hài hòa, mà luôn cần sự dẫn dắt của thể chế nhằm bảo đảm công bằng, hạn chế mâu thuẫn và khơi dậy động lực phát triển. Từ các luận điểm lý luận và thực tiễn trên, luận án xác định: *Quan hệ lợi ích là tổng hòa các mối liên hệ hữu cơ và có tính lịch sử giữa các chủ thể kinh tế - xã hội, nhằm xác lập, thực hiện và điều tiết các lợi ích kinh tế thông qua tương tác hợp tác, cạnh tranh hoặc phân phối, dưới sự chi phối của trình độ phát triển lực lượng sản xuất, hình thức sở hữu và thể chế điều tiết xã hội trong một giai đoạn phát triển nhất định.*

2.1.1.2. Khái niệm du lịch cộng đồng, phát triển du lịch cộng đồng và các bên liên quan trong phát triển du lịch cộng đồng

*** Khái niệm về du lịch cộng đồng**

Cộng đồng là khái niệm dùng để chỉ một tập hợp các cá nhân cùng sinh sống trong một không gian xã hội nhất định, được liên kết với nhau bởi các đặc điểm chung về văn hóa, lợi ích, lối sống, hoặc mối quan tâm tương đồng. Trong khuôn khổ nghiên cứu của luận án này, khái niệm cộng đồng được hiểu theo nghĩa hẹp, chủ yếu đề cập đến nhóm người dân cư trú trong một đơn vị hành chính cụ thể - như thôn, bản, xã - có sự tương đồng về văn hóa, tập quán sinh hoạt hoặc cùng thuộc một dân tộc. Đây là những cộng đồng không chỉ cùng chia sẻ đời sống xã hội mà còn có sự tham gia chung trong các hoạt động kinh tế, đặc biệt là các hoạt động liên

quan đến phát triển du lịch tại địa phương.

Khái niệm du lịch cộng đồng bắt đầu được chú ý từ những năm 1960-1970, gắn liền với các sáng kiến phát triển cộng đồng quy mô nhỏ do các tổ chức quốc tế như Cơ quan Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ (USAID), Ngân hàng Thế giới, Liên Hợp Quốc và nhiều tổ chức viện trợ phi chính phủ khác triển khai tại các quốc gia đang phát triển. Sự tham gia chủ động của cộng đồng địa phương được xem là nhân tố quan trọng trong tiến trình phát triển bền vững, đặc biệt trong các lĩnh vực quản lý tài nguyên thiên nhiên và du lịch. Đến những năm 1990, trước những ảnh hưởng tiêu cực rõ nét của ngành du lịch đại trà đối với môi trường và văn hóa, mô hình du lịch cộng đồng đã dần định hình như một xu hướng phát triển mới, tập trung vào việc trao quyền cho người dân địa phương trong việc ra quyết định, quản lý và hưởng lợi từ du lịch.

Nhiều học giả và tổ chức quốc tế đã đưa ra những định nghĩa khác nhau về du lịch cộng đồng, phản ánh các góc nhìn đa dạng về vai trò của cộng đồng trong mô hình phát triển này. Hall (1996) khẳng định rằng du lịch cộng đồng là hình thức du lịch mà trong đó cộng đồng địa phương đóng vai trò trung tâm trong quá trình lập kế hoạch và duy trì sự phát triển du lịch bền vững. Quỹ Động vật Hoang dã Thế giới (WWF, 2001) nhấn mạnh tính chủ động của cộng đồng trong việc quản lý và kiểm soát quá trình phát triển du lịch cũng như phân phối lợi ích kinh tế từ hoạt động này. Bộ Tiêu chuẩn ASEAN về du lịch cộng đồng cũng xác định du lịch cộng đồng là các hoạt động do cộng đồng sở hữu, điều hành và quản lý hoặc phối hợp điều hành ở cấp cộng đồng, nhằm góp phần vào sự thịnh vượng chung thông qua hỗ trợ sinh kế bền vững và bảo tồn các giá trị truyền thống văn hóa - xã hội, tài nguyên thiên nhiên và di sản.

Tại Việt Nam, trong khoảng hơn một thập niên trở lại đây, du lịch cộng đồng đã trở thành một chủ đề thu hút sự quan tâm lớn của các nhà nghiên cứu, nhà quản lý và hoạch định chính sách trong lĩnh vực du lịch. Nhiều công trình đã góp phần hệ thống hóa khái niệm và định hình đặc điểm của loại hình du lịch này. Trong số đó, Luật Du lịch năm 2017 là văn bản pháp lý đầu tiên tại Việt Nam đưa ra khái niệm chính thức về du lịch cộng đồng. Theo khoản 15, Điều 3 của Luật, “*Du lịch cộng*

đồng là loại hình du lịch được phát triển trên cơ sở các giá trị văn hóa của cộng đồng, do cộng đồng dân cư quản lý, tổ chức khai thác và hưởng lợi” [38, tr.18].

Trong phạm vi nghiên cứu của luận án này, *khái niệm về du lịch cộng đồng sẽ được hiểu và sử dụng nhất quán theo định nghĩa chính thức tại Luật Du lịch Việt Nam năm 2017*. Việc lựa chọn định nghĩa này không chỉ đảm bảo tính pháp lý và tính thống nhất trong phân tích lý luận và thực tiễn, mà còn phù hợp với điều kiện triển khai các mô hình du lịch cộng đồng tại Việt Nam, nơi cộng đồng đóng vai trò trung tâm trong quản lý, khai thác và hưởng lợi từ các hoạt động du lịch dựa trên các giá trị văn hóa bản địa.

Từ định nghĩa trên, có thể khái quát rằng du lịch cộng đồng là một loại hình du lịch đặc thù, mang tính chất bền vững, trong đó cộng đồng địa phương vừa là chủ thể tham gia vào quá trình thiết kế, tổ chức, quản lý hoạt động du lịch, vừa là đối tượng trực tiếp hưởng lợi từ các kết quả mang lại. Mô hình này đồng thời gắn chặt với mục tiêu bảo tồn tài nguyên thiên nhiên, giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc, và nâng cao chất lượng đời sống vật chất, tinh thần cho người dân bản địa. Các sản phẩm của du lịch cộng đồng thường có tính chất trải nghiệm, gắn liền với không gian sinh hoạt, sản xuất, lễ hội, tín ngưỡng và ẩm thực truyền thống của cộng đồng. Tính tương tác giữa du khách và người dân địa phương là đặc điểm nổi bật, góp phần tạo nên giá trị nhân văn và chiều sâu văn hóa cho sản phẩm du lịch.

**** Khái niệm phát triển du lịch cộng đồng***

“Phát triển” là một khái niệm mang tính bao quát, thể hiện quá trình vận động tiến lên về mọi mặt của đời sống xã hội. Về tổng thể, phát triển có thể được hiểu là sự tăng trưởng và cải thiện có chủ đích về kinh tế, xã hội và môi trường, là sự chuyển biến từ trạng thái đơn giản đến phức tạp, từ kém hiệu quả đến hiệu quả hơn, từ thuần túy kinh tế sang sự hài hòa giữa các mục tiêu kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội và sinh thái. Trong bối cảnh phát triển du lịch, khái niệm này được cụ thể hóa dưới dạng những chiến lược, chính sách và hành động có tính hệ thống, nhằm không chỉ khai thác tài nguyên để phục vụ nhu cầu du khách mà còn tạo động lực phát triển bền vững cho cộng đồng cư dân sở tại.

Phát triển du lịch cộng đồng, do đó, là một lĩnh vực mang tính liên ngành,

chịu tác động của nhiều yếu tố và góc tiếp cận khác nhau. Trong quá trình nghiên cứu và thực tiễn triển khai, đã hình thành ba nhóm quan điểm tiếp cận chủ yếu về phát triển du lịch cộng đồng. Thứ nhất là quan điểm phát triển theo hướng cầu - cung, trong đó nhấn mạnh việc mở rộng và phát triển thị trường khách du lịch làm tiền đề để thúc đẩy các hoạt động cung ứng dịch vụ và sản phẩm từ phía cộng đồng địa phương. Thứ hai là quan điểm phát triển theo hướng chiến lược, tập trung vào việc xác lập các mục tiêu dài hạn, xây dựng quy hoạch tổng thể và đề xuất các giải pháp toàn diện cho sự phát triển du lịch cộng đồng gắn với điều kiện thực tiễn từng địa phương. Thứ ba là quan điểm phát triển dựa trên mạng lưới, được lý giải thông qua “lý thuyết trò chơi”, với năm yếu tố cơ bản gồm: người chơi (players), giá trị gia tăng (value added), quy tắc (rules), chiến thuật (tactics) và phạm vi (scope). Trong đó, yếu tố “người chơi” - tức các tác nhân tham gia vào chuỗi giá trị du lịch - giữ vai trò trung tâm trong cấu trúc vận hành và phân phối lợi ích của mô hình du lịch cộng đồng.

Trên cơ sở kế thừa, tổng hợp các quan điểm tiếp cận nêu trên và kết quả nghiên cứu từ các công trình trước đây, trong khuôn khổ nghiên cứu của luận án này, tác giả thống nhất sử dụng khái niệm: “Phát triển du lịch cộng đồng là tổng hợp các quá trình, các hoạt động trong đó chính quyền địa phương, cộng đồng địa phương và các doanh nghiệp kinh doanh du lịch cùng phối hợp nhằm xây dựng, tổ chức và quản lý các sản phẩm du lịch gắn với bản sắc văn hóa và nguồn tài nguyên bản địa nhằm sáng tạo, bảo tồn và chia sẻ giá trị.”

Theo định nghĩa này, phát triển du lịch cộng đồng không đơn thuần là sự gia tăng về số lượng khách du lịch hay doanh thu, mà là một tiến trình liên tục và đa chiều, trong đó các bên liên quan cần phối hợp chặt chẽ, hài hòa nhằm tạo ra các giá trị bền vững cho cả du khách và cộng đồng sở tại. Hoạt động phát triển du lịch cộng đồng bao gồm ba nhóm chức năng cốt lõi: sáng tạo giá trị, chia sẻ giá trị, và bảo tồn nguồn gốc giá trị. Ba nhóm hoạt động này tạo thành một chuỗi liên kết khép kín, vừa hỗ trợ, vừa kiểm soát lẫn nhau, góp phần cân bằng giữa mục tiêu phát triển kinh tế và trách nhiệm gìn giữ di sản văn hóa - sinh thái.

Cụ thể, nhóm hoạt động sáng tạo giá trị tập trung vào đổi mới, thiết kế và

cung cấp các sản phẩm - dịch vụ du lịch mang tính trải nghiệm và phản ánh bản sắc địa phương. Nhóm hoạt động chia sẻ giá trị đảm bảo việc phân phối lợi ích từ du lịch một cách công bằng, minh bạch, qua đó tạo dựng sự đồng thuận và nâng cao tính chủ động tham gia của người dân địa phương. Trong khi đó, nhóm bảo tồn nguồn gốc giá trị giữ vai trò then chốt trong việc duy trì nền tảng văn hóa, bảo vệ tài nguyên thiên nhiên - xã hội, giúp đảm bảo tính ổn định và bền vững dài hạn cho quá trình phát triển du lịch cộng đồng.

Sự phối hợp nhịp nhàng giữa ba nhóm hoạt động trên không chỉ giúp gắn kết các chủ thể trong chuỗi giá trị du lịch, mà còn tạo nên hệ sinh thái du lịch cộng đồng đa chiều, trong đó phát triển kinh tế không tách rời với bảo vệ môi trường và gìn giữ bản sắc văn hóa. Khi các sản phẩm du lịch được sáng tạo một cách hấp dẫn, phù hợp với thị hiếu thị trường, đi kèm với cơ chế chia sẻ lợi ích hợp lý và chiến lược bảo tồn hiệu quả, sẽ góp phần xây dựng niềm tin, nâng cao năng lực nội sinh và gia tăng vị thế của cộng đồng trong mối quan hệ với các tác nhân khác.

Phát triển du lịch cộng đồng, nếu được thực hiện hiệu quả, sẽ mang lại những tác động tích cực đa phương diện đối với địa phương. Trước hết là tác động kinh tế thông qua việc tạo việc làm, nâng cao thu nhập, đa dạng hóa sinh kế và thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm địa phương. Tiếp đến là tác động xã hội - văn hóa, thể hiện qua việc nâng cao nhận thức cộng đồng, giữ gìn bản sắc dân tộc, tăng cường gắn kết nội bộ và khơi dậy niềm tự hào văn hóa. Bên cạnh đó là tác động môi trường, thông qua việc khuyến khích sử dụng tài nguyên hợp lý, bảo vệ cảnh quan sinh thái và nâng cao trách nhiệm bảo tồn trong cộng đồng.

Tuy nhiên, sự phát triển du lịch cộng đồng cũng tiềm ẩn những hệ lụy tiêu cực nếu không có cơ chế quản lý và giám sát phù hợp. Những thách thức có thể bao gồm: suy thoái môi trường, ô nhiễm cảnh quan, biến đổi văn hóa, gia tăng tệ nạn xã hội hoặc bất bình đẳng trong phân phối lợi ích. Do vậy, để phát huy được vai trò tích cực và hạn chế tối đa những mặt trái của phát triển du lịch cộng đồng, cần thiết phải thiết lập cơ chế phối hợp hiệu quả giữa các bên liên quan, đặc biệt là vai trò định hướng, hỗ trợ và giám sát từ phía chính quyền địa phương, đồng thời nâng cao năng lực tự tổ chức và quản trị của cộng đồng cư dân bản địa.

**** Các bên liên quan trong phát triển du lịch cộng đồng***

Trong phát triển du lịch cộng đồng, sự vận hành và phân phối lợi ích không chỉ bị chi phối bởi quy luật cung - cầu thị trường, mà còn là kết quả của các mối quan hệ xã hội - kinh tế - chính trị giữa nhiều chủ thể khác nhau. Dưới góc tiếp cận Kinh tế chính trị, các chủ thể này không đơn thuần là người cung cấp hay tiêu dùng dịch vụ, mà là những lực lượng mang theo quyền lực, lợi ích và vị thế sở hữu khác nhau, từ đó tác động đến quá trình hình thành, phân phối và kiểm soát các giá trị tạo ra từ hoạt động du lịch.

Theo Freeman (1984), bên liên quan (stakeholder) là “bất kỳ cá nhân hoặc nhóm nào có thể ảnh hưởng hoặc bị ảnh hưởng bởi việc thực hiện mục tiêu của một tổ chức”. Quan điểm này nhấn mạnh đến tính tương tác và tính phụ thuộc lẫn nhau giữa các tác nhân trong một hệ thống phát triển. Mitchell et al. (1997) tiếp cận khái niệm này qua ba thuộc tính: quyền lực (power), chính danh (legitimacy), và sự cấp thiết (urgency), qua đó phân loại mức độ ảnh hưởng của các nhóm trong quản trị. Trong ngành du lịch, nhiều học giả như Timothy (2002), Byrd (2007), Jamal & Getz (1995) cho rằng các bên liên quan là những người có quyền sở hữu, kiểm soát tài nguyên hoặc tham gia vào quá trình ra quyết định, điều hành và hưởng lợi từ hoạt động du lịch. Cách tiếp cận này nhấn mạnh đến vai trò của quyền kiểm soát tài nguyên và khả năng chi phối giá trị. Dựa trên các quan điểm trên, luận án xác định: *“Các bên liên quan trong phát triển du lịch cộng đồng là những chủ thể có quyền và nghĩa vụ trong việc tạo ra, sử dụng, điều tiết hoặc phân phối các nguồn lực và giá trị gắn với hoạt động du lịch cộng đồng tại một không gian lãnh thổ cụ thể, có quan hệ tương hỗ về lợi ích và khả năng tác động qua lại lẫn nhau trong chuỗi giá trị du lịch”*

Trong phạm vi nghiên cứu, luận án giới hạn phạm vi nghiên cứu vào bốn chủ thể chính - chính quyền địa phương, cộng đồng địa phương, doanh nghiệp du lịch và khách du lịch, bởi đây là các tác nhân trực tiếp chi phối quá trình sản xuất, phân phối và tái phân phối giá trị trong chuỗi du lịch cộng đồng. Các mối quan hệ giữa các bên liên quan trên phản ánh đầy đủ bản chất của quan hệ sở hữu, quyền lực và lợi ích - những phạm trù trung tâm của kinh tế chính trị. Việc không mở rộng sang

các bên liên quan như như tổ chức xã hội hay tổ chức phi chính phủ nhằm đảm bảo tính trọng tâm, đi sâu vào cấu trúc kinh tế - xã hội cốt lõi trong phát triển du lịch cộng đồng.

(1) Chính quyền địa phương giữ vai trò kép: vừa đại diện Nhà nước quản lý tài nguyên công như đất đai, văn hóa phi vật thể, vừa là thiết chế tạo lập môi trường thể chế, đầu tư và phối hợp phát triển. Dưới góc nhìn Kinh tế chính trị, chính quyền không chỉ thực hiện chức năng hành chính mà còn định hình quan hệ lợi ích thông qua chính sách, pháp luật và công cụ phân bổ tài nguyên. Tuy nhiên, ở cấp cơ sở, chính quyền thường thiếu công cụ pháp lý và tài chính để điều tiết hiệu quả mối quan hệ giữa doanh nghiệp và cộng đồng, dẫn đến tình trạng “bị động hóa” trong giám sát và giải quyết xung đột.

(2) Cộng đồng địa phương - đặc biệt là các nhóm dân tộc thiểu số - là chủ thể sở hữu tài nguyên bản địa, đồng thời là lực lượng lao động trực tiếp trong du lịch cộng đồng. Họ cung ứng các dịch vụ như homestay, ẩm thực, thủ công mỹ nghệ và biểu diễn văn hóa. Tuy nhiên, cộng đồng thường ở vị thế yếu trong quan hệ lợi ích do hạn chế năng lực tổ chức, đàm phán và thông tin. Dưới tiếp cận Kinh tế chính trị, cộng đồng là “lực lượng sở hữu yếu thế”, dễ bị thương mại hóa văn hóa, mất kiểm soát không gian sống và bị loại khỏi quá trình ra quyết định. Việc nâng cao vai trò cộng đồng không chỉ là trao quyền kinh tế, mà còn là tái cấu trúc quan hệ sở hữu và quyền lực trong chuỗi giá trị du lịch cộng đồng.

(3) Doanh nghiệp du lịch là lực lượng tổ chức sản phẩm, vận hành chuỗi dịch vụ và kết nối thị trường. Với ưu thế về vốn, công nghệ và thông tin, doanh nghiệp có thể chi phối cấu trúc chuỗi giá trị, đồng thời quyết định phần lớn trải nghiệm khách hàng. Nếu không bị ràng buộc thể chế hoặc trách nhiệm xã hội, doanh nghiệp dễ rơi vào xu hướng tối đa hóa lợi nhuận, thu hẹp vai trò cộng đồng và thương mại hóa bản sắc. Ngược lại, nếu có cơ chế hợp tác minh bạch, doanh nghiệp có thể đóng vai trò lan tỏa tích cực thông qua đầu tư hạ tầng, đào tạo, bảo tồn văn hóa và xây dựng chuỗi giá trị công bằng.

(4) Khách du lịch là người tiêu dùng cuối cùng, có ảnh hưởng lớn đến định hướng dịch vụ và cấu trúc lợi ích thông qua hành vi tiêu dùng và phản hồi. Họ

không trực tiếp tham gia vận hành du lịch nhưng lại là lực lượng “bỏ phiếu bằng ví tiền”, từ đó có khả năng tái cấu trúc mối quan hệ cung - cầu và gián tiếp tác động đến chính sách. Dưới góc độ Kinh tế chính trị, du khách là “nhà đầu tư nhỏ lẻ” và “người giám sát phi chính thức”, có thể tạo ra áp lực cải thiện chất lượng hoặc vô tình duy trì mô hình phát triển thiếu bền vững nếu tiêu dùng phi trách nhiệm. Do đó, khách du lịch cần được định vị lại như một bên liên quan đạo đức, với quyền và trách nhiệm trong môi trường du lịch cộng đồng đa chủ thể.

Tóm lại, trong phát triển du lịch cộng đồng, bốn chủ thể chính vừa hợp tác vừa mặc cả lợi ích trong một không gian phát triển đan xen giữa yếu tố kinh tế - xã hội - văn hóa. Việc nhận diện và phân tích sâu cấu trúc lợi ích giữa họ là cơ sở khoa học để thiết kế thể chế điều phối hợp lý, bảo đảm phát triển công bằng, minh bạch và bền vững.

2.1.1.3. Khái niệm quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng

Trong bối cảnh phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, việc phân tích và giải quyết các mối quan hệ lợi ích giữa các chủ thể kinh tế - xã hội trở thành một vấn đề có ý nghĩa lý luận và thực tiễn quan trọng. Đặc biệt, trong lĩnh vực phát triển du lịch cộng đồng - một loại hình du lịch đặt trọng tâm vào vai trò của người dân bản địa - thì quan hệ lợi ích giữa các chủ thể tham gia là nhân tố cốt lõi quyết định tính hiệu quả, công bằng và bền vững của mô hình phát triển. Trên cơ sở kế thừa các tiếp cận liên ngành luận án xác định: *Quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng là sự thiết lập và duy trì những tương tác về lợi ích giữa các chủ thể trong toàn bộ quá trình tổ chức, triển khai và vận hành các hoạt động du lịch cộng đồng, nhằm tối ưu hóa lợi ích tổng thể, bảo đảm sự hài hòa giữa các bên tham gia, và thúc đẩy phát triển du lịch cộng đồng theo hướng bền vững.* Khái niệm này nhấn mạnh ba phương diện cơ bản.

Thứ nhất, quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng không tồn tại như một trạng thái tĩnh, mà là một quá trình vận động thường xuyên, được hình thành và điều chỉnh liên tục thông qua các hoạt động tương tác giữa các chủ thể. Trong đó, lợi ích kinh tế là động lực thúc đẩy chính, song không tách rời các lợi ích xã hội, văn hóa và môi trường. Lợi ích của từng chủ thể không tồn tại biệt lập mà có

mối quan hệ ràng buộc, tương hỗ và phụ thuộc lẫn nhau. Lợi ích của một bên có thể là điều kiện hoặc kết quả từ hành động của bên khác, từ đó hình thành các chuỗi quan hệ lợi ích đa chiều, mang tính đan xen phức tạp. Chính trong mối tương tác ấy, các chủ thể xác lập các liên minh, thỏa thuận hoặc cạnh tranh - làm nổi bật đặc điểm tất yếu của quan hệ lợi ích trong nền kinh tế thị trường: vừa hợp tác, vừa đấu tranh.

Thứ hai, các quan hệ lợi ích trong du lịch cộng đồng luôn gắn liền với vai trò, vị trí và động cơ của từng chủ thể tham gia. Trong mô hình phát triển du lịch cộng đồng, bốn chủ thể trung tâm được xác định bao gồm: chính quyền địa phương, cộng đồng cư dân bản địa, doanh nghiệp du lịch, và khách du lịch. Bên cạnh đó, còn có các chủ thể hỗ trợ khác như chuyên gia, tổ chức phi chính phủ, báo chí và truyền thông. Mỗi chủ thể có lợi ích, nguồn lực và khả năng chi phối khác nhau, từ đó hình thành các nhóm quan hệ lợi ích cơ bản (giữa chính - dân - doanh - khách) và các nhóm quan hệ thứ cấp hoặc hỗ trợ. Việc nhận diện đúng các mối quan hệ này có ý nghĩa quan trọng trong việc phân tích xung đột lợi ích, xác lập các cơ chế phân phối hợp lý, cũng như hoạch định chính sách công can thiệp hiệu quả vào quá trình phát triển du lịch cộng đồng.

Thứ ba, bảo đảm sự hài hòa lợi ích là điều kiện tiên quyết để phát triển du lịch cộng đồng một cách ổn định và bền vững. Trong mỗi quan hệ lợi ích, việc các chủ thể thỏa thuận và đạt được sự đồng thuận về lợi ích cần được đặt trên nền tảng của khung pháp lý minh bạch, quy hoạch phát triển rõ ràng, và đặc biệt là sự tham gia thực chất của cộng đồng địa phương. Chính quyền địa phương đóng vai trò kiến tạo môi trường thể chế thuận lợi; doanh nghiệp hướng đến lợi nhuận bền vững trên cơ sở tôn trọng cộng đồng và môi trường; cộng đồng cư dân cần được trao quyền, được tham gia quyết định và hưởng lợi tương xứng từ nguồn tài nguyên mà họ đang gìn giữ; còn khách du lịch cần thể hiện trách nhiệm xã hội đối với điểm đến. Như vậy, hài hòa lợi ích không chỉ là yêu cầu đạo đức hay xã hội, mà còn là một điều kiện kinh tế mang tính chiến lược trong quản trị phát triển du lịch cộng đồng hiện nay.

Từ việc nhận diện và phân tích rõ khái niệm quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng, luận án không chỉ góp phần hoàn thiện cơ sở lý luận cho nghiên cứu, mà còn tạo tiền đề cho việc xây dựng mô hình phát triển hài hòa, bao trùm và bền vững trong thực tiễn tại các địa phương có tiềm năng du lịch cộng đồng.

2.1.2. Đặc điểm quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng

Trong phát triển du lịch cộng đồng, quan hệ lợi ích giữa các chủ thể không chỉ là sự phân phối giá trị kinh tế, mà còn phản ánh tương tác phức hợp giữa yếu tố văn hóa, xã hội, môi trường và thể chế trong một không gian phát triển cụ thể. Dưới góc độ kinh tế chính trị, những quan hệ này mang tính chất lịch sử - xã hội, có sự phân tầng và phụ thuộc vào quyền lực, khả năng thương lượng và cơ chế sở hữu tài nguyên.

Thứ nhất, quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng không chỉ là sự phân chia thu nhập, mà còn bao gồm cả các lợi ích phi vật chất như bảo tồn bản sắc văn hóa, giữ gìn môi trường, nâng cao đời sống tinh thần và củng cố năng lực cộng đồng. Du lịch cộng đồng không thuần túy mang lại lợi nhuận mà còn góp phần cải thiện hạ tầng cơ sở, tạo điều kiện tiếp cận các dịch vụ công như giáo dục, y tế và thông tin. Đồng thời, quá trình phát triển còn thúc đẩy cộng đồng học hỏi, tiếp cận tri thức mới, phát triển năng lực nội sinh - những yếu tố có tính chiến lược trong phát triển bền vững.

Thứ hai, quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng là quan hệ đa chủ thể, với sự tham gia của cộng đồng, doanh nghiệp, chính quyền và khách du lịch - mỗi bên có động cơ và lợi ích riêng. Mức độ và cơ chế phân phối lợi ích phụ thuộc vào khả năng tiếp cận nguồn lực, thể chế hỗ trợ và năng lực đàm phán của từng chủ thể. Cộng đồng dù giữ vai trò tạo ra giá trị gốc (văn hóa, cảnh quan, trải nghiệm), nhưng nếu thiếu hạ tầng, kỹ năng và hỗ trợ thể chế, dễ rơi vào thế yếu. Doanh nghiệp, với ưu thế vốn và công nghệ, có thể chi phối chuỗi giá trị nếu không bị kiểm soát. Chính quyền giữ vai trò điều tiết nhưng thường bị giằng co giữa nhiệm vụ phát triển kinh tế và bảo vệ quyền lợi người dân. Khách du lịch tuy không trực tiếp tham gia sản xuất nhưng hành vi tiêu dùng của họ lại quyết định hướng vận động của thị trường và cấu trúc lợi ích tại điểm đến.

Thứ ba, quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng thường chứa đựng cả hợp tác và cạnh tranh, đồng thuận và xung đột. Tính chất cộng đồng gắn kết về địa lý - sinh kế giúp thúc đẩy hợp tác, nhưng nếu thiếu minh bạch và công bằng, lợi ích bị chi phối bởi một nhóm sẽ dẫn đến mâu thuẫn. Những bất cập như: không

công khai phân chia lợi ích, cộng đồng không được tham vấn chính sách, doanh nghiệp đầu tư không tái đầu tư cho địa phương, đều có thể gây bất bình đẳng, xói mòn lòng tin và phá vỡ cấu trúc đồng thuận.

Thứ tư, lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng là hệ thống tương tác giữa giá trị ngắn hạn - dài hạn, cá nhân - cộng đồng, vật chất - phi vật chất. Việc gia tăng thu nhập ngắn hạn có thể đi kèm với nguy cơ mất bản sắc văn hóa, suy thoái môi trường hoặc rạn vỡ cấu trúc cộng đồng nếu không được điều tiết hợp lý. Quan hệ lợi ích muốn bền vững cần có cơ chế phối hợp minh bạch, trao quyền thực chất cho cộng đồng tham gia xây dựng, giám sát và thụ hưởng lợi ích, trên nguyên tắc tôn trọng bản sắc và công bằng xã hội.

Thứ năm, phát triển du lịch cộng đồng diễn ra trong một không gian kinh tế - xã hội đặc thù, nơi các chủ thể phụ thuộc lẫn nhau và hình thành những liên minh lợi ích phức tạp. Ví dụ, doanh nghiệp liên kết với chính quyền để mở rộng hạ tầng, trong khi cộng đồng có thể hợp tác với tổ chức xã hội để bảo vệ quyền lợi. Từ góc độ Kinh tế chính trị, đây là biểu hiện của quá trình tái cấu trúc quan hệ sản xuất, trong đó lợi ích không chỉ được phân phối sau sản xuất mà còn chi phối cách thức tổ chức và quyền kiểm soát chuỗi giá trị.

Thứ sáu, quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng có tính dễ tổn thương, chịu tác động mạnh từ các yếu tố bên ngoài như biến động thị trường, dịch bệnh, thiên tai hoặc thay đổi chính sách. Những cú sốc này có thể làm gián đoạn dòng giá trị, làm xuất hiện các bất bình đẳng mới hoặc tái định vị vai trò của các chủ thể trong hệ sinh thái du lịch.

Thứ bảy, quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng không cố định mà biến đổi theo thời gian và không gian. Không có mô hình phân phối lợi ích phổ quát, mà phụ thuộc vào điều kiện tự nhiên, cấu trúc thể chế, đặc điểm dân cư và mức độ tham gia của từng chủ thể. Do đó, hoạch định chính sách cần linh hoạt, đặt trong bối cảnh địa phương cụ thể và tạo dư địa cho các chủ thể thích nghi, học hỏi và đổi mới để hướng đến phát triển bền vững.

Như vậy, có thể khẳng định quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng là một cấu trúc động, phản ánh mối mặc cả và tương tác giữa các nhóm chủ

thể trong không gian kinh tế - xã hội cụ thể. Phân tích đầy đủ đặc điểm của quan hệ này là cơ sở quan trọng để xây dựng thể chế điều phối hài hòa, đảm bảo công bằng, hiệu quả và bền vững trong phát triển du lịch cộng đồng tại Việt Nam.

2.1.3. Vai trò của việc bảo đảm quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng

Việc bảo đảm hài hòa quan hệ lợi ích giữa các chủ thể trong phát triển du lịch cộng đồng không chỉ là yêu cầu mang tính nhân văn mà còn là yếu tố cốt lõi quyết định tính bền vững, hiệu quả và khả năng mở rộng của mô hình du lịch cộng đồng. Dưới góc độ Kinh tế chính trị, đây không chỉ là vấn đề phân phối tài nguyên hay chia sẻ thu nhập, mà còn là sự tổ chức lại quan hệ sản xuất theo hướng công bằng, minh bạch và đồng tham gia, phù hợp với thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

Thứ nhất, bảo đảm hài hòa lợi ích là điều kiện tiên quyết để duy trì và phát huy động lực phát triển nội sinh của cộng đồng. Khi người dân địa phương có cơ hội tham gia và hưởng lợi rõ ràng từ hoạt động du lịch, họ sẽ có trách nhiệm hơn trong việc gìn giữ tài nguyên văn hóa - môi trường và tích cực cung cấp các dịch vụ bản địa. Đồng thời, doanh nghiệp có thể chủ động phối hợp để xây dựng sản phẩm đặc thù, còn chính quyền dễ dàng huy động sự đồng thuận và phối hợp xã hội trong triển khai chính sách. Một chu trình khép kín được hình thành: cộng đồng - doanh nghiệp - chính quyền - du khách cùng tạo ra giá trị, cùng hưởng lợi, qua đó bảo đảm sự phát triển toàn diện từ kinh tế, xã hội đến môi trường.

Thứ hai, quan hệ lợi ích hài hòa là công cụ nâng cao hiệu quả kinh tế và giảm thiểu rủi ro trong vận hành chuỗi giá trị du lịch cộng đồng. Việc phân chia lợi ích hợp lý giúp tránh tình trạng một nhóm chủ thể độc chiếm giá trị hoặc gây ra xung đột âm ỉ với các bên còn lại. Khi mỗi bên được hưởng phần lợi ích tương xứng với mức độ đóng góp, họ sẽ phát huy được vai trò riêng trong chuỗi cung ứng: cộng đồng nâng cao năng lực dịch vụ và quản lý bản sắc; doanh nghiệp mở rộng đầu tư và cải tiến sản phẩm; chính quyền quản trị hiệu quả và thu hút thêm nguồn lực. Từ đó, lợi ích không chỉ dừng lại ở thu nhập cá nhân, mà còn lan tỏa thành giá trị cộng đồng và đóng góp cho ngân sách địa phương.

Thứ ba, hài hòa lợi ích là nền tảng để thiết lập quan hệ đối tác bền vững giữa các chủ thể trong mô hình du lịch cộng đồng. Trong môi trường nông thôn mang nặng yếu tố truyền thống, niềm tin xã hội đóng vai trò chi phối hiệu quả hợp tác. Việc công khai minh bạch lợi ích, xác lập nguyên tắc cùng đóng góp - cùng hưởng lợi sẽ giúp hình thành mối quan hệ hợp tác thực chất thay vì phụ thuộc hay đối đầu. Quan hệ này không chỉ làm giảm nguy cơ xung đột, mà còn tăng cường sự phối hợp linh hoạt, tạo điều kiện cho sáng tạo và đổi mới trong phát triển sản phẩm, quản lý điểm đến và tổ chức cộng đồng.

Thứ tư, bảo đảm quan hệ lợi ích hợp lý còn là cơ sở để phát huy và gìn giữ các nguồn lực phát triển dài hạn như tài nguyên thiên nhiên, bản sắc văn hóa và tính gắn kết xã hội. Khi lợi ích kinh tế được gắn chặt với trách nhiệm xã hội và môi trường, các bên liên quan sẽ có động lực cùng nhau bảo tồn, sử dụng hiệu quả và tái tạo các nguồn lực này. Điều đó phù hợp với các xu thế du lịch hiện đại như du lịch xanh, du lịch trách nhiệm và du lịch văn hóa - những mô hình đặt con người và cộng đồng làm trung tâm, đồng thời nhấn mạnh đến tính bền vững trong khai thác.

Thứ năm, hài hòa lợi ích không chỉ là nguyên tắc phân phối, mà còn là nền tảng để định hình quan hệ sản xuất mới trong quá trình chuyển đổi mô hình phát triển. Từ chỗ cộng đồng là “đối tượng thụ hưởng bị động”, quan hệ lợi ích được điều tiết hợp lý sẽ đưa họ trở thành chủ thể kiến tạo - người cùng tham gia quyết định, tổ chức, quản lý và phân phối giá trị trong mô hình du lịch cộng đồng. Khi đó, các quan hệ phát triển không còn mang tính mệnh lệnh hay đơn phương từ chính quyền hay doanh nghiệp, mà chuyển thành cấu trúc đa trung tâm - nơi quyền lực và lợi ích được mặc cả, điều phối và cân bằng thông qua thể chế.

Tóm lại, bảo đảm hài hòa lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng không chỉ giúp tối ưu hóa hiệu quả kinh tế, mà còn góp phần duy trì sự ổn định xã hội, bảo vệ tài nguyên và nâng cao năng lực nội sinh của cộng đồng. Đây là điều kiện cần và đủ để du lịch cộng đồng trở thành một trụ cột của chiến lược phát triển bền vững cấp địa phương, đồng thời là minh chứng sinh động cho việc hiện thực hóa các nguyên lý của kinh tế chính trị trong thực tiễn chuyển đổi mô hình tăng trưởng kinh tế vùng, địa phương.

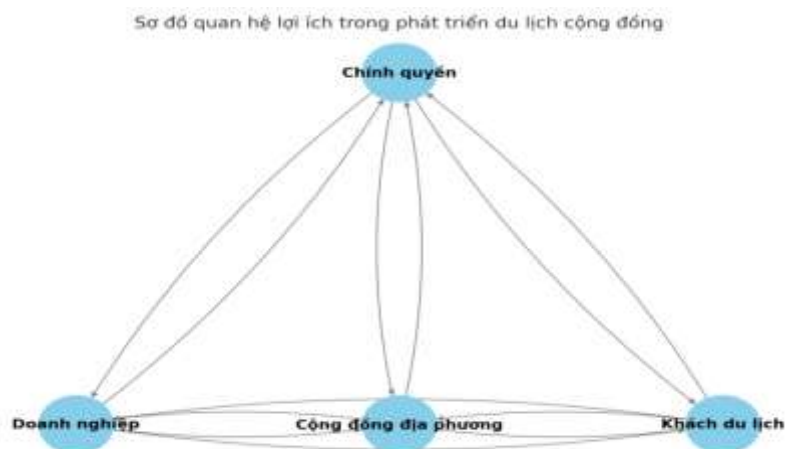
2.2. NỘI DUNG, NGUYÊN TẮC, TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ VÀ CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUAN HỆ LỢI ÍCH TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG

2.2.1. Nội dung quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng

Trong nền kinh tế thị trường, các quan hệ xã hội giữa các chủ thể tham gia vào quá trình phát triển kinh tế không chỉ đơn thuần là quan hệ trao đổi hàng hóa - dịch vụ, mà sâu xa là quan hệ lợi ích kinh tế, phản ánh địa vị kinh tế - chính trị, quyền lực sở hữu và mức độ tham gia của mỗi chủ thể trong quá trình phân phối nguồn lực và sản phẩm xã hội.

Trong du lịch cộng đồng - một mô hình kinh tế đặc thù dựa trên sự tham gia trực tiếp của người dân tại địa phương - các quan hệ lợi ích hình thành giữa các chủ thể trong hệ thống du lịch không chỉ liên quan đến dòng tiền, mà còn là biểu hiện sinh động của các quan hệ sản xuất, phân phối và tái phân phối các giá trị kinh tế - xã hội. Theo tư tưởng của C. Mác, “những quan hệ kinh tế của một xã hội nhất định nào đó biểu hiện trước hết dưới hình thức lợi ích” và “mọi cuộc cách mạng xét đến cùng đều là để giải phóng lợi ích kinh tế” [6, tr.172-439]. Quan hệ lợi ích vì thế vừa mang tính khách quan, vừa có chiều sâu giai cấp - lịch sử, là động lực nội tại thúc đẩy hoặc kìm hãm sự phát triển của một mô hình kinh tế.

Trên cơ sở lý luận đó, có thể khái quát sáu nội dung cơ bản của quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng, tập trung vào các cặp quan hệ giữa bốn chủ thể chính: chính quyền, cộng đồng địa phương, doanh nghiệp và khách du lịch.



Sơ đồ 2.1: Quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng

Ghi chú: Các mũi tên thể hiện quan hệ hai chiều giữa các chủ thể, thể hiện tính chất tương tác - điều phối - chia sẻ trách nhiệm và lợi ích.

(1). Quan hệ lợi ích giữa chính quyền và cộng đồng địa phương: Đây là quan hệ giữa chủ thể quyền lực công (nhà nước - đại diện lợi ích toàn xã hội) và chủ thể sở hữu nguồn lực văn hóa, đất đai, tri thức bản địa. Trong điều kiện hiện nay, chính quyền giữ vai trò hoạch định chính sách, đầu tư hạ tầng, hỗ trợ cộng đồng phát triển du lịch. Trong khi đó, cộng đồng là nơi lưu giữ tài nguyên du lịch - cả vật thể và phi vật thể - đồng thời là người trực tiếp cung ứng dịch vụ. Theo lý luận Mác-xít, đây là quan hệ giữa quyền lực chính trị và quyền sở hữu tài nguyên, trong đó lợi ích cộng đồng chỉ được bảo đảm khi thể chế quản lý nhà nước đặt trong mối quan hệ dân chủ, tham gia và phân quyền thực chất. Nếu chính quyền áp dụng mô hình quản lý hành chính tập trung, thiếu cơ chế lắng nghe và chia sẻ lợi ích, thì sẽ dẫn đến mâu thuẫn lợi ích, làm xói mòn lòng tin, ảnh hưởng đến động lực tham gia của cộng đồng.

(2). Quan hệ lợi ích giữa chính quyền và doanh nghiệp: Quan hệ này là biểu hiện cụ thể giữa nhà nước với chủ thể tư bản trong lĩnh vực du lịch. Doanh nghiệp tìm kiếm lợi nhuận tối đa, trong khi chính quyền cần bảo đảm phát triển bền vững và công bằng xã hội. Theo C. Mác, “người tư bản chỉ quan tâm đến lợi ích của ngành kinh doanh riêng của họ, và điều đó đôi khi đi ngược lại với lợi ích chung” [Marx, “Tư bản”, Tập I, Nxb Sự thật]. Nếu không có cơ chế kiểm soát chặt chẽ, doanh nghiệp có thể khai thác tài nguyên quá mức, độc chiếm không gian du lịch, hoặc chi phối chính sách địa phương theo lợi ích nhóm. Trong trường hợp lý tưởng, quan hệ này cần được tổ chức theo nguyên tắc đối tác công - tư (PPP), hướng tới lợi ích cộng hưởng thay vì lợi ích cục bộ.

(3). Quan hệ lợi ích giữa chính quyền và khách du lịch: Chính quyền đóng vai trò quản lý môi trường du lịch - cả về an toàn, vệ sinh, trật tự và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Khách du lịch là người thụ hưởng dịch vụ và đồng thời là người phản ánh hiệu quả chính sách. Quan hệ này tuy gián tiếp, nhưng có ý nghĩa quyết định trong việc xây dựng hình ảnh điểm đến. Nếu chính quyền buông

lỗi quản lý, dễ xảy ra tình trạng “chặt chém”, ô nhiễm, mất an toàn..., thì lợi ích của khách bị xâm hại, đồng thời tổn hại đến uy tín và lợi ích phát triển dài hạn của địa phương.

(4). Quan hệ lợi ích giữa cộng đồng và doanh nghiệp: Quan hệ giữa chủ thể sở hữu nguồn lực và chủ thể đầu tư, khai thác. Trong điều kiện bất bình đẳng về năng lực thương lượng, doanh nghiệp có xu hướng chiếm đoạt giá trị gia tăng, còn cộng đồng chỉ hưởng phần lợi ích thấp. Điều này phản ánh đúng nhận định của D. Ricardo về mối quan hệ phân phối giá trị giữa các giai cấp: “Sự tăng thêm lợi ích của một giai cấp thường là sự mất đi của giai cấp khác” [Ricardo, “Nguyên lý kinh tế chính trị và thuế khóa”]. Quan hệ cộng đồng - doanh nghiệp sẽ hài hòa khi được tổ chức trên cơ sở cùng sở hữu, cùng giám sát và cùng chia sẻ rủi ro - lợi ích trong chuỗi giá trị du lịch cộng đồng.

(5). Quan hệ lợi ích giữa cộng đồng và khách du lịch: Đây là quan hệ kinh tế - văn hóa trực tiếp, phản ánh sự gặp gỡ giữa nhu cầu trải nghiệm của khách với khả năng cung ứng của cộng đồng. Khi cộng đồng được đào tạo, tổ chức tốt, họ có thể tạo ra sản phẩm du lịch đặc thù, tăng khả năng sinh kế. Tuy nhiên, nếu thiếu kỹ năng, dịch vụ kém, hoặc khai thác quá mức văn hóa bản địa, thì quan hệ này dễ trở nên lệch pha, tạo ra sự không hài lòng, ảnh hưởng tới cả hai bên. Trong mô hình kinh tế chính trị, đây là mối quan hệ cần được thể chế hóa bằng các chương trình nâng cao năng lực cộng đồng và giám sát chất lượng dịch vụ từ phía Nhà nước.

(6). Quan hệ lợi ích giữa doanh nghiệp và khách du lịch: Quan hệ thị trường tiêu biểu, nơi doanh nghiệp là nhà cung ứng và khách là người tiêu dùng. Doanh nghiệp có thể tối đa hóa lợi nhuận bằng cách giảm chi phí, nhưng nếu không đảm bảo chất lượng, minh bạch thông tin, thì sẽ tổn hại đến niềm tin của khách và giá trị lâu dài của điểm đến. Đây là ví dụ điển hình về mối quan hệ lợi ích bị chi phối bởi quy luật giá trị và quy luật cung - cầu, nhưng cần được điều tiết bởi đạo đức kinh doanh và trách nhiệm xã hội - yếu tố mà Mác từng nhấn mạnh là không thể tách rời trong một xã hội phát triển toàn diện.

Tóm lại, sáu nội dung quan hệ lợi ích nêu trên không chỉ là sự mô tả các

tương tác xã hội trong du lịch cộng đồng, mà còn là biểu hiện cụ thể của mâu thuẫn và dung hợp giữa các lực lượng sản xuất và quan hệ sản xuất hiện đại. Việc nhận diện chính xác các quan hệ này giúp luận án có cơ sở lý luận vững chắc để phân tích thực trạng, đánh giá mức độ hài hòa, chỉ ra xung đột, và từ đó đề xuất các giải pháp chính sách phù hợp nhằm đảm bảo công bằng lợi ích, phát triển bền vững và nâng cao chất lượng quản trị du lịch cộng đồng tại địa phương.

2.2.2. Nguyên tắc bảo đảm quan hệ lợi ích phát triển du lịch cộng đồng

Quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng là một cấu trúc tương tác phức hợp giữa các chủ thể có vị thế, năng lực và kỳ vọng khác nhau, bao gồm cộng đồng địa phương, doanh nghiệp, chính quyền và khách du lịch. Để đảm bảo mối quan hệ này vận hành ổn định, lâu dài và phát triển theo hướng bền vững, công bằng, cần thiết phải xác lập các nguyên tắc nền tảng về phân phối lợi ích và chia sẻ trách nhiệm. Trong đó, nguyên tắc quan trọng hàng đầu chính là nguyên tắc chia sẻ rủi ro gắn liền với chia sẻ cơ hội - một tiếp cận đã được khẳng định trong lý thuyết hợp đồng, lý thuyết trò chơi và kinh tế chính trị học hiện đại về hợp tác liên chủ thể.

Trong bối cảnh phát triển du lịch cộng đồng, rủi ro là một yếu tố khách quan, phát sinh từ cả yếu tố tự nhiên (thiên tai, dịch bệnh), thị trường (biến động nhu cầu, cạnh tranh điểm đến), thể chế (thay đổi chính sách, chồng chéo thẩm quyền) và xã hội - văn hóa (xâm phạm bản sắc, lệch pha giá trị). Nếu các rủi ro này bị đẩy về phía những chủ thể yếu thế như cộng đồng dân cư - trong khi doanh nghiệp hoặc chính quyền hưởng lợi mà không đồng gánh vác tổn thất - thì sự hợp tác sẽ mất cân bằng, hình thành tâm lý phản kháng, dẫn đến đổ vỡ thể chế hợp tác địa phương. Dựa trên cơ sở lý luận nêu trên, có thể xác lập bốn nguyên tắc cốt lõi nhằm đảm bảo hài hòa lợi ích trong du lịch cộng đồng như sau:

Thứ nhất, nguyên tắc chia sẻ rủi ro thị trường theo cơ chế hợp tác dài hạn giữa doanh nghiệp và cộng đồng. Các doanh nghiệp cần cam kết hỗ trợ cộng đồng địa phương thông qua hợp đồng dịch vụ ổn định, đảm bảo mức thu nhập tối thiểu cho hộ dân tham gia phục vụ du lịch, hoặc hỗ trợ chi phí khi tour bị hủy do nguyên nhân khách quan. Điều này không chỉ giúp người dân yên tâm đầu tư mà còn khẳng

định vai trò trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong phát triển địa phương.

Thứ hai, nguyên tắc thể chế hóa và hỗ trợ tài chính công từ phía Nhà nước để san sẻ rủi ro đầu tư ban đầu. Nhà nước cần thiết lập Quỹ phát triển du lịch cộng đồng cấp tỉnh/huyện, hỗ trợ tín dụng ưu đãi, miễn - giảm thuế phí cho hộ dân làm du lịch, đơn giản hóa thủ tục hành chính. Đây là biện pháp cần thiết để bù đắp bất bình đẳng về nguồn lực và năng lực giữa các chủ thể, giúp cộng đồng tiếp cận chuỗi giá trị du lịch.

Thứ ba, nguyên tắc trao quyền kiểm soát văn hóa - xã hội cho cộng đồng. Cộng đồng cần được tổ chức, đào tạo và thể chế hóa thành các thiết chế tự quản như hội đồng cộng đồng, tổ giám sát văn hóa bản địa... nhằm kiểm soát các hoạt động du lịch có liên quan đến nghi lễ, phong tục, không gian thiêng liêng. Mọi sản phẩm du lịch gắn với bản sắc địa phương phải được sự đồng thuận của cộng đồng, tránh tình trạng mô phỏng văn hóa một cách tùy tiện gây tổn hại giá trị truyền thống.

Thứ tư, nguyên tắc thiết lập hợp đồng ba bên có ràng buộc pháp lý - đạo đức giữa doanh nghiệp - cộng đồng - chính quyền cấp xã/huyện. Các hợp đồng này cần quy định rõ tỷ lệ phân phối lợi ích, trách nhiệm tái đầu tư, cơ chế hòa giải tranh chấp và xử lý khủng hoảng. Việc có sự xác nhận của chính quyền cơ sở không chỉ tăng tính ràng buộc pháp lý mà còn củng cố nền tảng đạo đức - xã hội cho quá trình hợp tác.

Tóm lại, đảm bảo hài hòa quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng không thể chỉ dựa trên thỏa thuận ngắn hạn hay thiện chí tự nguyện, mà cần được điều tiết bởi những nguyên tắc rõ ràng, được thể chế hóa và ràng buộc trách nhiệm giữa các chủ thể.

2.2.3. Các tiêu chí đánh giá quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng

Quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng là kết quả của quá trình phân bổ, vận hành và điều tiết các giá trị kinh tế - xã hội - văn hóa giữa các chủ thể tham gia vào chuỗi hoạt động du lịch, trong đó bao gồm chính quyền, cộng đồng địa phương, doanh nghiệp và khách du lịch. Dưới góc độ kinh tế chính trị, việc đánh giá quan hệ lợi ích không chỉ dừng lại ở kết quả phân phối thu nhập, mà còn phải xem

xét đến mức độ công bằng, hài hòa, hiệu quả và bền vững của mối quan hệ ấy trong không gian phát triển địa phương cụ thể. Trên cơ sở tổng hợp lý luận và thực tiễn, luận án đề xuất hệ thống tiêu chí đánh giá quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng, phản ánh các chiều cạnh cấu trúc và vận hành của mối quan hệ này.

(1). Tính công bằng trong phân phối lợi ích. Đây là tiêu chí nền tảng, phản ánh mức độ hợp lý trong chia sẻ các giá trị kinh tế - xã hội giữa các chủ thể, đặc biệt là giữa doanh nghiệp với cộng đồng, giữa các hộ dân trong nội bộ cộng đồng, và giữa cộng đồng với chính quyền. Tính công bằng không chỉ xét ở kết quả (thu nhập, quyền lợi), mà còn ở cơ chế tạo ra (quy trình tham vấn, thỏa thuận lợi ích, sự đồng thuận xã hội). Một quan hệ lợi ích được đánh giá là công bằng khi: i) Các bên được hưởng lợi tương xứng với mức độ đóng góp nguồn lực (lao động, tài nguyên, văn hóa...); 2i) Cộng đồng có cơ hội tiếp cận các dịch vụ sinh lợi như homestay, hướng dẫn viên, bán hàng; 3i) Không xuất hiện sự thiên lệch hoặc tập trung lợi ích vào một nhóm nhỏ hộ dân hoặc tổ chức; 4i) Có cơ chế bồi hoàn, hỗ trợ tái đầu tư cho các nhóm yếu thế trong cộng đồng.

(2). Mức độ hài hòa lợi ích giữa các chủ thể: Hài hòa là trạng thái mà các chủ thể cùng tồn tại và hợp tác trên cơ sở lợi ích không đối kháng trực tiếp, giảm thiểu xung đột. Một hệ thống du lịch cộng đồng phát triển bền vững không thể chỉ vì một bên (doanh nghiệp) tối đa hóa lợi nhuận mà gây thiệt hại cho cộng đồng, hay vì quyền lợi cộng đồng mà cản trở hiệu quả kinh doanh. Mức độ hài hòa lợi ích thể hiện qua: i) Tỷ lệ lợi ích chia sẻ giữa doanh nghiệp - cộng đồng - chính quyền được thỏa thuận rõ ràng; 2i) Hạn chế phát sinh xung đột, khiếu kiện hoặc cạnh tranh không lành mạnh; 3i) Các bên cùng đồng thuận về phương thức tổ chức hoạt động du lịch, phân công vai trò minh bạch; 4i) Có cơ chế điều phối trung gian khi xảy ra mâu thuẫn lợi ích (tổ điều phối, chính quyền cấp xã...).

(3). Mức độ tham gia và vai trò quyết định của cộng đồng: Đây là tiêu chí phản ánh năng lực chủ thể và quyền lực trong quan hệ lợi ích. Một quan hệ lợi ích lành mạnh chỉ có thể thiết lập bền vững khi cộng đồng giữ vai trò thực sự làm chủ, không chỉ là người lao động cung cấp dịch vụ mà còn là người thiết kế sản phẩm, ra

quyết định và kiểm soát quá trình khai thác tài nguyên. Mức độ tham gia thể hiện qua: 1) Cộng đồng có tổ chức đại diện (hợp tác xã, tổ hợp tác, nhóm hộ) hoạt động hiệu quả; 2) Có tiếng nói trong việc lựa chọn đối tác doanh nghiệp, ký hợp đồng, định giá dịch vụ; 3) Có khả năng tự tổ chức sản phẩm du lịch độc lập hoặc đồng hành cùng doanh nghiệp; 4) Được tham vấn trong quy hoạch, chính sách phát triển du lịch của địa phương.

(4). Tính minh bạch và trách nhiệm trong thực thi phân phối lợi ích. Tính minh bạch thể hiện ở mức độ công khai, rõ ràng trong chia sẻ thông tin, thực thi các cam kết giữa các bên. Trong điều kiện kinh tế thị trường, nhiều xung đột lợi ích bắt nguồn từ việc thông tin bị che giấu, lợi ích bị thỏa thuận ngầm hoặc doanh nghiệp “bẻ gãy” cam kết với cộng đồng. Tiêu chí này thể hiện thông qua: 1) Hợp đồng kinh tế có văn bản rõ ràng, công khai quyền - nghĩa vụ của các bên; 2) Các khoản lợi nhuận, thu - chi trong hợp tác xã hoặc nhóm hộ được công bố định kỳ; 3) Cộng đồng có cơ chế giám sát nội bộ và bên ngoài (qua tổ chức chính trị - xã hội, chính quyền địa phương); 4) Doanh nghiệp và chính quyền thực hiện trách nhiệm giải trình khi có yêu cầu từ cộng đồng.

(5). Tính bền vững và khả năng tái đầu tư vào cộng đồng: Đây là tiêu chí đánh giá hiệu quả lâu dài của quan hệ lợi ích, không chỉ nhìn vào ngắn hạn mà xét đến khả năng tái đầu tư trở lại vào hạ tầng, đào tạo, bảo tồn văn hóa, bảo vệ môi trường và nâng cao chất lượng cuộc sống cộng đồng. Một mô hình du lịch cộng đồng có quan hệ lợi ích bền vững khi: 1) Một phần lợi nhuận được tái đầu tư vào cộng đồng (quỹ cộng đồng, phát triển sản phẩm, công trình công cộng...); 2) Có chương trình đào tạo nâng cao năng lực cộng đồng theo định kỳ; 3) Lợi ích kinh tế gắn với bảo tồn tài nguyên, không đánh đổi môi trường - văn hóa; 4) Cộng đồng giữ vững được nguồn lực (đất, văn hóa, tri thức bản địa) trong dài hạn.

Để các tiêu chí đánh giá quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng thực sự có thể áp dụng trong nghiên cứu thực tiễn, chúng cần được lượng hóa bằng hệ thống chỉ tiêu đo lường cụ thể.

Bảng 2.1: Bảng chỉ tiêu đánh giá quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng

Tiêu chí đánh giá	Chỉ tiêu đo lường	Cấp quan hệ lợi ích được đo lường	Nguồn tham khảo
1. Tính công bằng trong phân phối lợi ích	Tỷ lệ hộ dân tham gia trực tiếp vào hoạt động du lịch (%)	Chính quyền ↔ Cộng đồng	Freeman (1984); Byrd (2007)
	Tỷ lệ hộ tiếp cận hỗ trợ từ chính quyền hoặc chương trình	Chính quyền ↔ Cộng đồng	Chương trình NTM & OCOP
	Tỷ lệ khách hài lòng với giá trị trải nghiệm so với chi phí	Doanh nghiệp ↔ Khách du lịch	UNWTO (2022); Khảo sát du khách
2. Mức độ hài hòa lợi ích giữa các chủ thể	Số lượng tranh chấp/xung đột lợi ích phát sinh mỗi năm	Cộng đồng ↔ Doanh nghiệp	Jamal & Getz (1995); Phỏng vấn sâu
	Tỷ lệ người được tham vấn về cơ chế phân phối lợi ích	Chính quyền ↔ Cộng đồng	UNDP (2020); Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch
	Tỷ lệ khách du lịch phản ánh được tiếp nhận và phản hồi	Chính quyền ↔ Khách du lịch	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2021); UNDP
3. Mức độ tham gia và vai trò quyết định của cộng đồng	Tỷ lệ quyết định quan trọng có sự tham gia cộng đồng	Chính quyền ↔ Cộng đồng	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch; UNDP (2021)
	Số sản phẩm du lịch do cộng đồng tổ chức	Cộng đồng ↔ Khách du lịch	Khảo sát thực địa
	Mức độ hài lòng của cộng đồng về quyền tham gia (Likert 1-5)	Chính quyền ↔ Cộng đồng	Khảo sát cộng đồng (Likert)
	Số hoạt động giao lưu do cộng đồng và khách cùng tổ chức	Cộng đồng ↔ Khách du lịch	Tài liệu UNESCO (2019); Thực địa tại Sa Pa
4. Tính minh bạch và trách nhiệm trong thực thi phân phối lợi ích	Tỷ lệ người dân được tiếp cận thông tin về giá, hỗ trợ	Chính quyền ↔ Cộng đồng	WB (2017); Điều tra xã hội học
	Tỷ lệ xử lý công khai các vụ khiếu nại, vi phạm lợi ích	Chính quyền ↔ Doanh nghiệp	Sở Du lịch; Thanh tra tỉnh
5. Tính bền vững và khả năng tái đầu tư vào cộng đồng	Số lớp đào tạo cộng đồng tổ chức mỗi năm	Chính quyền ↔ Cộng đồng	Báo cáo các lớp tập huấn địa phương
	Tỷ lệ tài nguyên văn hóa - môi trường được gìn giữ, phục hồi	Chính quyền ↔ Cộng đồng	Bộ Tài nguyên & Môi trường; UNESCO
	Tỷ lệ khách du lịch quay lại hoặc giới thiệu điểm đến	Cộng đồng ↔ Khách du lịch	Khảo sát định lượng tại Lào Cai (2024)

Nguồn: NCS tổng hợp

Hệ thống chỉ tiêu được xây dựng dựa trên ba nhóm chính:

(1) Nhóm chỉ tiêu định lượng (được tính theo tỷ lệ phần trăm): Dữ liệu phục vụ cho việc tính toán các chỉ tiêu này được thu thập từ các nguồn đáng tin cậy như: điều tra xã hội học, thống kê quản lý nhà nước, khảo sát thực địa, báo cáo của các cơ quan chức năng địa phương (Sở Du lịch, UBND cấp huyện/xã), cũng như phản hồi từ các doanh nghiệp và du khách. Một số công thức tính điển hình bao gồm: Tỷ lệ hộ dân tham gia vào hoạt động du lịch cộng đồng (%) = $(\text{Số hộ có thành viên tham gia hoạt động du lịch} / \text{Tổng số hộ tại địa phương}) \times 100\%$; Tỷ lệ khách du lịch hài lòng (%) = $(\text{Số khách đánh giá mức hài lòng ở mức 4 hoặc 5 trên thang điểm 5} / \text{Tổng số khách được khảo sát}) \times 100\%$.

(2) Nhóm chỉ tiêu thống kê số lượng sự kiện, sản phẩm hoặc hiện tượng: Nhóm này phản ánh số lượng các hoạt động văn hóa - du lịch cụ thể do các chủ thể trong cộng đồng thực hiện, bao gồm: số lớp tập huấn du lịch cộng đồng, số sản phẩm du lịch địa phương được thiết kế và đưa vào phục vụ, số sự kiện giao lưu văn hóa - du lịch được tổ chức, hay thậm chí là số vụ xung đột lợi ích đã được ghi nhận. Dữ liệu cho nhóm chỉ tiêu này chủ yếu lấy từ các báo cáo hoạt động của chính quyền địa phương và tổ chức đoàn thể tại địa phương.

(3) Nhóm chỉ tiêu định tính đo lường qua thang điểm Likert (1-5): Nhóm này nhằm phản ánh cảm nhận chủ quan và mức độ đồng thuận, hài lòng của các chủ thể tham gia du lịch cộng đồng đối với các khía cạnh của quan hệ lợi ích. Kết quả được tính toán bằng cách lấy trung bình cộng điểm đánh giá theo thang đo Likert (1 = rất không hài lòng; 5 = rất hài lòng). Ví dụ: mức độ hài lòng của người dân địa phương đối với quyền tham gia vào hoạt động du lịch, khả năng được chia sẻ lợi ích hoặc tiếp cận thông tin minh bạch về kế hoạch phát triển du lịch.

Việc thiết kế và áp dụng hệ thống chỉ tiêu nói trên không chỉ đóng vai trò là công cụ phân tích định lượng và định tính phục vụ cho nghiên cứu khoa học, mà còn là cơ sở thực tiễn quan trọng giúp chính quyền địa phương và các bên liên quan xác định chính xác các điểm nghẽn, tiềm năng và xung đột trong quan hệ lợi ích, từ đó đề xuất giải pháp quản lý và điều tiết phù hợp, hướng tới phát triển du lịch cộng đồng một cách hài hòa, công bằng và bền vững.

2.2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng

Quan hệ lợi ích là một dạng quan hệ xã hội có tính khách quan, phản ánh mối tương tác giữa các chủ thể trong quá trình tạo lập, phân phối và điều tiết giá trị kinh tế - xã hội. Trong phát triển du lịch cộng đồng, quan hệ lợi ích hình thành trên cơ sở tương tác giữa bốn nhóm chủ thể chính: chính quyền, cộng đồng, doanh nghiệp và khách du lịch, chịu sự tác động tổng hợp của nhiều yếu tố kinh tế, chính trị, văn hóa, thể chế và công nghệ. Theo cách tiếp cận hệ thống và kế thừa phương pháp luận biện chứng duy vật của kinh tế chính trị Mác-xít, các nhân tố ảnh hưởng đến quan hệ lợi ích có thể được phân chia thành hai nhóm lớn: (1) nhóm nhân tố khách quan - phản ánh điều kiện tồn tại độc lập với ý chí các chủ thể; và (2) nhóm nhân tố chủ quan - phản ánh ý thức, năng lực và hành vi của các chủ thể trong quá trình tham gia và điều phối quan hệ lợi ích.

2.2.4.1. Nhóm nhân tố khách quan

(1) Trình độ phát triển lực lượng sản xuất và cấu trúc sở hữu xã hội. Theo C. Mác, “quan hệ sản xuất chỉ phù hợp khi nó tương ứng với trình độ phát triển của lực lượng sản xuất” [5]. Trong bối cảnh phát triển du lịch cộng đồng, lực lượng sản xuất được hiểu là tổng hòa các yếu tố tạo nên năng lực sản xuất và tái sản xuất giá trị du lịch, bao gồm cơ sở hạ tầng, nguồn nhân lực, tri thức bản địa, kỹ thuật dịch vụ và hệ thống kết nối thị trường. Khi lực lượng sản xuất của một cộng đồng còn ở trình độ thấp - hạ tầng chưa đồng bộ, năng lực tổ chức hạn chế, kỹ năng phục vụ yếu - thì giá trị tạo ra từ hoạt động du lịch bị giới hạn cả về quy mô và chất lượng. Điều này dẫn đến tình trạng chuỗi giá trị bị co hẹp, lợi ích kinh tế mang lại cho cộng đồng không đáng kể, làm giảm tính khả thi của các cơ chế phân phối hài hòa.

Trong thực tiễn tại nhiều điểm du lịch cộng đồng, lực lượng sản xuất không được đầu tư đúng mức, đặc biệt là các yếu tố then chốt như đường giao thông nội bản, nước sạch, kết nối số hay năng lực ngoại ngữ, khiến cho cộng đồng gặp khó khăn trong việc đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của du khách. Hệ quả là cộng đồng chỉ tham gia được vào các khâu lao động giản đơn, thu nhập thấp, còn các khâu tạo giá trị cao như thiết kế sản phẩm, quảng bá, tổ chức tour... thường do doanh nghiệp

hoặc bên ngoài nắm giữ. Mỗi quan hệ lợi ích vì thế cũng bị phân tầng theo cấu trúc quyền lực gắn với trình độ phát triển lực lượng sản xuất.

Bên cạnh đó, hình thức sở hữu - một trong những yếu tố cốt lõi trong lý luận kinh tế chính trị Mác-xít - cũng đóng vai trò quyết định trong việc xác lập vị thế của các chủ thể trong quan hệ lợi ích. Ở những nơi mà cộng đồng có quyền sở hữu đất đai, không gian văn hóa, dịch vụ homestay hoặc tham gia cổ phần trong doanh nghiệp, họ có năng lực thương lượng tốt hơn và chủ động hơn trong định đoạt lợi ích. Ngược lại, khi toàn bộ hoạt động du lịch bị chi phối bởi doanh nghiệp tư nhân hoặc can thiệp hành chính từ phía chính quyền, cộng đồng dễ bị đẩy vào vị trí thụ hưởng bị động, phụ thuộc và không có tiếng nói trong các quyết định quan trọng. Cấu trúc sở hữu thiếu đa dạng hoặc tập trung quá mức cũng dẫn đến hiện tượng tích tụ lợi ích, làm gia tăng bất bình đẳng và xung đột giữa các nhóm chủ thể trong chuỗi giá trị du lịch cộng đồng.

Như vậy, từ góc nhìn kinh tế chính trị, việc nâng cao lực lượng sản xuất gắn với đa dạng hóa hình thức sở hữu là tiền đề để kiến tạo một hệ thống quan hệ lợi ích cân bằng, công bằng và bền vững trong phát triển du lịch cộng đồng.

(2) Môi trường pháp lý và thể chế chính sách: Trong lý luận Kinh tế chính trị Mác-xít, Nhà nước là thiết chế đóng vai trò tổ chức, điều tiết và bảo vệ lợi ích chung của toàn xã hội, đặc biệt trong bối cảnh quan hệ sản xuất thường xuyên bị phân hóa và đối kháng bởi lợi ích khác biệt giữa các giai tầng. Đối với mô hình du lịch cộng đồng, hệ thống pháp luật và chính sách công là nền tảng định hình các quy tắc phân phối giá trị, điều phối xung đột và tạo hành lang pháp lý cho sự tham gia công bằng giữa các bên. Môi trường pháp lý không chỉ đơn thuần là bộ khung quy định, mà còn thể hiện ý chí của Nhà nước trong việc lựa chọn mô hình phát triển - ưu tiên doanh nghiệp hay cộng đồng, bảo hộ văn hóa bản địa hay thương mại hóa trải nghiệm, kiểm soát tập trung hay phân quyền cho cơ sở.

Trong thực tế, nếu chính sách thiếu quy định rõ ràng về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, hoặc không quy định cơ chế chia sẻ lợi ích bắt buộc giữa doanh nghiệp và cộng đồng, thì dễ xảy ra hiện tượng “lợi nhuận hóa tập trung” - khi giá trị du lịch được tích tụ về một phía, còn cộng đồng trở thành lao động thuê thời vụ

hoặc bị khai thác giá trị văn hóa mà không được hưởng lợi tương xứng. Nhiều mô hình du lịch cộng đồng hiện nay tại Việt Nam, trong đó có tỉnh Lào Cai, vẫn thiếu cơ chế bắt buộc doanh nghiệp tái đầu tư vào cộng đồng hoặc công khai tỷ lệ lợi nhuận chia sẻ. Điều này tạo ra khoảng trống thể chế nghiêm trọng, làm suy yếu vai trò của cộng đồng và gia tăng nguy cơ xung đột tiềm ẩn.

Thể chế chính sách không chỉ bao gồm các văn bản luật, mà còn là hệ thống thiết chế thực thi, như mô hình phân cấp quản lý, cơ chế phối hợp liên ngành và phương thức tổ chức giám sát xã hội. Nếu thể chế thiếu phân quyền thực chất cho cấp xã hoặc không có kênh tham vấn thường xuyên với cộng đồng, thì mọi chính sách dù hợp lý về mặt văn bản cũng dễ bị “hành chính hóa” trong thực thi. Theo khảo sát tại Lào Cai, tỷ lệ hộ dân được tham vấn về quy hoạch du lịch chỉ chiếm dưới 20%, cho thấy tính hình thức trong thiết kế chính sách và sự thiếu vắng của không gian đối thoại hai chiều. Ngoài ra, hệ thống giám sát việc thực hiện lợi ích (thanh tra, kiểm toán xã hội, báo cáo định kỳ) còn mờ nhạt, làm cho việc thực thi thiếu minh bạch và gia tăng cảm giác bất công trong cộng đồng.

Tóm lại, môi trường pháp lý và thể chế chính sách là nhân tố trung tâm quyết định việc quan hệ lợi ích trong du lịch cộng đồng được điều tiết theo hướng công bằng, minh bạch hay bị méo mó vì cấu trúc quyền lực không cân đối. Trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, việc xây dựng thể chế pháp lý bảo đảm quyền tham gia thực chất, cơ chế phản hồi hiệu quả và giám sát độc lập chính là điều kiện then chốt để bảo vệ quyền lợi của cộng đồng, đồng thời thúc đẩy sự phát triển hài hòa và bền vững của du lịch cộng đồng.

(3) Vị trí địa lý và điều kiện tự nhiên - văn hóa của điểm đến: Trong phát triển du lịch cộng đồng, vị trí địa lý và điều kiện tự nhiên - văn hóa không chỉ là “tư liệu sản xuất” đặc thù mà còn đóng vai trò quyết định trong việc hình thành, phân hóa và tái cấu trúc quan hệ lợi ích giữa các chủ thể. Theo quan điểm Kinh tế chính trị, không gian phát triển không trung tính, mà luôn gắn với cấu trúc quyền lực, khả năng kiểm soát nguồn lực và mức độ tiếp cận thị trường của các bên liên quan. Những địa bàn có vị trí địa lý thuận lợi - như gần trung tâm đô thị, có hệ thống giao thông kết nối tốt, nằm trong hành lang du lịch quốc gia - thường trở thành điểm đến

tiềm năng thu hút đầu tư du lịch sớm, hình thành các chuỗi dịch vụ tương đối hoàn chỉnh. Khi du lịch phát triển, giá trị kinh tế được tạo ra ở các điểm này cũng lớn hơn, từ đó đặt ra yêu cầu phân phối lợi ích đa chiều giữa cộng đồng, doanh nghiệp và chính quyền.

Tại những khu vực có sự thuận tiện về giao thông, khí hậu mát mẻ, và sự đặc sắc trong văn hóa dân tộc thiểu số đã tạo ra sự bùng nổ du lịch, kéo theo đó là nguồn thu lớn từ lưu trú, ăn uống, sản phẩm truyền thống và trải nghiệm bản địa. Trong các vùng này, nếu cộng đồng địa phương có đủ năng lực tổ chức, họ có thể tham gia sâu vào chuỗi giá trị và giành được vị thế tương đối công bằng trong quan hệ lợi ích. Ngược lại, ở những bản vùng sâu, vùng xa hay một số địa bàn khó khăn do hạ tầng yếu kém, kết nối giao thông hạn chế và thiếu truyền thông điểm đến, hoạt động du lịch phát triển nhỏ lẻ, tự phát, phụ thuộc vào doanh nghiệp hoặc các nhóm trung gian bên ngoài.

Trong những điều kiện đó, dễ xảy ra hiện tượng “ngoại hóa lợi ích” - khi doanh nghiệp từ bên ngoài độc quyền tổ chức tour, kiểm soát thông tin, nắm giữ chuỗi cung ứng và khai thác tài nguyên du lịch bản địa, trong khi cộng đồng chỉ đóng vai trò thụ động như người phục vụ, lao động thời vụ hoặc “hình ảnh minh họa”. Quan hệ lợi ích vì thế mất cân đối nghiêm trọng: lợi ích kinh tế bị bóc tách khỏi người sở hữu không gian sống và văn hóa, còn cộng đồng thì thiếu khả năng bảo vệ quyền lợi và chủ quyền văn hóa của mình.

Thêm vào đó, điều kiện văn hóa bản địa - bao gồm ngôn ngữ, tập quán, nghi lễ và tri thức dân gian - chính là nền tảng tạo nên tính hấp dẫn đặc thù của du lịch cộng đồng. Tuy nhiên, nếu không có cơ chế bảo vệ, các giá trị này dễ bị thương mại hóa, làm nghèo hóa bản sắc và đẩy cộng đồng vào tình trạng “diễn hóa văn hóa” vì mục tiêu lợi nhuận. Việc thiếu cơ chế sở hữu tri thức văn hóa, thiếu bảo hộ pháp lý đối với sản phẩm truyền thống cũng khiến cộng đồng không thể định giá hoặc thương lượng được lợi ích tương ứng với giá trị mà họ đóng góp.

Như vậy, từ góc độ Kinh tế chính trị, vị trí địa lý và điều kiện tự nhiên - văn hóa là yếu tố không chỉ tạo ra tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng, mà còn quyết định khả năng định đoạt, bảo vệ và phân phối lợi ích giữa các nhóm chủ thể. Địa lý

không chỉ là nền tảng tài nguyên mà còn là không gian quyền lực, nơi diễn ra sự mặc cả, thương lượng và tái cấu trúc các quan hệ sản xuất mới trong điều kiện phát triển du lịch.

(4) Mức độ ứng dụng công nghệ và chuyển đổi số: Sự phát triển của công nghệ thông tin, đặc biệt là các nền tảng du lịch số, mạng xã hội và thanh toán điện tử đã thay đổi sâu sắc cách thức tổ chức du lịch, tiếp cận khách hàng và phân phối lợi ích. Nếu cộng đồng không được hỗ trợ đào tạo công nghệ, họ sẽ bị loại khỏi chuỗi giá trị số, lợi ích tập trung vào các doanh nghiệp có nền tảng kỹ thuật. Trong khi đó, ứng dụng công nghệ đúng cách có thể giúp phân bổ lợi ích minh bạch, truy xuất dữ liệu và giám sát công bằng hơn.

(5) Tác động của hội nhập và cạnh tranh thị trường: Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập sâu rộng, ngành du lịch - bao gồm cả du lịch cộng đồng - ngày càng chịu sự chi phối mạnh mẽ của các quy luật thị trường, đặc biệt là cạnh tranh điểm đến, cạnh tranh thương hiệu và cạnh tranh trong cấu trúc giá - chất lượng - trải nghiệm. Từ góc nhìn Kinh tế chính trị, quá trình hội nhập không chỉ là mở rộng không gian kinh tế mà còn là quá trình tái cấu trúc quan hệ sản xuất và phân phối giá trị theo hướng phụ thuộc ngày càng lớn vào thị trường và các thiết chế ngoài cộng đồng.

Trong mô hình du lịch cộng đồng, khi thị trường khách du lịch mở rộng - bao gồm cả khách nội địa và quốc tế - thì áp lực cạnh tranh về giá cả, dịch vụ, cơ sở vật chất, và trải nghiệm bản sắc ngày càng tăng. Doanh nghiệp có vốn, công nghệ, khả năng truyền thông và hệ thống phân phối chuyên nghiệp thường dễ dàng nắm ưu thế trong việc định hình thị hiếu, kiểm soát luồng khách và điều tiết dòng lợi ích. Ngược lại, cộng đồng - vốn hạn chế về vốn, kỹ năng và khả năng tiếp cận thị trường - thường bị đẩy vào thế yếu, chỉ tham gia vào những mắt xích có giá trị gia tăng thấp như phục vụ ăn uống, làm thuê hoặc biểu diễn theo yêu cầu.

Hội nhập cũng mang lại rủi ro của việc "thị trường hóa bản sắc", khi các doanh nghiệp (hoặc một số nhóm trong cộng đồng) cố gắng biến giá trị văn hóa thành công cụ tiêu dùng nhanh, phục vụ du khách mà thiếu sự kiểm soát từ chính cộng đồng sở hữu. Trong điều kiện thiếu các thiết chế bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ

văn hóa cộng đồng và cơ chế thương lượng bình đẳng, cộng đồng dễ bị bóc tách khỏi chuỗi giá trị - tức là văn hóa được sử dụng, lợi ích được khai thác, nhưng người sở hữu không được hưởng phần tương xứng.

Bên cạnh đó, áp lực cạnh tranh khiến các chủ thể thường xuyên phải điều chỉnh chính sách giá, thay đổi chiến lược hợp tác và tái cơ cấu chuỗi giá trị, dẫn tới biến động lợi ích giữa các bên. Nếu thiếu cơ chế thể chế bảo vệ lợi ích yếu thế - như hợp đồng hợp tác ràng buộc, quỹ cộng đồng, hay cơ chế giám sát lợi ích - thì những đối tượng như hộ nghèo, phụ nữ, người dân tộc thiểu số càng dễ bị gạt ra ngoài hoặc trở thành “người ngoài cuộc” trong chuỗi phát triển.

Tóm lại, hội nhập và cạnh tranh thị trường là động lực quan trọng giúp du lịch cộng đồng tiếp cận khách hàng mới và nâng cao chất lượng sản phẩm, nhưng đồng thời cũng làm gia tăng nguy cơ bất công trong quan hệ lợi ích nếu không có sự can thiệp của Nhà nước, cơ chế chia sẻ rủi ro, và thiết chế bảo vệ vai trò chủ thể của cộng đồng. Đây chính là thách thức lớn đặt ra cho các mô hình du lịch cộng đồng trong giai đoạn hội nhập hiện nay.

2.2.4.2. Nhóm nhân tố chủ quan

(1) Nhận thức và năng lực của cộng đồng địa phương: Mức độ hiểu biết của người dân về vai trò, quyền lợi, nghĩa vụ và khả năng tham gia vào phát triển du lịch là yếu tố quyết định họ có thể bảo vệ và gia tăng lợi ích hay không. Nếu cộng đồng còn tư duy bị động, trông chờ hoặc thiếu kỹ năng quản lý - kinh doanh, họ dễ bị lấn át trong quá trình phân chia lợi ích.

Từ góc độ lý luận, C. Mác từng nhấn mạnh: “Lao động chỉ thực sự tự do khi người lao động ý thức được quyền kiểm soát tư liệu sản xuất và kết quả lao động của mình”. Trong du lịch cộng đồng, điều này có nghĩa là cộng đồng chỉ thực sự làm chủ nếu họ hiểu mình là ai trong chuỗi giá trị, có khả năng tham gia ở mức độ cao và được trao quyền thương lượng thực chất. Việc nâng cao nhận thức và năng lực cho cộng đồng, do đó, không chỉ là một yêu cầu kỹ thuật mà còn là điều kiện mang tính phương pháp luận để thiết lập quan hệ lợi ích hài hòa, công bằng và phát triển bền vững.

(2) Năng lực điều hành và đạo đức công vụ của chính quyền địa phương:

Chính quyền là người thiết kế và thực thi chính sách phân phối lợi ích. Trình độ quản trị, mức độ minh bạch, năng lực lãnh đạo và thái độ phục vụ cộng đồng của chính quyền địa phương có ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ hài hòa lợi ích giữa các bên. Nếu cán bộ có tư duy công vụ, gần dân, thì chính quyền sẽ đóng vai trò trung gian tích cực; ngược lại, có thể trở thành tác nhân tạo bất bình đẳng.

Trong điều kiện Đảng lãnh đạo toàn diện hệ thống chính trị, vai trò của cấp ủy Đảng, nhất là ở cấp xã trong công tác định hướng chính sách, điều tiết lợi ích và kiểm soát các biểu hiện thiên lệch có ý nghĩa quan trọng. Một cấp ủy mạnh, có tư duy phát triển và đặt lợi ích cộng đồng lên hàng đầu sẽ đảm bảo quá trình phân phối diễn ra công bằng hơn.

(3) Năng lực liên kết và cơ chế phối hợp giữa các chủ thể: Trong mô hình du lịch cộng đồng, quan hệ lợi ích chỉ có thể vận hành một cách hài hòa nếu được đặt trong một thiết chế liên kết và phối hợp ổn định giữa các chủ thể. Từ góc nhìn Kinh tế chính trị, quan hệ sản xuất không chỉ được điều tiết bởi cơ chế thị trường, mà còn bị chi phối bởi cấu trúc quyền lực, khả năng tổ chức và mức độ gắn kết giữa các lực lượng xã hội trong không gian cộng đồng. Do đó, năng lực liên kết - tức khả năng xây dựng, duy trì và củng cố các quan hệ hợp tác giữa các chủ thể - là yếu tố quyết định đến việc hình thành cơ chế phân phối giá trị công bằng và kiểm soát xung đột lợi ích.

Thực tế tại nhiều điểm du lịch cộng đồng cho thấy, ở những nơi có tổ chức đại diện rõ ràng như tổ hợp tác du lịch, hợp tác xã hoặc tổ điều phối du lịch cộng đồng với sự tham gia của trưởng bản, đại diện doanh nghiệp và chính quyền xã, thì các mối quan hệ lợi ích được điều tiết minh bạch và đồng thuận hơn. Các tổ chức này đóng vai trò trung gian điều phối giá cả dịch vụ, điều tiết lịch phục vụ, thương lượng hợp đồng và giám sát việc chia sẻ lợi nhuận. Việc có đại diện lợi ích rõ ràng giúp cộng đồng nâng cao vị thế thương lượng, đồng thời tạo ra các cơ chế phản hồi hai chiều giúp hạn chế mâu thuẫn và gia tăng niềm tin giữa các bên.

Ngược lại, tại các điểm du lịch chưa hình thành được thiết chế đại diện hoặc thiếu cơ chế phối hợp thường xuyên, các quan hệ lợi ích dễ bị chi phối bởi các bên

manh hơn, đặc biệt là doanh nghiệp có vốn và năng lực tổ chức tour. Cộng đồng trong trường hợp đó thường bị phân tán, cạnh tranh lẫn nhau, thiếu tiếng nói thống nhất, dẫn đến tình trạng bị động, chịu thiệt trong phân phối lợi ích, thậm chí dễ bị thao túng về giá cả và điều kiện phục vụ.

Từ góc nhìn lý luận, khi không có liên kết nội khối và không được thể chế hóa trong các thiết chế hợp tác, cộng đồng sẽ không thể trở thành một “lực lượng sản xuất có tổ chức” mà chỉ tồn tại như tập hợp các hộ cá thể - dễ bị phân rã và lệ thuộc vào những lực lượng kinh tế lớn hơn. Trong khi đó, sự vắng mặt của cơ chế đối thoại định kỳ - nơi các bên cùng chia sẻ thông tin, cùng ra quyết định và cùng giám sát quá trình thực thi - khiến cho quan hệ lợi ích thiếu tính minh bạch, dễ bị hiểu sai và tích tụ mâu thuẫn âm ỉ.

Do vậy, xây dựng cơ chế phối hợp liên ngành, thiết lập thiết chế điều phối ba bên (chính quyền - doanh nghiệp - cộng đồng) tại cấp xã hoặc cấp cụm điểm đến là một trong những điều kiện tiên quyết để bảo đảm vận hành công bằng và hiệu quả chuỗi giá trị du lịch cộng đồng. Điều này không chỉ góp phần nâng cao hiệu quả kinh tế mà còn củng cố năng lực chính trị - xã hội của cộng đồng, góp phần xây dựng nền du lịch bền vững theo đúng định hướng thị trường có quản lý, gắn với phát triển công bằng trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

(5) Đạo đức kinh doanh và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp: Doanh nghiệp có thể đóng vai trò tích cực trong phân bổ lợi ích nếu cam kết dài hạn, đầu tư lại cho cộng đồng, tôn trọng văn hóa bản địa và cùng xây dựng sản phẩm. Tuy nhiên, nếu chỉ chạy theo lợi nhuận, tận dụng tài nguyên mà không chia sẻ, doanh nghiệp sẽ trở thành tác nhân gây bất bình đẳng, như Mác từng cảnh báo: “Lợi nhuận quá mức làm cho tư bản mất đi giới hạn đạo đức và xã hội của nó” [6].

Như vậy, có thể khẳng định quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng là sản phẩm của sự tương tác giữa các yếu tố khách quan (thể chế, công nghệ, vị trí, thị trường...) và các yếu tố chủ quan (năng lực cộng đồng, chính quyền, doanh nghiệp). Nhận diện đúng các nhân tố ảnh hưởng là cơ sở quan trọng để đánh giá thực trạng quan hệ lợi ích, xác định những điểm nghẽn trong quá trình phân phối và đề xuất giải pháp phù hợp nhằm hướng đến sự phát triển hài hòa, công bằng và bền vững.

2.3. KINH NGHIỆM Ở MỘT SỐ ĐỊA PHƯƠNG TRONG NƯỚC VỀ BẢO ĐẢM QUAN HỆ LỢI ÍCH TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG VÀ BÀI HỌC RÚT RA

2.3.1. Kinh nghiệm của một số địa phương về bảo đảm quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng

2.3.1.1. Tỉnh Hà Giang

Hà Giang - vùng đất cực Bắc của Tổ quốc - không chỉ nổi bật với cảnh quan hùng vĩ của Công viên địa chất toàn cầu Cao nguyên đá Đồng Văn, mà còn là địa phương tiên phong trong xây dựng mô hình du lịch cộng đồng gắn với bảo tồn văn hóa bản địa và tạo sinh kế cho người dân. Với hệ thống 40 làng văn hóa du lịch, trong đó có 16 làng đạt chuẩn, Hà Giang đã bước đầu thiết lập nền tảng hài hòa quan hệ lợi ích giữa các chủ thể, biến tiềm năng di sản thành động lực phát triển kinh tế tại chỗ.

(1) Vai trò của chính quyền trong định hình cơ chế phân phối lợi ích: Chính quyền tỉnh Hà Giang giữ vai trò trung tâm trong việc kiến tạo khung thể chế và chính sách phát triển du lịch cộng đồng. Một trong những dấu mốc quan trọng là việc ban hành Quyết định số 1646/QĐ-UBND ngày 27/8/2014 về phê duyệt Đề án phát triển du lịch cộng đồng tỉnh Hà Giang đến năm 2030, trong đó xác định du lịch cộng đồng là một hướng đi chiến lược trong cơ cấu kinh tế - xã hội của các vùng đồng bào dân tộc thiểu số. Quyết định này đã tạo nền tảng pháp lý để triển khai các chính sách hỗ trợ đầu tư hạ tầng, cải tạo nhà dân làm homestay và kết nối với chương trình OCOP. Tỉnh đã bố trí khoảng 16,285 tỷ đồng để hỗ trợ hơn 270 hộ dân phát triển dịch vụ lưu trú du lịch, giúp họ có thêm nguồn thu nhập ổn định.

Bên cạnh đó, Bộ Quy tắc ứng xử văn minh du lịch (2018) của tỉnh đã quy định cụ thể vai trò và trách nhiệm của các bên liên quan, trong đó yêu cầu các doanh nghiệp lữ hành phải ưu tiên sử dụng tối thiểu 60% lao động là người địa phương và tiêu thụ ít nhất 40% nông sản tại chỗ. Chính quyền các cấp đóng vai trò điều tiết, giám sát, đồng thời tạo điều kiện về đào tạo nghề, xây dựng thương hiệu bản làng, nâng cao năng lực cho cán bộ bản, hợp tác xã và các tổ chức cộng đồng. Vai trò "Nhà nước kiến tạo phát triển" được thể hiện rõ trong việc thiết lập mặt bằng thể

chế ban đầu cho việc vận hành quan hệ lợi ích theo hướng hài hòa giữa các chủ thể.

Tuy nhiên, trong quá trình triển khai, vẫn còn tồn tại một số bất cập. Việc thực hiện quy hoạch chưa đồng đều giữa các huyện, nhiều điểm du lịch còn thiếu cơ sở hạ tầng đồng bộ, thiếu hướng dẫn kỹ thuật để vận hành mô hình HTX hoặc tổ hợp tác du lịch. Một số chính sách vẫn mang tính chất hỗ trợ từ trên xuống, chưa dựa trên nhu cầu thực tế và khả năng tham gia của người dân, dẫn tới tình trạng "trợ cấp hóa" hoạt động du lịch cộng đồng.

(2) Văn hóa bản địa là nền tảng xác lập quyền lợi của cộng đồng: Tỉnh Hà Giang đã khai thác hiệu quả các yếu tố văn hóa truyền thống như lễ hội Gầu Tào của người Mông, nghề dệt lanh, múa công chiêng của người Lô Lô, nghệ thuật kiến trúc nhà trình tường... để tạo nên các sản phẩm du lịch đặc trưng gắn với trải nghiệm văn hóa. Các hoạt động này không chỉ giúp tăng thu nhập cho cộng đồng mà còn khẳng định vị thế chủ thể của người dân địa phương đối với tài nguyên du lịch.

Điển hình là mô hình tại làng Lô Lô Chải (Đồng Văn), nơi cộng đồng vẫn gìn giữ được cấu trúc làng cổ, kiến trúc nhà truyền thống và thực hiện các hoạt động biểu diễn định kỳ phục vụ du khách. Nhờ vào sự kết hợp giữa chính quyền, doanh nghiệp và người dân, mỗi hộ dân tại đây có thể thu về khoảng 100 triệu đồng/năm từ vé tham quan, dịch vụ lưu trú và bán hàng lưu niệm. Mô hình này góp phần làm rõ vai trò của di sản văn hóa trong việc hình thành tài sản sở hữu cộng đồng, từ đó tạo cơ sở phân phối lợi ích theo chiều sâu và dài hạn.

Tuy nhiên, cũng cần nhìn nhận rằng nhiều hoạt động văn hóa vẫn còn mang tính trình diễn, thiếu chiều sâu trải nghiệm; một số địa phương có dấu hiệu "thương mại hóa cực đoan" di sản, dẫn đến nguy cơ mất bản sắc. Việc thiếu các thiết chế bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ cộng đồng, cũng như thiếu công cụ chia sẻ lợi ích từ việc sử dụng văn hóa truyền thống cho mục đích kinh doanh, khiến cộng đồng ở một số điểm du lịch vẫn ở thế yếu trong đàm phán và bảo vệ quyền lợi.

(3) Mô hình hợp tác xã - hạt nhân điều tiết quan hệ lợi ích nội sinh: Tại Thôn Tha (xã Phương Độ, TP Hà Giang), mô hình HTX du lịch cộng đồng được xem là một bước tiến trong tổ chức lại quan hệ sản xuất ở khu vực nông thôn miền núi.

Mỗi hộ tham gia HTX góp vốn 10 triệu đồng, được phân chia lợi nhuận theo tỷ lệ: 70% từ dịch vụ lưu trú, 30% từ sản phẩm thủ công. Các thành viên được phân công chuyên môn hóa theo tổ chức: tổ ẩm thực, tổ hướng dẫn viên, tổ vệ sinh môi trường..., nhờ đó hiệu quả dịch vụ tăng 25% so với trước.

HTX còn đóng vai trò thương thảo với các công ty lữ hành (5 đơn vị hợp đồng thường xuyên), bảo đảm 80% công suất phòng quanh năm. Điều này cho thấy mô hình HTX có thể giúp cộng đồng nâng cao năng lực tổ chức, củng cố tiếng nói thương lượng và điều tiết phân phối lợi ích một cách dân chủ hơn. Đây là minh chứng cho hình thức sở hữu tập thể kiểu mới phù hợp với định hướng kinh tế thị trường xã hội chủ nghĩa.

Tuy nhiên, thực tế cũng cho thấy không phải HTX nào cũng vận hành hiệu quả. Một số nơi thiếu người có năng lực quản trị, thiếu vốn hoạt động, dẫn tới HTX chỉ tồn tại trên danh nghĩa. Ngoài ra, chưa có cơ chế pháp lý cụ thể bảo vệ quyền lợi các thành viên trong trường hợp mâu thuẫn lợi ích hoặc rút khỏi HTX, điều này hạn chế niềm tin và tính bền vững của mô hình.

(4) Gắn kết lợi ích kinh tế với bảo vệ môi trường - hướng đến du lịch xanh: Tỉnh Hà Giang đã triển khai chiến dịch “Hà Giang nói không với rác thải”, khuyến khích các cơ sở du lịch thay thế túi nilon bằng lá dong, ống hút tre, đồng thời xây dựng 20 điểm thu gom rác tái chế dọc Quốc lộ 4C. Bên cạnh đó, chính sách ưu đãi thuế 10% cho các cơ sở homestay đạt chuẩn “du lịch xanh” ASEAN đã khuyến khích hơn 30 hộ cải tạo nhà ở, đầu tư hệ thống xử lý nước thải, tiết kiệm năng lượng và nâng cao tiêu chuẩn phục vụ.

Việc lồng ghép mục tiêu bảo vệ môi trường vào hệ thống chính sách du lịch không chỉ nâng cao chất lượng dịch vụ, mà còn góp phần tái cơ cấu phân phối lợi ích theo hướng lâu dài, bền vững, nhấn mạnh vai trò của cộng đồng trong giữ gìn tài nguyên - nguồn lực quan trọng nhất cho phát triển du lịch cộng đồng. Tuy nhiên, tại một số điểm, nhận thức của người dân về môi trường còn thấp, ý thức thực hiện cam kết “xanh” chưa ổn định, chủ yếu vẫn dựa vào vận động hành chính chứ chưa thành tự giác.

Tóm lại, thành công của Hà Giang là đã bước đầu thể chế hóa được quan hệ

lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng, thông qua các quyết định hành chính cụ thể, mô hình HTX dân chủ và việc tái lập vai trò chủ thể của cộng đồng thông qua di sản văn hóa và sinh thái. Quan hệ lợi ích được tái cấu trúc theo hướng hài hòa hơn giữa chính quyền - doanh nghiệp - cộng đồng. Tuy nhiên, hạn chế lớn nhất là sự thiếu ổn định trong vận hành các mô hình phân phối lợi ích, sự phụ thuộc quá lớn vào hỗ trợ của chính quyền, thiếu chiến lược dài hạn để nâng cao năng lực nội sinh của cộng đồng. Việc giám sát minh bạch, bảo vệ quyền lợi văn hóa - tài nguyên của người dân vẫn còn bị xem nhẹ. Vì vậy, đảm bảo quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng, Hà Giang cần tiếp tục thể chế hóa mô hình HTX hoặc tổ hợp tác có tư cách pháp lý rõ ràng; xây dựng hệ thống kiểm soát, minh bạch hóa phân phối lợi ích; đầu tư vào nâng cao năng lực cộng đồng để họ thực sự là chủ thể - không chỉ về mặt biểu tượng mà cả về sở hữu, quyết định và hưởng lợi trong phát triển du lịch cộng đồng.

2.3.1.2. Tỉnh Hòa Bình

Hòa Bình là tỉnh cửa ngõ vùng Tây Bắc, nơi hội tụ nhiều tiềm năng để phát triển du lịch cộng đồng nhờ vào sự đa dạng văn hóa, vị trí địa lý thuận lợi, hệ thống bản làng dân tộc Mường còn bảo tồn nguyên vẹn cùng truyền thống sản xuất nông nghiệp, dệt thổ cẩm và ẩm thực đặc sắc. Trong những năm gần đây, Hòa Bình đã trở thành một trong những địa phương đi đầu trong xây dựng mô hình du lịch cộng đồng, đặc biệt ở các huyện Mai Châu, Kim Bôi, Lạc Sơn, Tân Lạc, Yên Thủy...

(1) Chính quyền kiến tạo chính sách và định hướng phân phối lợi ích: Chính quyền tỉnh Hòa Bình đã chủ động ban hành các văn bản định hướng phát triển du lịch cộng đồng. Đáng chú ý là Đề án phát triển du lịch cộng đồng giai đoạn 2013-2020, định hướng đến 2030, xác định rõ sáu điểm du lịch cộng đồng trọng điểm (bản Lác, Pom Coọng - Mai Châu; xóm Ngòi - Tân Lạc; xóm Lũy Ải - Kim Bôi...) và đề ra mục tiêu gắn kết du lịch cộng đồng với chương trình xây dựng nông thôn mới, chương trình giảm nghèo bền vững và phát triển sản phẩm OCOP. Chính quyền đã hỗ trợ hạ tầng (đường, điện, nước, vệ sinh môi trường), cấp vốn từ Quỹ quốc gia về việc làm, Ngân hàng Chính sách xã hội để cải tạo nhà ở thành homestay, đồng thời triển khai nhiều lớp tập huấn về du lịch, văn hóa, kỹ năng đón

tiếp khách. Tuy nhiên, quá trình triển khai vẫn còn biểu hiện dàn trải, thiếu sự giám sát chặt chẽ trong việc thực hiện mục tiêu phân phối lợi ích. Việc xây dựng chính sách chưa đi kèm với các thiết chế đảm bảo cơ chế chia sẻ lợi ích giữa cộng đồng với doanh nghiệp, giữa các hộ dân với nhau, dẫn đến tình trạng không đồng đều về mức hưởng lợi trong cùng một bản du lịch. Một số nơi, lợi ích tập trung vào nhóm hộ có vị trí thuận lợi hoặc có điều kiện đầu tư ban đầu, trong khi những hộ yếu thế hơn dần bị gạt ra ngoài chuỗi giá trị.

(2) Khai thác văn hóa Mường - động lực tăng cường vị thế cộng đồng: Là cái nôi văn hóa của dân tộc Mường, Hòa Bình đã biết cách khai thác bản sắc văn hóa để tạo dựng sản phẩm du lịch độc đáo: nhà sàn, lễ hội Khai Hạ, múa xòe, rượu cần, nghề dệt thổ cẩm, ẩm thực Mường... Tại bản Lác (Mai Châu), hơn 70% hộ dân tham gia cung ứng dịch vụ homestay, bán hàng lưu niệm và biểu diễn văn hóa dân gian. Thu nhập từ du lịch chiếm tới 60-80% tổng thu nhập của hộ. Các lễ hội truyền thống được tổ chức định kỳ, không chỉ góp phần gìn giữ bản sắc mà còn tạo không gian để cộng đồng khẳng định quyền sở hữu đối với tài sản văn hóa, từ đó hình thành cơ sở phân phối lợi ích lâu dài. Tuy nhiên, một số hoạt động văn hóa tại các điểm du lịch đã có dấu hiệu thương mại hóa thái quá, làm mất đi sự tự nhiên và giá trị biểu tượng truyền thống. Đặc biệt, chưa có cơ chế rõ ràng về chia sẻ lợi nhuận từ việc sử dụng yếu tố văn hóa trong kinh doanh du lịch giữa các hộ dân và giữa cộng đồng với doanh nghiệp. Khi giá trị văn hóa chưa được pháp lý hóa thành “tài sản cộng đồng”, cộng đồng dễ bị thiệt thòi trong các thương lượng về quyền lợi.

(3) Mô hình nhóm hộ và tổ chức cộng đồng: Tại nhiều điểm du lịch cộng đồng như bản Lác (Mai Châu), xóm Ngòi (Tân Lạc), các nhóm hộ tự quản hoặc tổ du lịch cộng đồng đã được hình thành nhằm điều phối dịch vụ lưu trú, văn hóa, vệ sinh, hướng dẫn viên... Các hộ dân tự nguyện xây dựng quy ước cộng đồng: niêm yết giá, phân chia khách, góp quỹ chung để sửa chữa hạ tầng chung (nhà văn hóa, đường bản, sân chơi...). Mô hình này giúp hạn chế cạnh tranh nội bộ, tăng tính cộng đồng và chia sẻ lợi ích tương đối đồng đều. Tuy vậy, việc tổ chức này mới chỉ dừng lại ở quy mô nhỏ, mang tính tự phát, chưa được thể chế hóa hoặc bảo vệ bằng các quy định pháp lý rõ ràng. Thiếu sự hỗ trợ từ chính quyền và các cơ chế liên kết với

doanh nghiệp, nhóm hộ chưa đủ năng lực điều tiết quan hệ lợi ích trong bối cảnh cạnh tranh thị trường khốc liệt. Một số nhóm hộ hoạt động lỏng lẻo, bị chi phối bởi hộ “lớn” có thể mạnh kinh tế, dẫn tới mất công bằng trong chia sẻ khách, nguồn thu và cơ hội phát triển.

(4) Quan hệ doanh nghiệp - cộng đồng: thiếu cơ chế giám sát lợi ích: Trong các mô hình du lịch cộng đồng ở Hòa Bình, doanh nghiệp du lịch đóng vai trò cung cấp đầu vào (đưa khách), còn cộng đồng cung cấp dịch vụ lưu trú, văn hóa, sản phẩm địa phương. Tuy nhiên, chưa có hợp đồng ràng buộc quyền lợi rõ ràng giữa doanh nghiệp với cộng đồng hoặc từng hộ dân. Một số doanh nghiệp tự tổ chức các tour mà không thông báo hoặc chia sẻ lợi ích với cộng đồng bản địa. Các cơ chế như “đặt chỗ công bằng”, “chia hoa hồng minh bạch” hay “cơ chế khiếu nại” vẫn còn thiếu vắng. Tình trạng này tạo nên sự mất cân đối trong quan hệ lợi ích giữa bên có quyền lực thị trường (doanh nghiệp) và bên yếu thế (cộng đồng), dẫn đến hiện tượng “chiếm dụng lợi ích”, làm suy yếu động lực tham gia của người dân.

(5) Nhận thức và năng lực cộng đồng - yếu tố quyết định tính công bằng trong quan hệ lợi ích: Một trong những khó khăn lớn tại Hòa Bình là sự chênh lệch về nhận thức, kỹ năng và năng lực tổ chức của các cộng đồng khác nhau. Nơi có đội ngũ người dẫn dắt tốt (bí thư chi bộ, trưởng bản, nhóm trưởng du lịch...), quan hệ lợi ích thường ổn định, có sự đồng thuận và chia sẻ. Ngược lại, ở những bản thiếu sự thống nhất hoặc có xung đột nội bộ, việc phân phối khách, thu nhập và quyền quyết định thường bất bình đẳng. Điều này khẳng định tầm quan trọng của yếu tố chủ quan - tức “năng lực cộng đồng” - trong định hình cấu trúc lợi ích xã hội, như Mác đã khẳng định: “Con người tạo nên lịch sử của mình không phải trong những điều kiện họ lựa chọn, mà trong những điều kiện sẵn có” [C. Mác, Tư bản, Tập I].

Như vậy, thành công lớn nhất của Hòa Bình là đã tạo dựng được các điểm du lịch cộng đồng có thương hiệu, phát triển dịch vụ tương đối toàn diện, tăng thu nhập và sinh kế cho hàng ngàn hộ dân. Chính quyền đóng vai trò định hướng, văn hóa bản địa trở thành tài sản kinh tế và cộng đồng từng bước tham gia vào chuỗi giá trị du lịch. Tuy nhiên, hạn chế chính là sự thiếu vắng thể chế giám sát phân phối lợi ích giữa các chủ thể; mô hình tổ chức cộng đồng còn phi chính thức, thiếu năng lực

điều hành; doanh nghiệp và người dân chưa được ràng buộc bởi một khung pháp lý công bằng về lợi ích. Việc phụ thuộc vào các tour ngắn ngày và xu hướng phát triển “tự phát” làm gia tăng nguy cơ cạnh tranh không lành mạnh và phân hóa lợi ích. Vì vậy, đảm bảo quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng, Hoà Bình cần thể chế hóa tổ chức cộng đồng dưới dạng hợp tác xã hoặc tổ hợp tác du lịch; xây dựng bộ khung thỏa thuận lợi ích giữa doanh nghiệp - cộng đồng; tăng cường vai trò chính quyền cấp xã trong giám sát phân phối lợi ích; và đầu tư vào nâng cao năng lực cộng đồng để bảo đảm sự công bằng, chủ động và bền vững trong phát triển du lịch cộng đồng.

2.3.1.3. Tỉnh Sơn La

Sơn La là tỉnh miền núi phía Tây Bắc có diện tích lớn nhất vùng Trung du và miền núi Bắc Bộ, đồng thời là nơi cư trú của 12 dân tộc thiểu số, trong đó dân tộc Thái chiếm trên 53% dân số. Với đặc trưng về không gian bản làng, cảnh quan tự nhiên, hồ thủy điện Sơn La rộng lớn và kho tàng văn hóa dân gian đặc sắc, tỉnh Sơn La có tiềm năng to lớn để phát triển du lịch cộng đồng. Những năm gần đây, tỉnh đã từng bước xây dựng các mô hình du lịch cộng đồng có sự tham gia rộng rãi của người dân, hình thành cơ chế hợp tác, chia sẻ lợi ích và phát huy vai trò của cộng đồng trong bảo vệ và khai thác tài nguyên bản địa.

(1) Gắn phát triển du lịch cộng đồng với chương trình tái định cư - công cụ phân phối lại lợi ích xã hội: Một điểm đặc biệt trong phát triển du lịch cộng đồng tại Sơn La là việc gắn kết chặt chẽ với chương trình di dân tái định cư thủy điện Sơn La. Sau khi công trình thủy điện hoàn thành, hàng nghìn hộ dân đã được bố trí về các khu vực ven lòng hồ, mở ra không gian mới cho phát triển du lịch sinh thái - cộng đồng. Chính quyền tỉnh đã ban hành Đề án phát triển du lịch khu vực lòng hồ thủy điện Sơn La (giai đoạn 2017-2025), định hướng phát triển các sản phẩm du lịch gắn với trải nghiệm hồ, văn hóa dân tộc Thái, nghề chài lưới truyền thống, ẩm thực dân dã và lưu trú homestay. Chính sách hỗ trợ chuyển đổi sinh kế, đầu tư hạ tầng và định hướng phát triển du lịch tại các khu tái định cư là minh chứng rõ nét cho vai trò điều tiết của Nhà nước trong phân phối lại lợi ích xã hội thông qua phát triển du lịch, nhằm khắc phục những tổn thất do di dời, đồng thời tạo ra động lực

phát triển mới cho người dân vùng lòng hồ. Tuy nhiên, hạn chế lớn là việc thiếu cơ chế theo dõi, giám sát việc thực hiện các chính sách sau khi tái định cư. Một số hộ dân tuy có điều kiện tiếp cận dịch vụ du lịch nhưng thiếu kỹ năng, thiếu kết nối thị trường và rơi vào thế bị động, không thể tham gia sâu vào chuỗi giá trị. Việc phân phối lợi ích trong nhiều trường hợp vẫn mang tính hỗ trợ hành chính thay vì thiết lập cơ chế thị trường có tính bền vững và lâu dài.

(2) Khai thác văn hóa Thái - Mông: Nguồn lực sở hữu đặc thù của cộng đồng. Tỉnh Sơn La đã chú trọng khai thác các yếu tố văn hóa truyền thống - đặc biệt là văn hóa dân tộc Thái và Mông - để phát triển sản phẩm du lịch cộng đồng: biểu diễn xòe Thái, lễ hội Pang A, không gian nhà sàn cổ, ẩm thực truyền thống, nghề thủ công, dệt thổ cẩm, rèn dao... Các mô hình như bản Hua Tạt (Vân Hồ), bản Áng (Mộc Châu), bản Chiềng Yên (Vân Hồ), bản Bon (Quỳnh Nhai)... đã bước đầu “du lịch hóa” di sản văn hóa để phục vụ khách, qua đó gia tăng nguồn thu cho người dân. Điểm đáng chú ý là các hoạt động du lịch này đều lấy cộng đồng làm trung tâm cung ứng dịch vụ, người dân vừa là chủ sở hữu tài nguyên, vừa là người lao động và người thụ hưởng lợi ích. Tuy nhiên, việc thiếu cơ chế bảo vệ quyền sở hữu văn hóa, cũng như chưa có quy định pháp lý rõ ràng về quyền lợi khi khai thác các yếu tố văn hóa truyền thống, khiến cộng đồng dễ bị thương mại hóa “một chiều”, chưa bảo đảm phân phối công bằng lợi ích giữa khai thác và bảo tồn.

(3) Nhóm liên kết hộ - mô hình sở hữu tập thể kiểu mềm: Thay vì hợp tác xã chính thức như ở Hà Giang hoặc Hòa Bình, tỉnh Sơn La phát triển mạnh mô hình nhóm liên kết hộ trong phát triển du lịch cộng đồng. Tại bản Hua Tạt, các hộ dân tự nguyện hình thành tổ liên kết cung ứng dịch vụ (ẩm thực, hướng dẫn viên, lưu trú, vận chuyển). Các nhóm hộ thống nhất giá cả, chia sẻ khách, góp quỹ chung để bảo trì cơ sở vật chất chung như bãi đỗ xe, nhà văn hóa, sân bản... Đây là mô hình có tính linh hoạt cao, phù hợp với điều kiện phân tán dân cư vùng cao, giúp tái cấu trúc quan hệ lợi ích theo hướng tự quản, dân chủ, phi hình thức nhưng hiệu quả. Việc phân chia lợi ích không còn dựa vào vị trí địa lý thuận lợi, mà dựa trên thỏa thuận tập thể, giúp giảm cạnh tranh không lành mạnh và tăng cường đoàn kết nội bộ. Tuy nhiên, do không có tư cách pháp lý chính thức như hợp tác xã, nên các nhóm hộ này

để gặp rủi ro khi xảy ra tranh chấp, thiếu cơ chế bảo vệ lợi ích nhóm hoặc cá nhân. Việc đàm phán với doanh nghiệp, ký hợp đồng dài hạn hoặc tiếp cận vốn vay cũng gặp nhiều trở ngại. Điều này cho thấy nhu cầu cần thiết của việc thể chế hóa các hình thức hợp tác cộng đồng linh hoạt, phù hợp với điều kiện miền núi.

(4) Liên kết vùng - yếu tố mở rộng không gian phân phối lợi ích. Sơn La đã chủ động tổ chức liên kết với các tỉnh như Điện Biên, Lai Châu, Hòa Bình và các công ty lữ hành lớn ở Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh thông qua các sự kiện như “Ngày hội văn hóa - du lịch Tây Bắc”, “Tuần văn hóa du lịch Mộc Châu”, chương trình du lịch đường thủy sông Đà... Việc đưa du lịch cộng đồng vào chuỗi sản phẩm chuyên nghiệp đã giúp mở rộng thị trường, tăng lượng khách và đa dạng hóa hình thức thu hút lợi ích. Tuy nhiên, không ít trường hợp doanh nghiệp vẫn đóng vai trò trung gian chiếm tỷ lệ lợi nhuận lớn, trong khi cộng đồng chỉ được hưởng phần nhỏ giá trị gia tăng. Cộng đồng địa phương thiếu kỹ năng đàm phán, thiếu tiếng nói đại diện và thiếu hệ thống hợp đồng ràng buộc lợi ích, dẫn đến tình trạng “bị phụ thuộc” vào luồng khách từ doanh nghiệp lữ hành. Mâu thuẫn lợi ích tiềm ẩn có thể xuất hiện khi doanh nghiệp điều phối khách theo mục tiêu lợi nhuận, còn cộng đồng lại không có công cụ bảo vệ quyền lợi của mình.

(5) Nhận thức cộng đồng - điều kiện tiên quyết để bảo vệ lợi ích. Một điểm mạnh của các cộng đồng tại Sơn La là có tinh thần chủ động tổ chức, đoàn kết nội bộ và tự xây dựng quy ước chia sẻ khách, bảo vệ tài nguyên. Tuy nhiên, nhìn chung năng lực quản lý, tài chính, truyền thông và tiếp cận thị trường của cộng đồng vẫn ở mức thấp. Hầu hết hộ dân chưa có khả năng vận hành dịch vụ độc lập nếu không có hỗ trợ từ chính quyền hoặc doanh nghiệp. Điều này cho thấy vai trò trung tâm của việc nâng cao năng lực cộng đồng như một điều kiện để xây dựng cấu trúc quan hệ lợi ích bền vững. Khi cộng đồng chưa có khả năng đại diện, giám sát và thương lượng, thì dù có chính sách hỗ trợ cũng khó đảm bảo công bằng lợi ích.

Tóm lại, Sơn La là đã tận dụng được các điều kiện văn hóa - sinh thái đặc thù để phát triển du lịch cộng đồng theo hướng gắn với chuyển đổi sinh kế và tái định cư. Việc hình thành các nhóm hộ liên kết đã tái cấu trúc quan hệ sản xuất theo hướng tập thể hóa mềm, linh hoạt, phù hợp với thực tiễn miền núi. Tuy nhiên, điểm hạn chế là chưa có thể chế pháp lý chính thức cho các mô hình liên kết, dẫn đến rủi

ro khi có xung đột lợi ích. Việc giám sát doanh nghiệp và phân chia giá trị trong liên kết tour - tuyến chưa hiệu quả, cộng đồng vẫn dễ rơi vào thế yếu. Thiếu thiết chế bảo vệ sở hữu văn hóa - tài nguyên cũng là lỗ hổng trong quản trị lợi ích. Vì vậy, đảm bảo quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng, Sơn La, cần thể chế hóa các mô hình tổ chức cộng đồng linh hoạt (nhóm hộ, tổ hợp tác); xây dựng cơ chế giám sát phân phối lợi ích giữa doanh nghiệp và người dân; nâng cao năng lực quản trị nội sinh của cộng đồng; và gắn phát triển du lịch cộng đồng với chiến lược công bằng xã hội - bảo vệ lợi ích dài hạn cho nhóm yếu thế.

2.3.2. Một số bài học kinh nghiệm rút ra cho tỉnh Lào Cai

Qua phân tích thực tiễn tổ chức và vận hành mô hình du lịch cộng đồng tại các tỉnh Hà Giang, Hòa Bình và Sơn La - những địa phương có điều kiện tự nhiên, xã hội và văn hóa tương đồng với Lào Cai - có thể rút ra một số bài học kinh nghiệm có giá trị tham khảo trong việc xây dựng quan hệ lợi ích hài hòa giữa các chủ thể trong phát triển du lịch cộng đồng tại Lào Cai.

Thứ nhất, cần xác lập vai trò kiến tạo, điều tiết và giám sát của chính quyền địa phương trong thiết lập khung thể chế phân phối lợi ích. Như ở Hà Giang, việc ban hành Quyết định 1646/QĐ-UBND và Bộ quy tắc ứng xử văn minh du lịch đã tạo cơ sở pháp lý rõ ràng để định hướng trách nhiệm giữa chính quyền - doanh nghiệp - cộng đồng. Lào Cai cần đẩy mạnh thể chế hóa bằng các văn bản cụ thể về phát triển du lịch cộng đồng, trong đó làm rõ quyền - nghĩa vụ - lợi ích của từng chủ thể, nhất là cơ chế giám sát minh bạch các hợp đồng kinh tế và hoạt động phân phối lợi nhuận.

Thứ hai, bài học từ Hòa Bình và Sơn La cho thấy: bảo tồn văn hóa bản địa không chỉ là mục tiêu phụ trợ, mà phải trở thành nền tảng phân phối lợi ích. Khi cộng đồng làm chủ giá trị văn hóa (lễ hội, nhà cổ, nghề truyền thống, tri thức dân gian), họ có vị thế đàm phán tốt hơn và thu được phần lợi ích xứng đáng trong chuỗi giá trị du lịch. Lào Cai có lợi thế về di sản văn hóa dân tộc thiểu số (Mông, Dao, Giáy, Hà Nhì...), do đó cần thúc đẩy quá trình “du lịch hóa có kiểm soát” di sản, đồng thời xây dựng cơ chế pháp lý bảo vệ sở hữu cộng đồng đối với tài nguyên văn hóa - tránh thương mại hóa cực đoan hoặc bị chiếm dụng bởi các tổ chức trung gian.

Thứ ba, mô hình tổ chức cộng đồng đóng vai trò trung tâm trong việc điều tiết quan hệ lợi ích nội sinh. Trong khi Hà Giang phát triển hợp tác xã chính thức, Sơn La lại tổ chức các nhóm liên kết hộ phù hợp với điều kiện miền núi phân tán. Với đặc điểm đa dân tộc, địa hình chia cắt, Lào Cai có thể lựa chọn mô hình hỗn hợp: khuyến khích hợp tác xã ở những vùng có năng lực tổ chức, đồng thời công nhận và hỗ trợ pháp lý cho các nhóm hộ tự quản. Quan trọng hơn, các tổ chức này phải có cơ chế chia sẻ lợi ích công khai, được giám sát bởi cộng đồng và chính quyền cấp xã.

Thứ tư, cần xây dựng cơ chế liên kết bền vững giữa cộng đồng và doanh nghiệp. Bài học từ cả ba tỉnh cho thấy, nếu không có hợp đồng ràng buộc rõ ràng, doanh nghiệp dễ chiếm ưu thế trong phân phối lợi nhuận. Lào Cai cần xây dựng mẫu hợp đồng khung, tổ chức đối thoại định kỳ giữa các bên và thiết lập cơ chế hòa giải khi có xung đột lợi ích.

Thứ năm, năng lực cộng đồng là yếu tố quyết định mức độ công bằng trong quan hệ lợi ích. Lào Cai cần đầu tư dài hạn cho đào tạo, truyền thông, nâng cao năng lực quản trị, tài chính, kỹ thuật và pháp lý cho người dân. Khi cộng đồng đủ năng lực làm chủ và giám sát chuỗi du lịch, quan hệ lợi ích mới thực sự hài hòa, bền vững và công bằng.

Tóm tắt chương 2

Chương 2 trình bày cơ sở lý luận và thực tiễn về quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng. Luận án làm rõ khái niệm, đặc điểm, vai trò của quan hệ lợi ích và xác định sáu cặp quan hệ giữa chính quyền, cộng đồng, doanh nghiệp và khách du lịch. Tác giả đề xuất năm nhóm tiêu chí đánh giá gồm: công bằng, hài hòa, tham gia, minh bạch và bền vững. Trên cơ sở khảo cứu thực tiễn tại Hà Giang, Hòa Bình và Sơn La, chương 2 rút ra các bài học như: cần thể chế hóa mô hình tổ chức cộng đồng linh hoạt, xây dựng hợp đồng hợp tác rõ ràng với doanh nghiệp, và phát huy vai trò điều tiết - giám sát của chính quyền trong phân phối lợi ích du lịch cộng đồng.

Chương 3

THỰC TRẠNG QUAN HỆ LỢI ÍCH TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH LÀO CAI

3.1. TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH LÀO CAI VÀ VAI TRÒ CÁC BÊN LIÊN QUAN

3.1.1. Đặc điểm tự nhiên, kinh tế - xã hội và tài nguyên phát triển du lịch cộng đồng tỉnh Lào Cai

Tỉnh Lào Cai, nằm ở vùng biên giới phía Bắc Việt Nam, là điểm hội tụ giữa Đông Bắc và Tây Bắc, cách Thủ đô Hà Nội 265 km theo đường bộ. Với diện tích 6.364,03 km², Lào Cai sở hữu vị trí địa lý chiến lược, tiếp giáp tỉnh Vân Nam (Trung Quốc) qua 203 km đường biên, đồng thời là cửa ngõ giao thương quan trọng trên hành lang kinh tế Côn Minh - Hải Phòng. Địa hình tỉnh phân tầng phức tạp, được chia thành ba khu vực dựa trên điều kiện phát triển: vùng thuận lợi (khu vực I), vùng khó khăn (khu vực II), và vùng đặc biệt khó khăn (khu vực III). Đỉnh Fansipan (3.143 m) thuộc dãy Hoàng Liên Sơn không chỉ là "nóc nhà Đông Dương" mà còn tạo nên hệ sinh thái đa dạng với 7 kiểu khí hậu, từ nhiệt đới đến ôn đới, thuận lợi cho phát triển du lịch nghỉ dưỡng và sinh thái.

Về tài nguyên thiên nhiên, Lào Cai được thiên nhiên ưu đãi với hệ thống sông Hồng, sông Chảy cùng mạng lưới suối, thác hùng vĩ như Thác Bạc, Thác Tình Yêu. Vườn quốc gia Hoàng Liên, diện tích 29.845 ha, là "kho báu" đa dạng sinh học với 2.847 loài thực vật và 555 loài động vật, trong đó 66 loài có tên trong Sách đỏ Việt Nam. Tài nguyên rừng chiếm 60% diện tích toàn tỉnh, đóng vai trò quan trọng trong bảo tồn hệ sinh thái và phát triển du lịch bền vững. Đặc biệt, nguồn khoáng sản phong phú (đồng, sắt, apatit) và các mạch nước khoáng chưa được khai thác toàn diện hứa hẹn tiềm năng cho ngành công nghiệp và du lịch chữa bệnh.

Trên phương diện kinh tế - xã hội, Lào Cai là nơi sinh sống của 25 dân tộc, trong đó người H'Mông, Tày, Dao, Thái chiếm tỷ lệ đáng kể, tạo nên bức tranh văn hóa đa sắc. Dân số năm 2020 đạt 746.355 người, mật độ 106 người/km², tập trung chủ yếu tại thành phố Lào Cai và thị xã Sa Pa. Sau 35 năm tái lập tỉnh (1991-2024),

Lào Cai đạt tốc độ tăng trưởng kinh tế ấn tượng, GRDP năm 2020 gấp 27 lần so với năm 1991. Nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, công nghiệp luyện kim - hóa chất, và du lịch trở thành ba trụ cột chính. Đến năm 2020, 54 xã đạt chuẩn nông thôn mới, hạ tầng giao thông, giáo dục, y tế được cải thiện đáng kể, tỷ lệ lao động qua đào tạo đạt 55% [10].

Về tiềm năng du lịch cộng đồng, Lào Cai sở hữu nhiều lợi thế nổi bật với khoảng 40 làng văn hóa du lịch cộng đồng, trong đó có 16 làng đã đạt chuẩn. Các sản phẩm du lịch gắn liền với bản sắc văn hóa các dân tộc thiểu số như lễ hội Gầu Tào của người H'Mông, Tết Nhảy của người Dao Đỏ, chợ phiên Bắc Hà - nơi giao thoa văn hóa vùng cao, cùng các nghề truyền thống như dệt thổ cẩm, đan lát... đã tạo nên những trải nghiệm độc đáo, hấp dẫn đối với du khách trong và ngoài nước. Mô hình homestay phát triển mạnh, với 431 cơ sở chủ yếu tập trung tại các địa phương như Sa Pa, Bát Xát, Bắc Hà, mang lại thu nhập ổn định cho người dân, dao động từ 70 đến 200 triệu đồng/hộ/năm. Du lịch cộng đồng tại Lào Cai không chỉ góp phần xóa đói giảm nghèo mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc bảo tồn di sản văn hóa, như bãi đá cổ Sa Pa - một di tích khảo cổ độc đáo đang được đề nghị UNESCO công nhận là Di sản thế giới.

Hạ tầng phục vụ du lịch được đầu tư đồng bộ: hệ thống đường cao tốc Nội Bài - Lào Cai kết nối liên vùng; cảng hàng không Sa Pa dự kiến vận hành trước 2025; đường sắt Hà Nội - Lào Cai liên thông với Vân Nam. Thành phố Lào Cai và Sa Pa tập trung 57% cơ sở lưu trú toàn tỉnh, bao gồm 3 khách sạn 5 sao và hàng trăm homestay đạt chuẩn. Tuy nhiên, thách thức lớn nằm ở việc phân bố không đều hạ tầng giữa các vùng, đặc biệt tại khu vực III (vùng sâu, biên giới), nơi giao thông chia cắt và dịch vụ xã hội còn hạn chế.

Nguồn nhân lực du lịch tuy tăng trưởng nhanh (42,2%/năm giai đoạn 2016-2019) nhưng chưa đáp ứng nhu cầu. Năm 2022, toàn tỉnh có 13.000 lao động trong ngành, trong đó chỉ 8.500 lao động trực tiếp, với 45% qua đào tạo. Điều này đòi hỏi tăng cường đào tạo kỹ năng chuyên môn, ngoại ngữ, và quản lý dịch vụ để nâng cao chất lượng trải nghiệm du khách [10].

Tóm lại, Lào Cai hội tụ đầy đủ yếu tố để phát triển du lịch cộng đồng bền

vững: đa dạng sinh thái, di sản văn hóa đặc sắc, và vị thế địa chính trị quan trọng. Việc kết hợp giữa bảo tồn bản sắc dân tộc, khai thác tài nguyên thiên nhiên thông minh, và phát triển hạ tầng đồng bộ sẽ biến Lào Cai thành điểm đến hàng đầu của du lịch vùng cao, góp phần thúc đẩy kinh tế - xã hội địa phương theo hướng bao trùm và bền vững.

3.1.2. Tình hình phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai

Tỉnh Lào Cai là một trong những địa phương tiên phong trong phát triển du lịch cộng đồng tại Việt Nam, với quá trình hình thành sớm, mang tính chất định hướng và huy động cao. Ngay từ những năm cuối thế kỷ XX, Lào Cai đã tiếp nhận và triển khai thí điểm các mô hình du lịch cộng đồng gắn với xóa đói, giảm nghèo cho đối tượng đồng bào dân tộc thiểu số. Tiêu biểu là dự án hợp tác với Tổ chức Bảo tồn thiên nhiên thế giới (WWF) và Tổ chức Bánh mì thế giới (Bread for the World) tại huyện Sa Pa, với hai mô hình ban đầu được thí điểm tại các xã Bản Hồ và San Sả Hồ.

Giai đoạn trước năm 2015, hoạt động du lịch cộng đồng phát triển tự phát, phần lớn tập trung tại Sa Pa, thiếu quy hoạch và công tác quản lý nhà nước chính thức. Tuy nhiên, bản chất ngắn hạn này lại là bệ phóng để Lào Cai có được những trải nghiệm ban đầu về phương thức tổ chức, huy động cộng đồng và cách thức khai thác tài nguyên bản địa phục vụ du lịch.

Từ sau năm 2015, du lịch cộng đồng đã được đưa vào quy hoạch và trở thành một trong những định hướng chiến lược trong phát triển du lịch tỉnh. Theo Quyết định số 4876/QĐ-UBND ngày 31/12/2015 và Quyết định số 2626/QĐ-UBND ngày 04/11/2022, du lịch cộng đồng được xác định là một trong sáu dòng sản phẩm du lịch chủ đạo, đóng vai trò quan trọng trong việc đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao trải nghiệm, gia tăng thời gian lưu trú và chi tiêu của du khách.

UBND tỉnh Lào Cai đã ban hành nhiều văn bản điều phối các chương trình phát triển du lịch cộng đồng: Kế hoạch số 163/KH-UBND (09/5/2018) về phát triển du lịch cộng đồng gắn với xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2017-2020; Kế hoạch số 101/KH-UBND (27/3/2018) về du lịch cộng đồng gắn với bảo tồn văn hóa dân tộc và khai thác tài nguyên Sa Pa; và Kế hoạch số 351/KH-UBND

(25/10/2021) về phát triển du lịch cộng đồng theo chuẩn ASEAN gắn với bản sắc 5 dân tộc thiểu số Sa Pa.

Mặc dù chưa có hướng dẫn chính thức từ trung ương về mô hình quản lý du lịch cộng đồng, nhưng UBND thị xã Sa Pa đã chủ động ban hành Quyết định số 12/QĐ-UBND (16/01/2016) về quy chế quản lý hoạt động du lịch cộng đồng, đồng thời thành lập Ban Quản lý tại các xã như Tả Van, Bản Hồ, Tả Phìn, Hầu Thào và Lao Chải. Mỗi ban gồm 7 thành viên, đứng đầu là Chủ tịch hoặc Phó chủ tịch UBND xã.

Hiện nay, trên địa bàn tỉnh Lào Cai có 13 điểm du lịch cộng đồng được công nhận, chiếm khoảng 35% tổng số điểm du lịch. Ngoài các khu vực truyền thống như Sa Pa và Bắc Hà, mô hình du lịch cộng đồng đang dần lan toả tới các địa bàn khác như Bát Xát, Bảo Yên, góp phần hình thành không gian du lịch rộng khắp tỉnh.

Hoạt động liên kết phát triển du lịch giữa các địa phương đã từng bước được thiết lập, hình thành các tuyến du lịch liên kết như: Sa Pa - Bắc Hà - Bảo Yên - Y Tý. Việc kết nối không gian du lịch giữa các huyện đã giúp kéo dài thời gian lưu trú, phân bổ dòng khách đồng đều hơn, đồng thời giảm tải cho các điểm du lịch quá nổi tiếng như thị xã Sa Pa.

Các loại hình sản phẩm du lịch cộng đồng tại Lào Cai được thiết kế khá phong phú và gắn với lợi thế bản địa. Nhóm sản phẩm lưu trú chủ yếu là các homestay do người dân tự quản lý, được xây dựng trên nền tảng kiến trúc nhà truyền thống của các dân tộc như Mông, Dao, Hà Nhì. Về ẩm thực, các món đặc sản như gạo Sẻng Cù, lợn đen cấp nách, tương ớt Mường Khương, rượu ngô Bắc Hà là những trải nghiệm ẩm thực hấp dẫn du khách. Hoạt động trải nghiệm cũng được tổ chức đa dạng, bao gồm dệt thổ cẩm, nhuộm vải chàm, tắm thuốc lá người Dao đỏ, hoặc cùng người dân tham gia vào các công việc đồng áng. Đặc biệt, những sự kiện thể thao - văn hóa như đua ngựa truyền thống Bắc Hà, lễ hội Gầu Tào, marathon vượt núi hay lễ hội mùa lúa chín đã góp phần quảng bá hình ảnh du lịch cộng đồng một cách hiệu quả. Đây chính là những yếu tố quan trọng để du lịch cộng đồng Lào Cai trở thành một trụ cột trong chiến lược du lịch bền vững của tỉnh trong những năm tới.

Trên cơ sở thực hiện các chủ trương, chính sách, chương trình nhằm phát triển du lịch cộng đồng, du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai từng bước được phục hồi sau tác động của đại dịch Covid-19.

**Bảng 3.1: Một số chỉ tiêu về du lịch cộng đồng tỉnh Lào Cai
giai đoạn 2019-2024**

Năm	Lượt khách du lịch (triệu)	Khách quốc tế (triệu)	Tổng thu từ du lịch (tỷ đồng)	Lao động du lịch (người)	Lao động du lịch cộng đồng (người)	Lượt khách du lịch cộng đồng (nghìn)	Tổng thu từ DLCĐ (tỷ đồng)
2019	5.106	0.806	19203	32000	1700	511	960
2020	4.952	0.739	7184	22000	1700	495	359
2021	4.797	0.673	4440	12000	1700	480	222
2022	4.643	0.606	16380	20300	1700	464	819
2023	7.261	0.539	22244	28600	2000	700	1112
2024	8.484	0.539	27033	33001	2100	765	1223

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ số liệu của Sở Du Lịch Lào Cai (nay là Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Lào Cai)

Bảng số liệu cho thấy, giai đoạn 2019-2024 đánh dấu nhiều biến động lớn trong phát triển du lịch tỉnh Lào Cai, phản ánh rõ nét sự tác động của đại dịch COVID-19 cũng như nỗ lực phục hồi và phát triển bền vững thông qua các mô hình du lịch đặc thù như du lịch cộng đồng.

Về lượng khách du lịch, số liệu cho thấy sau khi đạt mức 5,106 triệu lượt khách năm 2019, lượng khách đến Lào Cai đã suy giảm trong giai đoạn 2020-2021 do ảnh hưởng nghiêm trọng của dịch bệnh, trước khi phục hồi mạnh mẽ lên 7,261 triệu lượt năm 2023 và tiếp tục tăng lên 8,484 triệu lượt năm 2024. Điều này phản ánh sự thành công của tỉnh trong việc kiểm soát dịch bệnh, mở cửa du lịch trở lại và phát huy tiềm năng du lịch nội địa. Tuy nhiên, lượng khách quốc tế không có sự phục hồi tương xứng, giảm từ 806 nghìn lượt năm 2019 xuống ổn định ở mức 539 nghìn lượt từ năm 2023 đến 2024, cho thấy thị trường quốc tế phục hồi chậm và tiếp tục đối mặt với các rào cản trong giai đoạn hậu đại dịch.

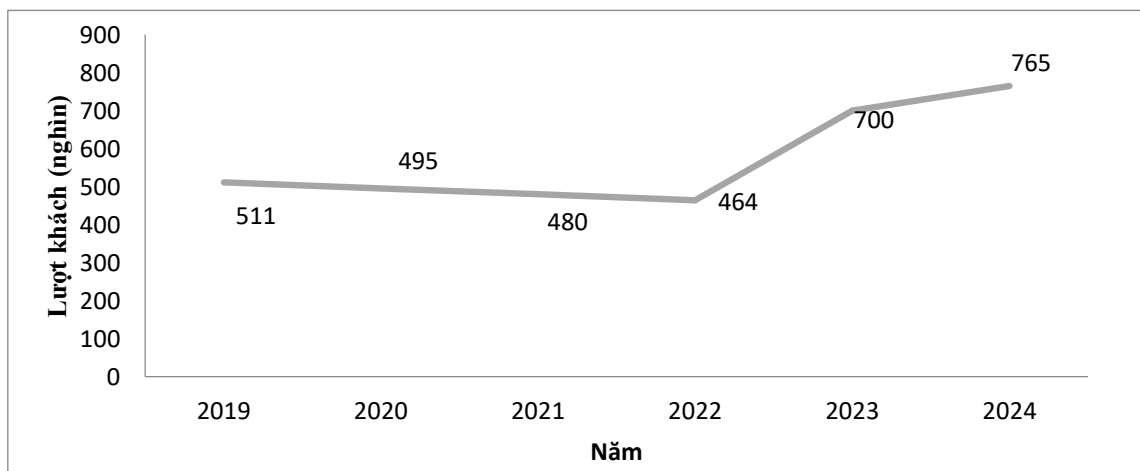
Về tổng thu từ du lịch, năm 2019, tổng thu đạt 19.203 tỷ đồng, nhưng giảm sâu xuống 4.440 tỷ đồng năm 2021, tương đương mức sụt giảm gần 77%. Tuy

nhien, nhờ các chính sách phục hồi hiệu quả và sự chuyển dịch tích cực trong cơ cấu sản phẩm, tổng thu đã nhanh chóng phục hồi, đạt 22.244 tỷ đồng năm 2023 và dự kiến 27.033 tỷ đồng năm 2024 - vượt mức tiền đại dịch. Tốc độ tăng trưởng trung bình trong giai đoạn 2021-2024 đạt khoảng 70%/năm, phản ánh năng lực điều hành, đầu tư và thích ứng chính sách kịp thời của địa phương.

Về lao động, ngành du lịch Lào Cai có sự biến động đáng kể. Năm 2019, tổng số lao động trong ngành đạt 32.000 người, giảm còn 12.000 người năm 2021 do ảnh hưởng của đại dịch, khiến nhiều cơ sở du lịch phải đóng cửa hoặc cắt giảm nhân sự. Tuy nhiên, từ năm 2022 trở đi, lực lượng lao động đã dần hồi phục, đạt 33.001 người năm 2024, vượt cả mức trước dịch, chứng tỏ xu hướng mở rộng ngành và nhu cầu thị trường tăng trở lại.

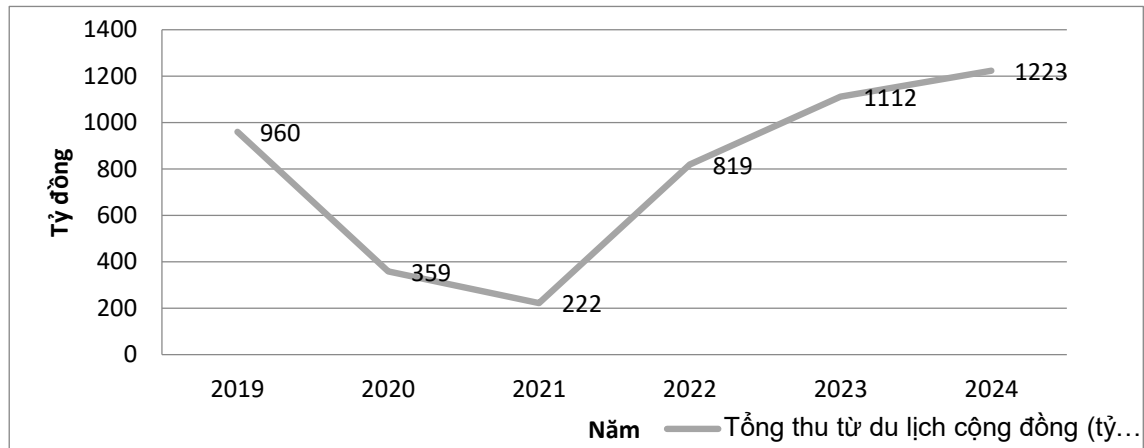
Đối với du lịch cộng đồng, đây là phân khúc được đánh giá có tiềm năng phát triển bền vững, gắn kết với văn hóa bản địa và xây dựng nông thôn mới. Lao động trong du lịch cộng đồng được duy trì ổn định ở mức 1.700 người từ năm 2019 đến 2022, và tăng lên 2.000 người vào năm 2023, tiếp tục đạt 2.100 người năm 2024. Mức tăng tuy chưa cao nhưng phản ánh rõ nỗ lực phát triển mô hình du lịch dựa vào cộng đồng ở các địa phương như Sa Pa, Bắc Hà, Bát Xát và Bảo Yên.

Lượt khách du lịch cộng đồng có xu hướng tăng trưởng tích cực, từ 511 nghìn lượt năm 2019, duy trì ổn định qua các năm dịch bệnh, và tăng lên 700 nghìn lượt năm 2023, tiếp tục đạt 765 nghìn lượt năm 2024.



Biểu đồ 3.1: Lượt khách du lịch cộng đồng tại Lào Cai (2019-2024)

Tương ứng, tổng thu từ du lịch cộng đồng tăng trưởng từ 222 tỷ đồng năm 2021 lên 1.112 tỷ đồng năm 2023, và đạt 1.223 tỷ đồng năm 2024, chiếm khoảng 4,5-5% tổng thu từ toàn ngành du lịch.



Biểu đồ 3.2: Tổng doanh thu từ du lịch cộng đồng tại Lào Cai (2019-2024)

Về mục đích chuyến đi, khách du lịch đến các điểm du lịch cộng đồng chủ yếu để trải nghiệm văn hóa bản địa, tham gia các hoạt động gắn với đời sống thường nhật của đồng bào dân tộc như dệt thổ cẩm, nấu ăn truyền thống, lễ hội dân gian, và khám phá cảnh quan thiên nhiên. Cơ cấu khách chủ yếu là khách nội địa, đặc biệt là nhóm khách gia đình, khách trẻ yêu thích du lịch trải nghiệm. Khách quốc tế, mặc dù chiếm tỷ lệ không cao, nhưng có mức chi tiêu cao hơn và thường đến từ các nước châu Âu hoặc Đông Á. Các doanh nghiệp như Vietravel, Saigontourist đóng vai trò đáng kể trong việc đưa khách quốc tế đến các điểm du lịch cộng đồng thông qua chương trình du lịch sinh thái - văn hóa.

Về đặc điểm tiêu dùng, phần lớn du khách thể hiện xu hướng ưu tiên các sản phẩm du lịch thân thiện với môi trường và mang bản sắc văn hóa rõ nét. Khảo sát cho thấy có tới 72,5% du khách sẵn sàng chi trả cao hơn cho các sản phẩm thân thiện với môi trường. Những sản phẩm phổ biến nhất bao gồm: dịch vụ lưu trú homestay mang phong cách bản địa, ẩm thực truyền thống (các món ăn đặc trưng của người Mông, Dao, Tày), và các hoạt động trải nghiệm như làm nông nghiệp, học thêu thổ cẩm, hoặc tham gia lễ hội địa phương. Tuy nhiên, mức độ hài lòng chung của khách du lịch chỉ ở mức trung bình khá (3,99/5), phản ánh vẫn còn nhiều hạn chế về điều kiện vệ sinh, cơ sở hạ tầng, khả năng giao tiếp ngoại ngữ và kỹ

năng phục vụ của cộng đồng địa phương.

Nhìn chung, các số liệu cho thấy du lịch cộng đồng đã từng bước khẳng định được vai trò là một thành tố quan trọng trong chiến lược phát triển du lịch bền vững của tỉnh Lào Cai. Mô hình này không chỉ góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch mà còn tạo sinh kế, việc làm cho người dân nông thôn, góp phần bảo tồn văn hóa truyền thống và giảm áp lực cho các trung tâm du lịch quá tải như thị xã Sa Pa. Trong bối cảnh cạnh tranh điểm đến ngày càng cao và nhu cầu du khách hướng đến những trải nghiệm bản sắc, du lịch cộng đồng tại Lào Cai cần tiếp tục được đầu tư bài bản, gắn với các tiêu chuẩn chất lượng cao, chuyển đổi số và bảo tồn không gian văn hóa bản địa.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai vẫn tồn tại nhiều bất cập, hạn chế cần được nhìn nhận và khắc phục. Trên thực tế, phần lớn các điểm du lịch cộng đồng hiện nay mới chỉ dừng lại ở việc cung cấp các dịch vụ cơ bản như ăn uống, nghỉ dưỡng và biểu diễn văn nghệ dân gian. Các loại hình trải nghiệm chuyên sâu nhằm kéo dài thời gian lưu trú và tăng chi tiêu của du khách chưa được đầu tư tương xứng. Những hoạt động như trải nghiệm nghề truyền thống, tham gia sản xuất nông nghiệp, sinh hoạt cùng người dân vẫn còn mang tính mô hình thí điểm, chưa tạo thành sản phẩm du lịch phổ biến và có sức lan tỏa trên diện rộng.

Bên cạnh đó, vấn đề vệ sinh môi trường tại các điểm du lịch cộng đồng vẫn là một thách thức lớn. Hệ thống xử lý nước thải, rác thải sinh hoạt chưa được đầu tư đồng bộ, gây ra tình trạng ô nhiễm môi trường cục bộ, ảnh hưởng đến hình ảnh điểm đến và trải nghiệm của du khách. Các cơ sở homestay dù phát triển nhanh về số lượng nhưng đa phần chưa đạt tiêu chuẩn về an toàn, phòng cháy chữa cháy, an ninh trật tự và vệ sinh an toàn thực phẩm. Nhiều hộ chưa có biên bản nghiệm thu công trình, chưa được cấp tài khoản khai báo lưu trú trực tuyến đối với cả khách nội địa và quốc tế, tiềm ẩn nguy cơ mất kiểm soát trong công tác quản lý nhà nước.

Về phía quản lý nhà nước, tỉnh Lào Cai đã có nhiều nỗ lực trong việc xây dựng khung pháp lý và ban hành các chính sách hỗ trợ phát triển du lịch cộng đồng. Việc thành lập riêng Sở Du lịch tỉnh Lào Cai cho đến khi thực hiện Nghị quyết 18

khóa XII của Trung ương Đảng đã thể hiện quyết tâm cao trong định hướng phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Nhiều văn bản quy hoạch, chiến lược như Kế hoạch 254/KH-UBND (năm 2020) hay Quyết định 2626/QĐ-UBND (năm 2022) đã tích hợp nội dung phát triển du lịch cộng đồng gắn với chương trình xây dựng nông thôn mới. Tuy nhiên, hệ thống thể chế vẫn chưa hoàn thiện, thiếu các hướng dẫn cụ thể về mô hình quản trị cộng đồng, phân phối lợi ích theo chuỗi giá trị du lịch, và chưa xây dựng được cơ chế chia sẻ rủi ro giữa các chủ thể. Do đó, việc quản lý và điều phối phát triển du lịch cộng đồng vẫn còn nhiều bất cập, chưa đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững trong bối cảnh hội nhập và cạnh tranh ngày càng gay gắt.

Những bất cập nêu trên cho thấy, mặc dù du lịch cộng đồng tại Lào Cai đã có nền tảng phát triển vững chắc và tiềm năng lớn, nhưng để trở thành một loại hình du lịch chuyên nghiệp và bền vững, cần có sự điều chỉnh chiến lược phát triển, tăng cường đầu tư hạ tầng, đào tạo nguồn nhân lực, và quan trọng hơn là hoàn thiện thể chế quản lý phù hợp với đặc thù địa phương.

3.1.3. Vai trò các bên liên quan trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai

Phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai là một quá trình đa tác nhân, đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ và đồng thuận giữa bốn chủ thể chính: chính quyền địa phương, cộng đồng dân cư, doanh nghiệp và khách du lịch. Mỗi bên liên quan không chỉ đóng vai trò chức năng riêng biệt, mà còn tương tác và phụ thuộc lẫn nhau trong cấu trúc phân phối lợi ích, hình thành nên một hệ sinh thái du lịch cộng đồng mang tính gắn kết, vừa thúc đẩy kinh tế, vừa bảo tồn giá trị văn hóa và môi trường.

Thứ nhất, chính quyền địa phương giữ vai trò kiến tạo thể chế và điều tiết phát triển. Chính quyền các cấp, đặc biệt là cấp tỉnh và cấp huyện, đóng vai trò trung tâm trong việc xây dựng quy hoạch, đầu tư hạ tầng và tích hợp các chính sách phát triển du lịch cộng đồng vào các chương trình quốc gia. Khảo sát cán bộ chính quyền tại Sa Pa, Bắc Hà, Bát Xát và Bảo Yên cho thấy, 86,2% nhấn mạnh vai trò của quy hoạch tổng thể gắn với bảo tồn tài nguyên và phát triển du lịch cộng đồng.

Việc lồng ghép nội dung du lịch cộng đồng vào Chương trình Mục tiêu quốc gia về xây dựng nông thôn mới (83,7%) đã góp phần song hành hóa mục tiêu cải thiện sinh kế với nâng cấp hạ tầng cơ bản, như giao thông nội bản, điện lưới và cơ sở du lịch cộng đồng. Tuy nhiên, việc hỗ trợ pháp lý cho mô hình homestay (mới đạt 51,2-65%) và năng lực kiểm soát chất lượng dịch vụ vẫn còn hạn chế, cho thấy cần sự đầu tư sâu hơn từ chính quyền cơ sở trong giám sát, hướng dẫn và đồng hành với cộng đồng.

Thứ hai, cộng đồng địa phương là chủ thể văn hóa - xã hội cốt lõi trong mô hình du lịch cộng đồng. Họ không chỉ cung cấp dịch vụ trực tiếp mà còn gìn giữ và tái sinh bản sắc văn hóa bản địa. Khảo sát 80 người dân tại các điểm du lịch cộng đồng cho thấy, 86,3% hộ tham gia hoạt động lưu trú, ẩm thực, hướng dẫn viên bản địa; 83,8% đầu tư nâng cấp homestay theo tiêu chuẩn ASEAN. Đồng thời, 86,3% cũng tham gia bảo tồn các lễ hội truyền thống như Gầu Tào (H'Mông), Tết Nhảy (Dao đỏ), góp phần tạo dựng trải nghiệm du lịch đặc sắc. Tuy nhiên, mức độ tham gia vào bảo vệ môi trường còn phân hóa: chỉ 63,7% tham gia thu gom rác, và 51,2% có hệ thống xử lý nước thải, phản ánh nhu cầu bức thiết về nâng cao nhận thức và năng lực quản lý môi trường tại các điểm du lịch trọng điểm.

Thứ ba, doanh nghiệp là lực lượng tổ chức sản phẩm và kết nối thị trường. Với điểm đánh giá trung bình 4,41/5 về năng lực sáng tạo giá trị, doanh nghiệp tại Lào Cai đóng vai trò quan trọng trong thiết kế sản phẩm du lịch bản địa như trekking Fansipan, khám phá ruộng bậc thang, hoặc xây dựng homestay mang kiến trúc truyền thống. Các doanh nghiệp tạo việc làm cho hơn 14.000 lao động trực tiếp (năm 2022), đồng thời đóng vai trò kênh tiêu thụ sản phẩm địa phương qua thương mại điện tử. Các công ty lớn như Vietravel, Saigontourist còn chủ động trong chiến lược quảng bá số hóa, đưa hình ảnh du lịch Lào Cai đến với thị trường quốc tế - trong đó, 65% khách quốc tế đến từ châu Âu và Đông Á là kết quả của các chiến dịch marketing kỹ thuật số tập trung.

Thứ tư, khách du lịch là yếu tố kích hoạt chuỗi giá trị và tái cấu trúc hành vi thị trường. Trong năm 2023, tổng chi tiêu của khách du lịch tại các điểm du lịch cộng đồng ở Lào Cai đạt 475 tỷ đồng, chủ yếu thông qua dịch vụ lưu trú, ăn uống

và trải nghiệm văn hóa. Ngoài giá trị kinh tế, khách du lịch còn có vai trò quan trọng trong việc tạo áp lực tích cực đến cải thiện dịch vụ và bảo tồn văn hóa. Khảo sát hành vi tiêu dùng tại Bản Hồ và Cát Cát cho thấy 72,5% khách sẵn sàng chi trả cao hơn cho sản phẩm thân thiện với môi trường, đồng thời bày tỏ sự quan tâm đặc biệt đến các giá trị như nghề dệt thổ cẩm, tắm lá Dao đỏ, hay nghi lễ truyền thống.

Như vậy, phát triển du lịch cộng đồng tại Lào Cai không thể tách rời khỏi sự tương tác hài hòa giữa bốn chủ thể: chính quyền kiến tạo và điều phối; cộng đồng là người sở hữu và thực hành văn hóa; doanh nghiệp tổ chức và dẫn dắt thị trường; khách du lịch là người tiêu dùng và đánh giá giá trị. Mỗi quan hệ cộng sinh này, nếu được củng cố bởi các cơ chế đối thoại định kỳ, hệ thống phân phối lợi ích minh bạch và nâng cao năng lực tự tổ chức của cộng đồng, sẽ là nền tảng để phát triển mô hình du lịch cộng đồng vừa hiệu quả về kinh tế, vừa bền vững về xã hội - môi trường - văn hóa, góp phần khẳng định vai trò của Lào Cai như một trung tâm du lịch bản sắc của vùng Tây Bắc.

3.2. THỰC TRẠNG QUAN HỆ LỢI ÍCH TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH LÀO CAI

3.2.1. Thực trạng quan hệ chính quyền địa phương và cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai

3.2.1.1. Mối quan hệ lợi ích giữa chính quyền địa phương và cộng đồng

Trong mô hình phát triển du lịch cộng đồng, chính quyền địa phương và cộng đồng dân cư bản địa là hai chủ thể có quan hệ lợi ích gắn bó, đóng vai trò tương hỗ trong việc thiết lập, vận hành và duy trì hệ thống sản phẩm - dịch vụ du lịch. Trong khi chính quyền giữ vai trò hoạch định chiến lược, đầu tư hạ tầng, xây dựng thể chế và điều phối các nguồn lực, thì cộng đồng là chủ thể sở hữu tài nguyên văn hóa - sinh thái và trực tiếp cung ứng các dịch vụ thiết yếu tại điểm đến như lưu trú homestay, ẩm thực truyền thống, trình diễn văn hóa dân gian và hướng dẫn du lịch bản địa.

Về nguyên lý, quan hệ giữa chính quyền và cộng đồng trong du lịch cộng đồng được định hướng theo mô hình “đồng kiến tạo giá trị”, trong đó chính quyền tạo điều kiện và định hướng, còn cộng đồng chủ động tham gia và hưởng lợi. Tuy

nhiên, thực tiễn triển khai tại các địa bàn du lịch cộng đồng trọng điểm của tỉnh Lào Cai cho thấy, mối quan hệ này vẫn chủ yếu vận hành theo mô thức “trên ban hành - dưới thực hiện”, với mức độ tham gia còn hạn chế và thiếu cơ chế đối thoại hai chiều, dẫn đến nhiều bất cập trong phân phối vai trò và lợi ích.

Kết quả khảo sát cho thấy sự khác biệt rõ rệt giữa nhận thức của chính quyền và cộng đồng về vai trò của nhau trong phát triển du lịch cộng đồng. Theo khảo sát cán bộ chính quyền cấp huyện và xã tại bốn địa phương có hoạt động du lịch cộng đồng phát triển là Sa Pa, Bắc Hà, Bát Xát và Bảo Yên, có tới 86,2% cán bộ khẳng định chính quyền địa phương là “người kiến tạo và dẫn dắt” phát triển du lịch cộng đồng. Vai trò kiến tạo được thể hiện thông qua các hoạt động cụ thể như: (i) đầu tư hạ tầng cơ bản, trong đó 71,3% cán bộ cho biết địa phương đã tổ chức làm mới hoặc nâng cấp đường vào bản và đường nội thôn; (ii) cung cấp điện, nước sinh hoạt và biển chỉ dẫn phục vụ homestay; (iii) cấp phép xây dựng cơ sở lưu trú, hỗ trợ đăng ký kinh doanh và phổ biến chính sách pháp luật về du lịch; (iv) tổ chức lễ hội và quảng bá sản phẩm du lịch bản địa, chủ yếu thông qua các chương trình “mỗi xã một sản phẩm” (OCOP), hội chợ địa phương hoặc qua mạng xã hội do Trung tâm Thông tin du lịch tỉnh phụ trách.

Tuy nhiên, từ góc nhìn của cộng đồng địa phương - là nhóm thụ hưởng trực tiếp chính sách - thì mức độ đánh giá lại thấp hơn đáng kể. Khảo sát các hộ dân tại các điểm du lịch cộng đồng cho thấy chỉ 35,4% hộ đánh giá vai trò của chính quyền là “thiết thực”, trong khi có tới 41,8% cho rằng mức độ hỗ trợ ở mức “trung bình”, và 22,8% nhận định là “thiếu rõ ràng hoặc chỉ mang tính hình thức”. Một bộ phận hộ gia đình tuy ghi nhận những hỗ trợ cụ thể từ chính quyền như: xây dựng đường nội thôn, hỗ trợ vật liệu xây homestay, tổ chức lớp đào tạo kỹ năng tiếp khách, nấu ăn, quảng bá trên truyền hình địa phương..., nhưng lại cho rằng việc lựa chọn đối tượng hỗ trợ chưa minh bạch, thiếu công bằng, và việc triển khai các lớp tập huấn còn hình thức, thiếu thực hành, thiếu bám sát nhu cầu thực tế.

Điều đáng lưu ý là mức độ tham gia của cộng đồng vào quá trình ra quyết định phát triển du lịch còn rất thấp. Theo khảo sát, chỉ 18,6% người dân được hỏi cho biết từng tham gia ý kiến trong các buổi lập kế hoạch du lịch tại địa phương, và

chỉ 21,4% hộ dân được tiếp cận tài liệu hoặc văn bản hướng dẫn chính sách cụ thể về du lịch cộng đồng. Thay vào đó, phần lớn người dân được “thông báo” qua họp thôn hoặc tiếp nhận chỉ đạo qua cán bộ văn hóa xã, mà không được hỏi ý kiến hoặc phản biện các phương án quy hoạch. Điều này cho thấy cơ chế phối hợp giữa chính quyền và cộng đồng vẫn mang tính hành chính hóa cao, chủ yếu theo hướng “truyền đạt từ trên xuống”, chưa tạo được không gian đối thoại chính sách, phản hồi hai chiều và đồng kiến tạo giải pháp.

Kết quả phỏng vấn sâu tại bản Cát Cát (Sa Pa) và Na Hối (Bắc Hà) cho thấy, nhiều người dân bày tỏ sự “bị động” trong quá trình triển khai các chương trình du lịch, ví dụ: khi có dự án tổ chức lễ hội văn hóa hay khi đón đoàn khách nước ngoài đến khảo sát, họ thường được thông báo sát ngày, không có sự chuẩn bị kỹ về tâm lý, kỹ năng, hay sắp xếp hoạt động đón tiếp. Một phụ nữ làm homestay tại Tả Van chia sẻ: “Mỗi lần xã thông báo có đoàn khách, chỉ báo trước 1 - 2 ngày, không nói rõ sẽ làm gì, có khách đến thì mình cũng phục vụ, nhưng chả biết ai được lợi gì, giá thế nào...”.

Trong khi đó, một số cán bộ văn hóa - xã hội cấp xã cũng thừa nhận rằng “nguồn lực cán bộ hạn chế, không đủ người chuyên trách nên thường giao khoán cho thôn bản tổ chức”, hoặc “thời gian lập kế hoạch gấp, không thể lấy ý kiến dân từng nhà”. Những bất cập này khiến mối quan hệ lợi ích giữa chính quyền và cộng đồng dễ rơi vào trạng thái bất cân xứng: chính quyền chủ trương xây dựng chương trình theo định hướng “phát triển nhanh”, còn cộng đồng lại chưa được trao đủ quyền làm chủ, khiến quá trình triển khai dễ bị hình thức hóa và khó phát huy hiệu quả thực chất.

Bên cạnh đó, kênh thông tin giữa chính quyền và cộng đồng còn thiếu tính ổn định và linh hoạt. Chỉ 23,9% số hộ được hỏi cho biết họ có thể trao đổi hoặc gửi kiến nghị trực tiếp với cán bộ xã khi gặp khó khăn trong kinh doanh du lịch. Số còn lại chủ yếu “chịu đựng”, “tự xử lý” hoặc “phản ánh trong các buổi họp thôn nhưng không biết có ai ghi chép lại hay không”. Điều này tạo ra khoảng trống trong phản hồi chính sách, khiến chính quyền không nắm bắt đầy đủ nguyện vọng của dân, còn người dân thì thiếu niềm tin rằng tiếng nói của mình có giá trị.

Tóm lại, quan hệ lợi ích giữa chính quyền và cộng đồng trong phát triển du

lich cộng đồng tại Lào Cai hiện nay vẫn đang dừng lại ở mức hợp tác hình thức - thực hiện hành chính, thay vì tiến tới hợp tác thực chất - cùng kiến tạo và chia sẻ lợi ích. Trong bối cảnh chuyển hướng từ “du lịch khai thác tài nguyên” sang “du lịch vì con người, do cộng đồng làm chủ”, việc chính quyền địa phương điều chỉnh vai trò từ chỉ đạo sang đối thoại, từ hỗ trợ sang đồng hành, từ triển khai sang thiết lập cơ chế phối hợp lâu dài là điều kiện tiên quyết để đảm bảo mối quan hệ này trở thành động lực phát triển bền vững của mô hình du lịch cộng đồng.

3.2.1.2. Xung đột lợi ích trong quan hệ lợi ích giữa chính quyền - cộng đồng

Mặc dù mối quan hệ giữa chính quyền địa phương và cộng đồng dân cư trong phát triển du lịch cộng đồng được xác lập trên nguyên tắc hợp tác và đồng hành, song thực tiễn triển khai tại tỉnh Lào Cai cho thấy tồn tại nhiều xung đột lợi ích tiềm ẩn và bất đồng nhận thức. Những xung đột này không bộc lộ dưới dạng đối đầu trực diện, mà chủ yếu thể hiện ở dạng thiếu đồng thuận, hợp tác thụ động và suy giảm niềm tin vào vai trò trung tâm của chính quyền trong quản lý phát triển du lịch tại địa phương.

(1). Mức độ và biểu hiện của xung đột. Kết quả khảo sát các hộ dân tại các điểm du lịch cộng đồng ở Sa Pa, Bắc Hà, Bát Xát và Bảo Yên cho thấy, 54,7% số người được hỏi cho rằng tồn tại "một số bất đồng" giữa chính quyền và cộng đồng trong tổ chức và điều hành hoạt động du lịch, 16,3% cho rằng "xung đột là rõ ràng hoặc thường xuyên xảy ra", trong khi chỉ 29% khẳng định quan hệ là hài hòa và tích cực. Điều này phản ánh rằng xung đột lợi ích không còn là hiện tượng cá biệt, mà đã trở thành một vấn đề mang tính cấu trúc trong mô hình du lịch cộng đồng ở Lào Cai. Ba dạng xung đột phổ biến nhất được cộng đồng phản ánh bao gồm: (i) Thiếu minh bạch trong phân bổ nguồn lực và lựa chọn hộ dân thụ hưởng. Nhiều người dân cho rằng chính quyền “thiên lệch” trong hỗ trợ chính sách, ưu tiên các hộ có quan hệ tốt với cán bộ thôn, hoặc có năng lực tài chính tốt để triển khai nhanh mô hình homestay. Khảo sát cho thấy 38,9% số hộ cho rằng mình "chưa bao giờ được tiếp cận bất kỳ chương trình hỗ trợ nào của nhà nước" dù đang hoạt động du lịch tại địa phương; (ii) Quyết định hành chính thiếu tham vấn cộng đồng. Trong nhiều trường hợp, các chương trình du lịch - như tổ chức lễ hội, xây dựng điểm dừng chân, đón

đoàn khách lớn - được quyết định từ cấp xã hoặc huyện mà không thông qua hỏi ý kiến người dân. Chỉ 18,6% số hộ từng được tham gia ý kiến trong các cuộc họp lập kế hoạch phát triển du lịch, trong khi gần 70% cho biết họ "thường chỉ được thông báo khi kế hoạch đã chốt", dẫn đến tâm lý bị động và không sẵn sàng hợp tác; (iii) Thiếu phản hồi khi cộng đồng kiến nghị hoặc góp ý. Khi người dân phản ánh tình trạng quá tải khách, ô nhiễm môi trường hoặc bất cập trong thu phí tham quan, chính quyền địa phương thường không phản hồi kịp thời hoặc không công khai hướng xử lý. Chỉ 23,9% hộ dân được khảo sát cho rằng "chính quyền xã có cơ chế tiếp nhận và trả lời kiến nghị của dân", trong khi phần còn lại cho biết họ "nói nhưng không ai ghi", hoặc "phản ánh rồi cũng không thấy thay đổi gì".

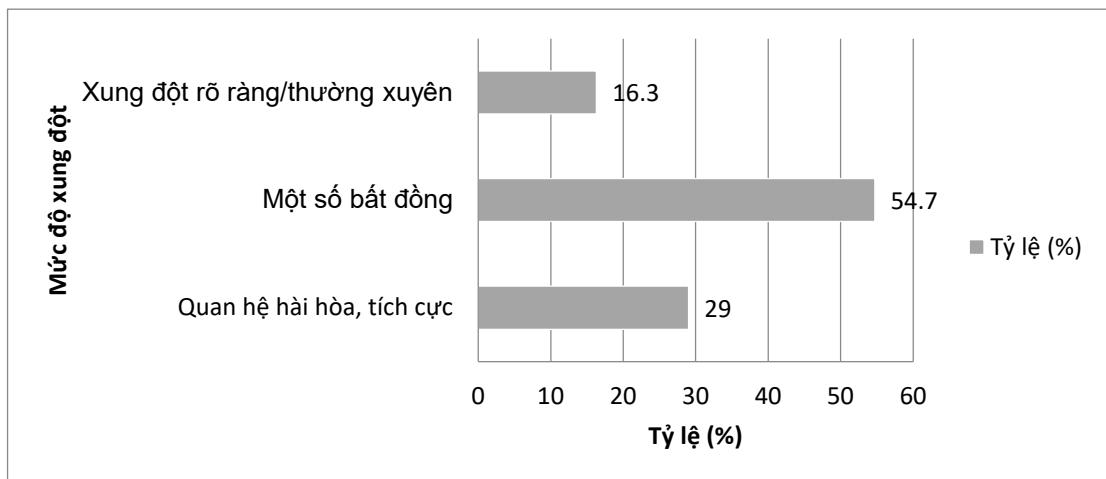
(2). Các trường hợp điển hình và hệ quả xã hội: Tại bản Lao Chải (Sa Pa), cộng đồng phản ánh việc chính quyền xã ký hợp tác với một doanh nghiệp lữ hành đưa khách đến thăm bản và thu phí dịch vụ mà không thông qua ý kiến dân. Một trưởng nhóm homestay chia sẻ: "Chúng tôi không biết thỏa thuận với công ty là gì. Du khách vào bản đi lại đông, xả rác nhiều, nhưng dân phải tự dọn dẹp. Khi hỏi xã thì xã nói đã ký hợp đồng rồi, không thay đổi được."

Tại xã Na Hoi (Bắc Hà), khi chính quyền tổ chức lễ hội trải nghiệm văn hóa Mông, người dân bản địa không được tham gia thiết kế nội dung. Nhiều tiết mục văn nghệ bị "sân khấu hóa" không đúng phong tục. Một nghệ nhân được phỏng vấn cho biết: "Họ bảo hát, múa theo kịch bản có sẵn. Mình không được trình bày theo lối cổ truyền. Như vậy không phải văn hóa của mình nữa."

Những mâu thuẫn như trên dẫn đến hệ quả là giảm tính chân thực của sản phẩm du lịch cộng đồng, mất động lực bảo tồn văn hóa từ phía cộng đồng, và làm xói mòn niềm tin vào chính quyền địa phương - vốn được kỳ vọng là người đại diện, bảo vệ lợi ích công bằng của dân cư trong mô hình phát triển bao trùm.

(3). Đặc điểm của xung đột: âm ỉ, tích tụ và khó phản hồi. Một điểm đặc biệt trong xung đột lợi ích giữa chính quyền và cộng đồng là tính chất âm ỉ và khó biểu hiện rõ ràng, do rào cản văn hóa, vị thế chính trị và tâm lý "ngại va chạm" ở nông thôn. Người dân thường không phản đối trực diện, mà lựa chọn im lặng, giảm tham gia hoặc phản ánh gián tiếp qua mạng xã hội hoặc nhóm nội bộ.

Điều này làm cho chính quyền địa phương khó nhận biết mức độ căng thẳng, trong khi mâu thuẫn vẫn âm thầm tích tụ. Một cán bộ xã tại Bát Xát thừa nhận: “Dân ít nói, mình tưởng là họ đồng thuận. Nhưng sau đó lại thấy họ không mặn mà tham gia, không hỗ trợ khách, hoặc tẩy chay các hoạt động chung. Lúc đó mới thấy là có vấn đề.”



Biểu đồ 3.3: Mức độ xung đột lợi ích giữa chính quyền và cộng đồng

Tóm lại, xung đột lợi ích giữa chính quyền địa phương và cộng đồng dân cư trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai không chỉ là hệ quả của thiếu nguồn lực, mà bắt nguồn từ bất cân xứng trong thông tin, quyền quyết định và quyền tham gia chính sách. Khi người dân không được tiếp cận đầy đủ thông tin, không được hỏi ý kiến và không thấy tiếng nói của mình được tôn trọng, họ sẽ dần mất niềm tin vào chính sách, làm suy yếu hiệu lực quản trị du lịch ở cấp cơ sở.

3.2.1.3. Nguyên nhân của xung đột trong quan hệ lợi ích giữa chính quyền - cộng đồng

Xung đột trong quan hệ lợi ích giữa chính quyền địa phương và cộng đồng dân cư trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai không phải là hiện tượng đơn lẻ, mà phản ánh những mâu thuẫn sâu xa trong phân bổ quyền có thông tin và định hướng phát triển. Trên cơ sở tổng hợp kết quả khảo sát 420 hộ dân và 80 cán bộ cấp xã - huyện, kết hợp với phân tích định tính từ các cuộc phỏng vấn sâu, có thể xác định ba nhóm nguyên nhân cơ bản dẫn đến xung đột tiềm ẩn giữa hai chủ thể này.

(1) Thiếu cơ chế tham gia thực chất từ phía cộng đồng: Đây là nguyên nhân

quan trọng nhất, có tính chất nền tảng, ảnh hưởng đến toàn bộ quá trình lập kế hoạch, tổ chức thực hiện và giám sát phát triển du lịch cộng đồng tại địa phương. Trong khi chính quyền các cấp thường khẳng định du lịch cộng đồng là “mô hình do dân, vì dân và vì cộng đồng”, thì trên thực tế, mức độ tham gia của người dân vào quá trình hoạch định chính sách còn rất hạn chế.

Theo kết quả khảo sát, tại các địa phương có hoạt động du lịch cộng đồng phát triển, chỉ 18,6% số hộ dân từng được tham gia góp ý kế hoạch du lịch, chưa đến 21,4% từng được tiếp cận tài liệu hoặc văn bản chính thức về chính sách phát triển du lịch cộng đồng. Đa số người dân được thông tin qua họp thôn hoặc thông báo từ trưởng bản, dưới hình thức phổ biến một chiều. Nhiều người dân cho biết họ “không biết mình có quyền góp ý”, hoặc “ngại nói vì nghĩ nói ra cũng không ai nghe”.

Phỏng vấn sâu tại bản Tả Van (Sa Pa) cho thấy, khi xã xây dựng tuyến tham quan qua các điểm văn hóa trong bản, người dân không được hỏi ý kiến mà chỉ được thông báo: “Đây là quy hoạch, mọi người làm theo để phát triển”. Một trưởng nhóm homestay tại Bắc Hà chia sẻ: “Chính quyền nói là phát triển vì cộng đồng, nhưng không hỏi xem dân có đồng ý không. Mình không phản đối, nhưng cũng không thấy được tôn trọng”.

Tình trạng này phản ánh rõ sự vắng bóng của “cơ chế tham gia thực chất” - tức là cộng đồng không được trao quyền trong giai đoạn ra quyết định, mà chỉ được huy động trong giai đoạn thực hiện. Đây là biểu hiện của mô hình quản trị hành chính hóa, đi ngược lại triết lý đồng kiến tạo và quyền làm chủ của cộng đồng trong phát triển bền vững.

(2) Thiếu minh bạch trong chia sẻ thông tin và phân phối lợi ích: Bên cạnh vấn đề quyền tham gia, một nguyên nhân trực tiếp dẫn đến bất đồng và xung đột là sự thiếu minh bạch trong truyền thông thông tin và phân chia nguồn lực phát sinh từ hoạt động du lịch.

Theo kết quả khảo sát, **chỉ 28,6% số hộ dân biết được thông tin về hợp tác giữa chính quyền với doanh nghiệp** trong việc tổ chức tour, thu phí điểm đến hoặc tổ chức sự kiện tại địa phương. Phần lớn người dân cho biết họ “nghe nói” hoặc

“biết qua đồn thổi”, chứ không được thông báo chính thức. Việc không công khai nội dung hợp đồng, tài chính, quyền lợi - nghĩa vụ làm cho cộng đồng cảm thấy bị gạt ra khỏi “vòng tròn lợi ích”.

Một ví dụ điển hình là tại xã Nậm Khánh (Bắc Hà), khi chính quyền ký kết với doanh nghiệp để tổ chức tour trải nghiệm chợ phiên và văn hóa người Dao, người dân chỉ biết khi có đoàn khách đến. Khi được hỏi về chi phí, một nghệ nhân được thuê múa trả lời: “Tôi được trả 150.000 đồng/lần. Nhưng không biết khách trả bao nhiêu, xã có phần gì, ai thu tiền, không ai nói rõ”.

Sự thiếu minh bạch này không chỉ ảnh hưởng đến niềm tin, mà còn làm nảy sinh nghi ngờ về tính công bằng trong điều hành chính sách. Khi cộng đồng không được thông tin rõ ràng, họ không thể đánh giá đúng - sai, từ đó dễ dẫn đến phản ứng tiêu cực, thậm chí là tẩy chay ngầm hoặc không hợp tác trong triển khai chương trình du lịch tại địa phương.

(3) Khác biệt trong tư duy phát triển giữa chính quyền và cộng đồng: Một nguyên nhân sâu xa khác tạo ra xung đột là sự chênh lệch trong tư duy phát triển - tức khác biệt trong mục tiêu, giá trị và ưu tiên chiến lược giữa chính quyền và cộng đồng.

Chính quyền địa phương, đặc biệt ở cấp huyện, thường tiếp cận du lịch cộng đồng với mục tiêu thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, mở rộng quy mô đón khách, phát triển thị trường du lịch, coi đây là “động lực kinh tế mới” trong xây dựng nông thôn mới và chuyển dịch cơ cấu lao động nông thôn. Điều này dẫn đến các quyết định ưu tiên về hạ tầng, marketing, kêu gọi doanh nghiệp đầu tư, và tổ chức các sự kiện có quy mô lớn.

Ngược lại, cộng đồng dân cư - đặc biệt là các nhóm dân tộc thiểu số tại bản làng vùng cao - tiếp cận du lịch cộng đồng với tư duy giữ gìn không gian sống, bảo tồn giá trị truyền thống và duy trì sự hài hòa trong sinh hoạt cộng đồng. Họ không muốn bị “du lịch hóa” một cách cực đoan, không chấp nhận việc phong tục bị sân khấu hóa, không gian bị xâm lấn, và con người bị khai thác đơn thuần như một phần của sản phẩm.

Chính sự bất đồng này dẫn đến mâu thuẫn trong triển khai. Ví dụ, khi chính

quyền muốn mở đường rộng để đưa xe du lịch vào bản, nhiều hộ dân phản đối vì lo ngại phá vỡ kết cấu cảnh quan truyền thống. Khi tổ chức lễ hội du lịch, chính quyền mời đoàn nghệ sĩ biểu diễn để “thu hút khách”, nhưng cộng đồng lại cho rằng “mất bản sắc”, “làm hỏng tinh thần lễ hội”.

Sự khác biệt trong tư duy phát triển - nếu không được điều tiết qua đối thoại và đồng thuận - sẽ dễ dàng chuyển hóa thành xung đột văn hóa - xã hội, làm suy giảm tính gắn kết trong quá trình vận hành du lịch cộng đồng.

Ba nguyên nhân nêu trên - gồm thiếu cơ chế tham gia thực chất, thiếu minh bạch trong chia sẻ thông tin, và khác biệt tư duy phát triển - là các yếu tố căn bản dẫn tới xung đột trong quan hệ chính quyền - cộng đồng tại các điểm du lịch cộng đồng của tỉnh Lào Cai. Đây không chỉ là vấn đề kỹ thuật quản lý, mà là vấn đề về chất lượng thể chế và phương thức quản trị phát triển.

Do đó, giải quyết các xung đột này đòi hỏi chính quyền phải thay đổi từ mô hình “hành chính hóa phát triển” sang mô hình “quản trị cộng đồng lấy người dân làm trung tâm”, trong đó: Cộng đồng được trao quyền thực chất trong hoạch định chính sách; Tất cả các hoạt động du lịch liên quan đến tài nguyên cộng đồng phải công khai - minh bạch; Chính quyền cần làm trung gian hòa giải giá trị giữa phát triển kinh tế và bảo tồn văn hóa, thay vì áp đặt định hướng một chiều. Chỉ khi ba trục xung đột này được xử lý thông qua thể chế đối thoại và cơ chế phối hợp dân chủ, thì mô hình du lịch cộng đồng mới có thể phát huy vai trò kiến tạo phát triển bền vững và bao trùm tại các vùng dân tộc thiểu số, miền núi phía Bắc.

3.2.1.4. Đánh giá chung quan hệ lợi ích giữa chính quyền địa phương và cộng đồng dân cư trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai và vấn đề đặt ra

Quan hệ lợi ích giữa chính quyền địa phương và cộng đồng dân cư trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai đang vận động theo hướng từ “chỉ đạo - thực hiện” sang “hỗ trợ - đồng hành”, song vẫn chưa đạt đến mức “hợp tác bình đẳng - đồng kiến tạo”. Sự chuyển dịch tư duy và mô hình quản trị đang diễn ra, nhưng còn chậm và chưa có hệ thống cơ chế rõ ràng để đảm bảo sự tham gia thực chất của cộng đồng.

Nếu không có điều chỉnh phù hợp, mối quan hệ này sẽ tiếp tục vận hành theo

mô hình hành chính hóa, làm suy giảm động lực tham gia của cộng đồng, đồng thời khiến cho hiệu lực chính sách không lan tỏa đến thực tiễn. Trong bối cảnh du lịch cộng đồng đang phát triển theo hướng đa lợi ích (kinh tế - văn hóa - môi trường), thì chính quyền cần đổi mới cách tiếp cận theo hướng quản trị cộng đồng - dân chủ cơ sở, trong đó: Xây dựng quy chế phối hợp ba bên: chính quyền - doanh nghiệp - cộng đồng; Thiết lập kênh phản hồi công khai và hệ thống công bố thông tin tài chính trong phát triển du lịch; Trao quyền cho ban tự quản cộng đồng có chức năng phản biện, giám sát và đồng tổ chức dịch vụ; Thúc đẩy các mô hình nghị sự thôn bản, lấy ý kiến dân trước mọi can thiệp đến không gian du lịch cộng đồng.

Tóm lại, quan hệ chính quyền - cộng đồng là trụ cột của mô hình phát triển du lịch cộng đồng. Nếu được thiết kế theo hướng đối thoại, chia sẻ trách nhiệm và lợi ích công bằng, quan hệ này không chỉ đảm bảo tính bền vững mà còn tạo nền tảng cho sự tin cậy lẫn nhau - yếu tố thiết yếu để gìn giữ văn hóa, phát huy nội lực và hướng tới mục tiêu “du lịch vì con người, vì cộng đồng”.

3.2.2. Thực trạng quan hệ lợi ích giữa chính quyền địa phương và doanh nghiệp trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai

3.2.2.1. *Mối quan hệ lợi ích giữa chính quyền và doanh nghiệp*

Trong mô hình phát triển du lịch cộng đồng, quan hệ giữa chính quyền địa phương và doanh nghiệp được định hình như một “liên minh chiến lược”, trong đó hai bên cùng hợp tác để kiến tạo không gian du lịch, tổ chức khai thác dịch vụ và kết nối chuỗi giá trị nhằm thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội bền vững. Chính quyền giữ vai trò kiến tạo thể chế, quy hoạch, cấp phép, đầu tư hạ tầng và điều phối các nguồn lực công. Ngược lại, doanh nghiệp là lực lượng tổ chức thực thi - thiết kế sản phẩm, điều hành tour, cung ứng dịch vụ và mở rộng thị trường.

Tại Lào Cai, đặc biệt ở những khu vực có tiềm năng lớn như Sa Pa, Bắc Hà, Bát Xát và Si Ma Cai, mối quan hệ hợp tác giữa chính quyền và doanh nghiệp được thể hiện rõ nét thông qua chính sách hỗ trợ đầu tư, cải cách hành chính và xúc tiến quảng bá. Chính quyền các cấp không chỉ tạo điều kiện về mặt bằng, thủ tục hành chính mà còn chủ động kết nối cộng đồng, cơ quan quản lý và tổ chức xã hội để hỗ trợ doanh nghiệp triển khai hoạt động.

Kết quả khảo sát doanh nghiệp du lịch cộng đồng cho thấy, 78,4% doanh

ng nghiệp đánh giá “được hỗ trợ rõ rệt” từ chính quyền, đặc biệt ở các nội dung: phát triển hạ tầng tour tuyến (đường vào bản, nhà vệ sinh công cộng), thủ tục hành chính (giấy phép kinh doanh, chứng nhận an toàn thực phẩm, phòng cháy chữa cháy), và xúc tiến quảng bá điểm đến (hội chợ du lịch, fanpage, website du lịch tỉnh, ứng dụng Sa Pa Tourism). Một số doanh nghiệp đánh giá cao hiệu quả của cơ chế “một cửa liên thông” trong rút ngắn thời gian phê duyệt dự án xuống dưới 30 ngày.

Tại Bắc Hà, Phòng Văn hóa, Khoa học và Thông tin phối hợp với Trung tâm Khuyến nông đã hỗ trợ đào tạo kỹ năng làm homestay, tổ chức hoạt động văn hóa và kết nối doanh nghiệp với nghệ nhân để xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng dân tộc. Điều này cho thấy nỗ lực phối hợp đa ngành, đa chủ thể từ phía chính quyền nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch cộng đồng.

Ở chiều ngược lại, khu vực doanh nghiệp cũng đóng vai trò quan trọng trong thực hiện các mục tiêu phát triển địa phương. Theo Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Lào Cai, doanh nghiệp đóng góp khoảng 38% tổng doanh thu du lịch, tạo việc làm cho hơn 8.000 lao động trực tiếp và hàng chục nghìn lao động gián tiếp, đồng thời góp phần tiêu thụ sản phẩm bản địa như thổ cẩm, mèn mén, chè Shan Tuyết, rượu ngô, thảo dược...

Trong bối cảnh hậu COVID-19, nhiều doanh nghiệp tại Lào Cai đã linh hoạt đổi mới mô hình kinh doanh, kết hợp du lịch với trải nghiệm - học tập, ứng dụng công nghệ số để nâng cao chất lượng sản phẩm và giá trị nội sinh. Các mô hình như du lịch cộng đồng kết hợp canh tác hữu cơ (Tả Phìn), tour học nghề truyền thống (Bắc Hà), homestay đạt chuẩn ASEAN (Sa Pa) là minh chứng cho sự cộng hưởng giữa chính quyền kiến tạo và doanh nghiệp đổi mới.

Tuy nhiên, bên cạnh hợp tác hỗ trợ, quan hệ giữa chính quyền và doanh nghiệp cũng tiềm ẩn những “điểm nghẽn thể chế”. Chính quyền thiên về mục tiêu phát triển bao trùm, còn doanh nghiệp lại ưu tiên hiệu quả thương mại và tối đa hóa lợi nhuận ngắn hạn. Khi không có cơ chế kiểm soát hợp lý, quan hệ này dễ rơi vào trạng thái bất cân xứng, trong đó chính quyền trở thành công cụ hỗ trợ hành chính, còn doanh nghiệp lấn át vai trò điều hành tại cơ sở.

Khảo sát tại các huyện cho thấy, 42,6% cán bộ xã gặp khó khăn trong giám

sát doanh nghiệp hoạt động tại địa bàn, do thiếu khung pháp lý ràng buộc, thiếu công cụ kiểm tra tài chính và thiếu phối hợp giữa các cấp chính quyền. Một số doanh nghiệp áp dụng cách làm “kết nối cấp trên - triển khai cấp dưới”, khiến xã rơi vào thế bị động, không kiểm soát được nội dung tour, mức giá hay tác động đến cộng đồng.

Thêm vào đó, phần lớn doanh nghiệp không bị ràng buộc trách nhiệm tái đầu tư cho cộng đồng hay bảo vệ môi trường bản địa. Chỉ 16,7% doanh nghiệp khảo sát có hoạt động xã hội cụ thể như tài trợ lễ hội, xây dựng cơ sở vật chất hoặc đào tạo nghề - phần lớn còn lại thực hiện theo hình thức tùy nghi, thiếu thể chế hóa.

Tóm lại, quan hệ giữa chính quyền và doanh nghiệp trong phát triển du lịch cộng đồng tại Lào Cai là mối quan hệ vừa bổ trợ, vừa giằng co lợi ích, đòi hỏi sự điều tiết thể chế rõ ràng. Cần thiết lập cơ chế phối hợp ba bên (chính quyền - doanh nghiệp - cộng đồng), trong đó quyền - trách nhiệm - lợi ích được phân bổ minh bạch, có cam kết dài hạn, nhằm bảo đảm phát triển du lịch cộng đồng theo hướng công bằng, bền vững và có trách nhiệm.

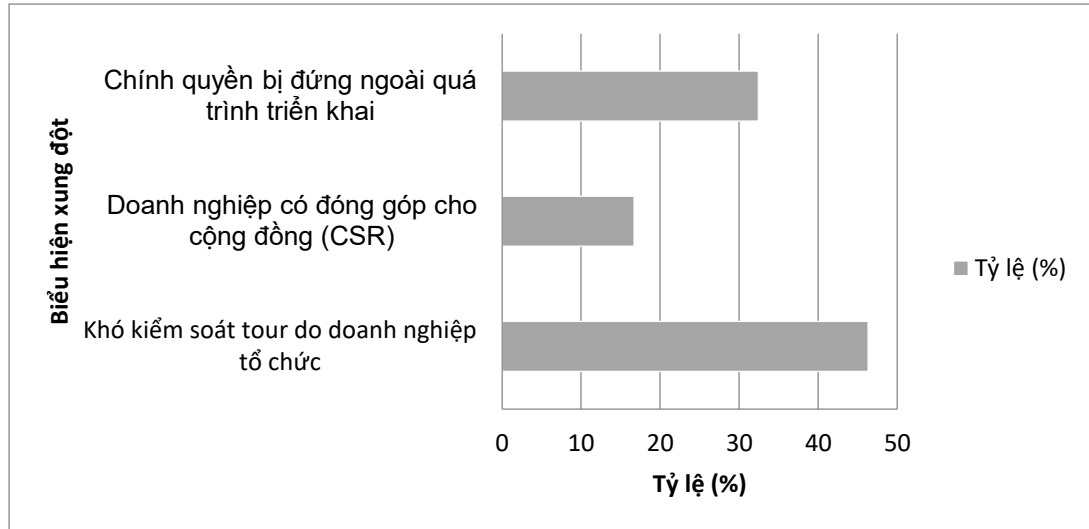
3.2.2.2. Xung đột lợi ích giữa chính quyền và doanh nghiệp

Mặc dù trên lý thuyết, mối quan hệ giữa chính quyền và doanh nghiệp trong phát triển du lịch cộng đồng được xem là hợp tác chiến lược và tương đối tích cực về mặt hình thức, song kết quả khảo sát và phỏng vấn sâu tại tỉnh Lào Cai cho thấy thực tế vẫn tồn tại nhiều xung đột ngầm, chủ yếu do sự khác biệt về mục tiêu phát triển, trách nhiệm chia sẻ và phương thức vận hành. Các xung đột này dù chưa bộc lộ gay gắt nhưng đang âm thầm tích tụ, làm suy giảm hiệu lực quản lý nhà nước, tính minh bạch trong phân phối lợi ích và đe dọa tính bền vững của mô hình du lịch cộng đồng.

(1) Biểu hiện xung đột trong thực tiễn triển khai. Doanh nghiệp triển khai hoạt động du lịch vượt ngoài quy hoạch, không thông qua chính quyền cấp xã. Hiện tượng này phổ biến tại các xã có du lịch cộng đồng phát triển như Tả Van, Tả Phìn, Na Hối và Nậm Pung. Một số doanh nghiệp tự ý mở rộng tour, dựng điểm lưu trú dã ngoại hoặc sử dụng không gian văn hóa cộng đồng mà không xin phép xã. Khảo sát tại 16 xã cho thấy 46,3% cán bộ xã cho biết “khó kiểm soát tour

do doanh nghiệp tổ chức”, chủ yếu vì thiếu cơ chế ràng buộc và không có quyền can thiệp khi doanh nghiệp đã được cấp phép từ huyện hoặc tỉnh. Một cán bộ xã Tả Van nêu rõ: “Doanh nghiệp làm việc với cấp huyện, nhưng khi xảy ra sự cố thì xã lại phải giải quyết”. Doanh nghiệp được hưởng ưu đãi nhưng không tái đầu tư trở lại cho cộng đồng hoặc hạ tầng. Nhiều đơn vị được miễn giảm thuê đất, quảng bá qua kênh nhà nước hoặc tiếp cận tín dụng ưu đãi, nhưng lại không thực hiện trách nhiệm xã hội. Chỉ 16,7% doanh nghiệp trong khảo sát có hoạt động đóng góp như tài trợ lễ hội hoặc hỗ trợ cộng đồng; hơn 60% không có bất kỳ chương trình trách nhiệm xã hội cụ thể nào. Trong khi đó, cộng đồng vẫn phải chịu áp lực từ lượng khách đông, ô nhiễm môi trường, xuống cấp cơ sở vật chất mà không được chia sẻ nguồn lực tương ứng. Một cán bộ huyện Bắc Hà nhận xét: “Doanh nghiệp chỉ thanh toán dịch vụ họ quản lý. Đường hỏng, nhà văn hóa xuống cấp, thì ngân sách xã phải lo”. Tình trạng “lạm dụng quan hệ hành chính” để vượt quyền kiểm soát của địa phương. Một số doanh nghiệp có quan hệ với sở, ngành tỉnh đã tổ chức tour mới hoặc sự kiện quy mô mà không thông báo cho cấp xã. 32,4% cán bộ xã cảm thấy “bị đứng ngoài” quá trình triển khai sản phẩm du lịch do doanh nghiệp thực hiện. Hiện tượng này được mô tả là “liên minh quyền - lợi”, trong đó doanh nghiệp được hưởng ưu đãi từ chính sách cấp tỉnh, còn chính quyền cơ sở bị động, dẫn đến suy giảm minh bạch và làm lệch định hướng du lịch cộng đồng từ cộng đồng sang doanh nghiệp chi phối.

(2) Bản chất và hệ quả của xung đột: Bản chất của các xung đột trên không chỉ là vấn đề thẩm quyền, mà là mâu thuẫn về mục tiêu phát triển. Trong khi chính quyền, đặc biệt là cấp xã, chú trọng bảo vệ tài nguyên, ổn định xã hội và phân phối công bằng lợi ích, thì doanh nghiệp lại ưu tiên lợi nhuận, thường khai thác nhanh và ít quan tâm tới bảo tồn di sản hay nâng cao năng lực cộng đồng. Hệ quả là: (i) hiệu quả quản lý nhà nước suy giảm, khi xã và huyện không kiểm soát được hoạt động du lịch; (ii) niềm tin của người dân bị suy giảm khi thấy mình bị đứng ngoài liên kết chính quyền - doanh nghiệp; (iii) không gian văn hóa - sinh thái bị thương mại hóa quá mức, đặc biệt tại các điểm đón khách lớn như Tả Van, Na Hối.



Biểu đồ 3.4: Mức độ xung đột lợi ích giữa chính quyền và doanh nghiệp

Tóm lại, xung đột quan hệ lợi ích giữa chính quyền và doanh nghiệp trong phát triển du lịch cộng đồng tại Lào Cai là xung đột mang tính cơ cấu, bắt nguồn từ bất cập trong phân cấp quản lý, thiếu ràng buộc về trách nhiệm xã hội đối với doanh nghiệp và thiếu công cụ pháp lý điều tiết thị trường theo định hướng cộng đồng. Giải quyết vấn đề này đòi hỏi một hệ thống thể chế minh bạch, phối hợp liên cấp hiệu quả và sự cam kết thực chất của doanh nghiệp đối với phát triển bền vững.

3.2.3.3. Nguyên nhân của xung đột

Như đã phân tích ở trên, mối quan hệ giữa chính quyền địa phương và doanh nghiệp trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai tuy mang tính chiến lược và có nhiều điểm tương hỗ, nhưng vẫn tồn tại những xung đột tiềm ẩn, phản ánh sự bất cập trong phân phối vai trò và lợi ích. Dựa trên khảo sát định lượng với 54 doanh nghiệp và 80 cán bộ xã - huyện, kết hợp với phỏng vấn sâu tại các điểm du lịch cộng đồng trọng điểm như Sa Pa, Bắc Hà, Bát Xát, có thể xác định ba nguyên nhân chính sau:

(1) Thiếu ràng buộc thể chế về nghĩa vụ xã hội và chia sẻ lợi ích. Nguyên nhân đầu tiên và quan trọng nhất là sự thiếu vắng cơ chế pháp lý buộc doanh nghiệp phải tái đầu tư cho cộng đồng khi khai thác tài nguyên du lịch tại địa phương. Hiện nay, doanh nghiệp chỉ cần đăng ký tour với cấp huyện hoặc tỉnh, mà không phải cam kết rõ ràng về chia sẻ doanh thu, hỗ trợ dịch vụ công hay đào tạo nguồn nhân lực tại chỗ. Khảo sát cho thấy, chỉ 16,7% doanh nghiệp có chương trình trách nhiệm

xã hội chính thức, trong khi hơn 64% không có cơ chế đóng góp bắt buộc nào, chỉ hoạt động theo kiểu tự nguyện hoặc thỏa thuận phi chính thức.

Thực trạng này khiến cộng đồng, dù là chủ thể sở hữu tài nguyên, lại không được hưởng lợi tương xứng. Trong khi đó, doanh nghiệp lại được thụ hưởng nhiều ưu đãi như giảm thuế đất, quảng bá miễn phí và tiếp cận hạ tầng. Một cán bộ Sở Du lịch nhận định: “Có doanh nghiệp tổ chức tour suốt nhiều năm nhưng chỉ trả tiền cho người biểu diễn. Không ai yêu cầu họ đầu tư trở lại cộng đồng.” Điều này không chỉ làm gia tăng sự bất bình đẳng trong chuỗi giá trị mà còn khiến cộng đồng ngày càng giảm niềm tin vào vai trò điều phối của chính quyền.

(2) Khoảng trống phối hợp và giám sát liên cấp. Một nguyên nhân khác là sự thiếu liên kết giữa các cấp chính quyền trong việc điều phối và giám sát hoạt động của doanh nghiệp. Nhiều quyết định quan trọng như cấp phép tour, tổ chức sự kiện, cho thuê đất được thực hiện ở cấp huyện hoặc tỉnh mà không có quy định ràng buộc việc tham vấn cấp xã - nơi trực tiếp quản lý không gian và dân cư bản địa. Theo khảo sát, 42,6% cán bộ xã cho biết họ không được tham gia vào quá trình phê duyệt hoạt động doanh nghiệp trên địa bàn, và 58,3% cho biết họ gặp khó khăn trong kiểm soát nội dung tour hoặc mức độ khai thác tài nguyên. Việc xã chỉ được thông báo sau khi tour đã triển khai khiến chính quyền cấp cơ sở rơi vào tình trạng bị động. Tình trạng này còn tạo điều kiện cho các mối quan hệ lợi ích “không chính thức” giữa doanh nghiệp với một số cơ quan cấp trên, làm suy giảm tính minh bạch và tạo áp lực hành chính đối với cấp xã.

(3) Khác biệt mục tiêu giữa phát triển kinh tế và bảo tồn văn hóa - môi trường. Khác biệt về tư duy phát triển giữa chính quyền và doanh nghiệp cũng là một nguyên nhân sâu xa. Chính quyền - đặc biệt là cấp xã và các phòng văn hóa - có xu hướng đặt ưu tiên vào bảo tồn bản sắc văn hóa, bảo vệ không gian cộng đồng, cân bằng sinh thái. Trong khi đó, doanh nghiệp lại chú trọng khai thác nhanh, tổ chức tour quy mô lớn và thương mại hóa sản phẩm để tối đa hóa lợi nhuận. Thực tiễn cho thấy, tại xã Nậm Pung (Bát Xát), một tour mùa lúa chín với hơn 200 khách/ngày được tổ chức trong khi bản chỉ có vài homestay. Sau tour, đường bị hỏng, rác thải nhiều, người dân không thu được lợi ích đáng kể. Khi người dân phản

ánh, chính quyền xã thừa nhận khó can thiệp vì doanh nghiệp đã làm việc với huyện. Sự “lệch pha” trong định hướng phát triển giữa hai bên dễ khiến chính quyền bị đặt vào thế lưỡng nan: vừa phải hỗ trợ doanh nghiệp vì mục tiêu tăng trưởng, vừa đối diện với bức xúc từ phía cộng đồng.

Ba nguyên nhân gồm: thiếu cơ chế chia sẻ nghĩa vụ, khoảng trống phối hợp thể chế và xung đột định hướng phát triển, là những yếu tố nền tảng dẫn đến các xung đột hiện hữu trong quan hệ chính quyền - doanh nghiệp tại các điểm du lịch cộng đồng ở Lào Cai. Nếu không có sự điều chỉnh toàn diện về thể chế, mô hình hợp tác công - tư trong du lịch sẽ tiếp tục rơi vào trạng thái bất cân đối, làm suy yếu mục tiêu phát triển cộng đồng bền vững mà du lịch cộng đồng hướng tới.

3.2.3.4. Đánh giá chung quan hệ lợi ích giữa chính quyền địa phương và doanh nghiệp trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai và vấn đề đặt ra

Quan hệ lợi ích giữa chính quyền địa phương và doanh nghiệp trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai là một quan hệ vừa mang tính chiến lược, vừa tiềm ẩn những mâu thuẫn cấu trúc. Chính quyền tạo môi trường và cơ hội cho doanh nghiệp phát triển, trong khi doanh nghiệp đóng vai trò tổ chức, khai thác và mở rộng thị trường. Tuy nhiên, do thiếu thiết chế ràng buộc, khoảng trống thể chế trong giám sát và sự chênh lệch về quyền lực kinh tế - hành chính giữa các cấp đã khiến mối quan hệ này mất cân bằng.

Tình trạng này không chỉ ảnh hưởng đến hiệu lực chính sách, mà còn tạo hiệu ứng lan tỏa tiêu cực sang các nhóm chủ thể khác - đặc biệt là cộng đồng địa phương, vốn ở vị trí yếu thế nhất trong chuỗi giá trị. Nếu chính quyền không kiểm soát được doanh nghiệp, thì du lịch cộng đồng sẽ dễ bị thương mại hóa cực đoan, xói mòn bản sắc và phân hóa lợi ích. Để khắc phục, cần: Thiết lập khung pháp lý minh bạch về chia sẻ lợi ích và trách nhiệm xã hội giữa chính quyền - doanh nghiệp - cộng đồng; Xây dựng cơ chế phối hợp liên cấp, đảm bảo tiếng nói của chính quyền cấp xã và cộng đồng được lắng nghe trong mọi dự án du lịch; Thúc đẩy mô hình đối tác công - tư (PPP) gắn với chỉ số trách nhiệm xã hội doanh nghiệp trong du lịch cộng đồng; Công khai hóa hợp đồng hợp tác, thống kê đóng góp doanh nghiệp và cơ chế phản hồi đa chiều tại điểm đến. Chỉ khi quan hệ chính quyền -

doanh nghiệp được tái cấu trúc dựa trên nguyên tắc đối tác công bằng, minh bạch và hướng đến phát triển bền vững, thì du lịch cộng đồng mới có thể phát huy đầy đủ vai trò của các bên và trở thành động lực chiến lược của kinh tế vùng cao.

3.2.3. Thực trạng quan hệ lợi ích giữa chính quyền địa phương và khách du lịch trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai

3.2.3.1. Mối quan hệ lợi ích giữa chính quyền và khách du lịch

Trong cấu trúc quan hệ giữa các chủ thể tham gia phát triển du lịch cộng đồng, mối quan hệ giữa chính quyền địa phương và khách du lịch giữ vai trò đặc biệt, vì đây là cặp quan hệ vừa mang tính thể chế - người tiêu dùng, vừa mang tính cung cấp dịch vụ công - trải nghiệm cá nhân. Chính quyền địa phương, với tư cách là đơn vị quản lý nhà nước tại điểm đến, không chỉ giữ vai trò kiến tạo môi trường pháp lý - xã hội cho hoạt động du lịch, mà còn là bên cung cấp các dịch vụ công thiết yếu nhằm đảm bảo trải nghiệm du lịch an toàn, văn minh, thuận lợi. Trong khi đó, khách du lịch là người trực tiếp trải nghiệm và đánh giá chất lượng điểm đến, đồng thời là nguồn lực tài chính gián tiếp duy trì hệ sinh thái du lịch cộng đồng thông qua chi tiêu cho các dịch vụ - sản phẩm địa phương.

Tại tỉnh Lào Cai, đặc biệt ở các huyện có hoạt động du lịch cộng đồng phát triển mạnh như Sa Pa, Bắc Hà, Bát Xát, chính quyền địa phương đã có nhiều nỗ lực nhằm nâng cao năng lực phục vụ và tạo điều kiện cho khách du lịch tiếp cận không gian văn hóa - sinh thái một cách thuận tiện. Một số giải pháp điển hình bao gồm: Đầu tư cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch, như nâng cấp đường nội bản, xây dựng nhà vệ sinh công cộng, biển chỉ dẫn du lịch song ngữ tại các điểm du lịch cộng đồng (Tả Van, Tả Phìn, Na Hối...); Thiết lập các trung tâm thông tin du lịch cấp xã, nơi cung cấp bản đồ, hướng dẫn tour, giới thiệu văn hóa bản địa và hỗ trợ xử lý sự cố cho du khách; Tổ chức các sự kiện văn hóa - du lịch thường niên, như Lễ hội mùa xuân Bắc Hà, Ngày hội văn hóa dân tộc Dao, Lễ hội hoa tam giác mạch tại Bát Xát... tạo điểm nhấn thu hút khách; Ứng dụng công nghệ số trong quản lý và quảng bá, như phát triển app du lịch “Sa Pa Tourism”, tích hợp bản đồ số, danh mục dịch vụ và phản hồi trực tuyến.

Tuy nhiên, đánh giá từ phía khách du lịch cho thấy mối quan hệ giữa họ và chính quyền vẫn còn nhiều khoảng trống về sự hiện diện, tương tác và hỗ trợ tại điểm đến. Kết quả khảo sát khách du lịch từng trải nghiệm du lịch cộng đồng tại Lào Cai cho thấy, khi được hỏi về mức độ hài lòng với vai trò của chính quyền địa phương trong đảm bảo trải nghiệm du lịch an toàn, văn minh, điểm trung bình đánh giá chỉ đạt 3.45/5 - ở mức trung bình thấp. Trong đó, các tiêu chí được đánh giá thấp bao gồm: Thiếu thông tin du lịch chính thức tại điểm đến (ĐTB = 3.21); Chưa có cán bộ hỗ trợ du khách tại các điểm xảy ra sự cố như mất đồ, lạc đường, tranh chấp giá cả (ĐTB = 3.11); Dịch vụ công chưa đầy đủ hoặc xuống cấp như nhà vệ sinh công cộng, trạm dừng chân, khu vực đỗ xe (ĐTB = 3.08).

Đặc biệt, trong phỏng vấn sâu, nhiều khách du lịch phản ánh rằng họ “gần như không cảm nhận được vai trò của chính quyền tại điểm đến”, trừ khi tham gia các lễ hội lớn có sự hiện diện của lực lượng chức năng. Một du khách tại bản Lao Chải chia sẻ: “Khi tôi hỏi đường đến nhà lưu trú, người dân nhiệt tình giúp, nhưng không thấy bảng chỉ dẫn nào. Nếu không có dân bản, chắc tôi không biết đi đâu.” Một nhóm khách nước ngoài phản nản rằng họ không tìm thấy trung tâm hỗ trợ du lịch ở xã Tả Phìn, trong khi bản đồ trực tuyến lại không cập nhật đường đi chính xác. Nhìn từ phía chính quyền, một số nguyên nhân khách quan cũng được ghi nhận, bao gồm: Hạn chế về nhân lực và ngân sách tại cấp xã, khiến việc bố trí cán bộ chuyên trách về du lịch còn chưa khả thi; Khó khăn trong quản lý dịch vụ phi chính thức, như xe ôm, bán hàng rong, hướng dẫn viên tự do, dẫn đến hình ảnh không đồng bộ về chất lượng dịch vụ; Thiếu cơ chế phản hồi từ khách du lịch, khiến chính quyền khó nhận diện và cải thiện điểm yếu kịp thời.

Mối quan hệ giữa chính quyền và khách du lịch hiện tại chủ yếu vận hành thông qua trung gian là doanh nghiệp và cộng đồng bản địa, trong khi vai trò “bảo hộ quyền lợi người tiêu dùng du lịch” và “đại diện công quyền tại điểm đến” của chính quyền vẫn chưa phát huy hiệu quả. Tỷ lệ khách du lịch biết đến các kênh phản ánh chính thức như đường dây nóng du lịch, trang thông tin điện tử cấp huyện, hoặc app hỗ trợ du lịch còn rất thấp - chỉ chiếm dưới 12,5% theo khảo sát.

Tình trạng này phản ánh một nghịch lý: chính quyền đóng vai trò kiến tạo thể chế và kiểm soát điểm đến, nhưng lại “vắng mặt” trong trải nghiệm thực tế của khách hàng cuối cùng - là du khách. Hệ quả là khi xảy ra xung đột, tranh chấp hoặc sự cố, khách du lịch thường không biết liên hệ với ai; trong khi chính quyền lại không có đủ dữ liệu để đánh giá hiệu quả quản lý điểm đến từ góc nhìn người dùng.

Tóm lại, mối quan hệ lợi ích giữa chính quyền địa phương và khách du lịch trong phát triển du lịch cộng đồng hiện nay mới chỉ ở mức gián tiếp - hỗ trợ hạ tầng và thể chế, chưa hình thành một mô hình quản trị trải nghiệm lấy du khách làm trung tâm. Điều này vừa làm suy giảm vai trò của chính quyền trong quản lý điểm đến, vừa làm giảm chất lượng dịch vụ công - một trong những yếu tố then chốt để nâng cao năng lực cạnh tranh du lịch địa phương.

Để khắc phục, cần thiết lập một cấu trúc quản lý du lịch cộng đồng theo hướng: Chính quyền hiện diện rõ ràng hơn trong các hoạt động du lịch thường nhật (qua trung tâm hỗ trợ, bảng chỉ dẫn, đội ngũ hỗ trợ du khách); Thiết lập hệ thống phản hồi và xử lý kiến nghị du khách theo thời gian thực (qua app, bảng góp ý, số điện thoại trực tiếp); Công khai bộ tiêu chí dịch vụ công du lịch tại từng điểm đến, đồng thời tích hợp dữ liệu đánh giá từ khách du lịch để điều chỉnh chính sách. Chỉ khi khách du lịch cảm nhận rõ sự bảo hộ, hỗ trợ và đồng hành của chính quyền trong suốt hành trình trải nghiệm, thì quan hệ lợi ích giữa hai chủ thể này mới thực sự trở thành động lực nâng cao chất lượng du lịch cộng đồng và củng cố niềm tin vào năng lực quản trị địa phương.

3.2.3.2. Xung đột lợi ích giữa chính quyền và khách du lịch

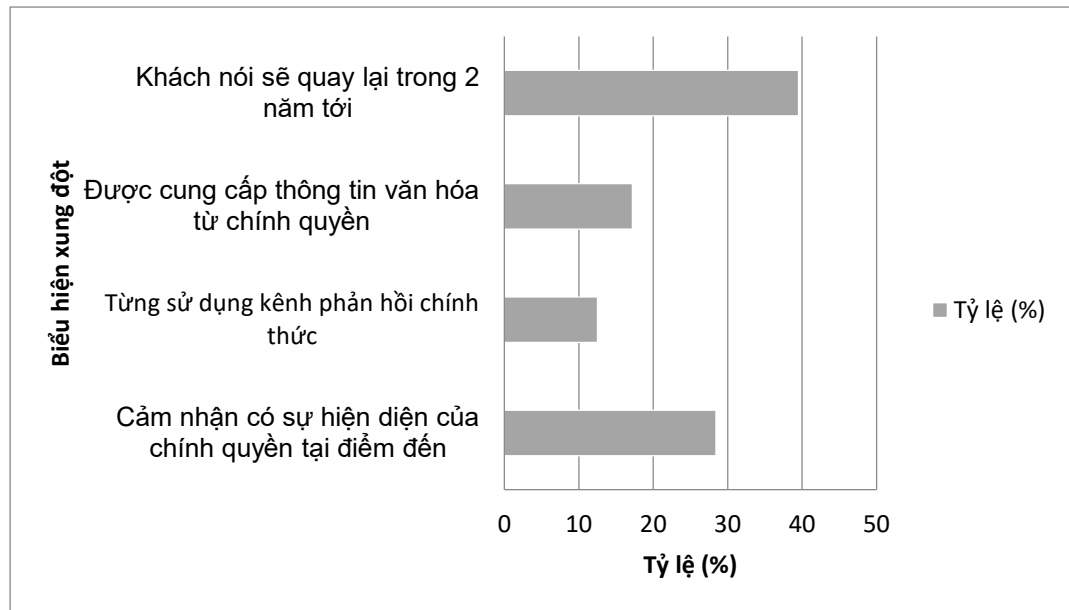
Dù không diễn ra dưới dạng đối đầu trực tiếp, quan hệ giữa chính quyền địa phương và khách du lịch trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai đang tồn tại nhiều xung đột ngầm. Các xung đột này chủ yếu bắt nguồn từ thiếu kết nối, bất đối xứng thông tin và hạn chế trong cơ chế phản hồi, ảnh hưởng đến cả trải nghiệm du khách lẫn hiệu lực quản trị điểm đến nếu không được nhận diện và xử lý kịp thời.

(1) Thiếu hiện diện quản lý - cảm giác “bị bỏ rơi” của du khách. Theo khảo sát khách du lịch, chỉ 28,4% cảm nhận có sự hiện diện rõ ràng của chính quyền tại

điểm đến, trong khi hơn 53% cho rằng không có tương tác nào với chính quyền trong hành trình, trừ các dịp lễ hội. Vai trò của chính quyền thường được nhìn thấy qua các thiết chế hành chính (biển cấm, thu phí), thay vì hỗ trợ trực tiếp hay đồng hành trải nghiệm. Phỏng vấn sâu cho thấy, nhiều du khách cảm thấy lúng túng khi gặp sự cố như lạc đường, bị lừa đảo, không biết tìm sự trợ giúp ở đâu. Việc thiếu vắng đội ngũ hỗ trợ du khách tại chỗ hoặc trung tâm thông tin phản ánh gây cảm giác bị bỏ rơi, làm giảm niềm tin vào năng lực điều phối của chính quyền địa phương.

(2) Thiếu cơ chế phản hồi - xử lý sự cố chậm và thiếu hiệu quả. Dù một số địa phương như Sa Pa, Bắc Hà đã thiết lập đường dây nóng và app du lịch, nhưng tỷ lệ sử dụng còn thấp. Chỉ 12,5% du khách từng sử dụng kênh phản hồi chính thức, trong khi 44% đăng phản ánh trên mạng xã hội, và 20% không phản hồi nhưng tuyên bố “không quay lại”. Chính quyền cấp xã hầu như không nắm được mức độ hài lòng hay các vấn đề phát sinh của khách. Một cán bộ văn hóa xã tại Bát Xát thừa nhận: “Khách không phản ánh với xã, chúng tôi không biết để điều chỉnh”. Việc du khách đánh giá trên nền tảng số ngoài kiểm soát tạo ra vòng luẩn quẩn: chính quyền không có dữ liệu để cải thiện, khách không tin vào khả năng xử lý của chính quyền, và uy tín điểm đến bị tổn hại.

(3) Mâu thuẫn văn hóa - thiếu định hướng từ chính quyền. Một dạng xung đột khác xuất hiện từ sự khác biệt văn hóa giữa du khách và cộng đồng địa phương. Nhiều khách không nắm rõ quy tắc ứng xử, dẫn đến hành vi bị coi là vi phạm thuần phong mỹ tục như: chụp ảnh tại nơi linh thiêng, ăn mặc không phù hợp, tự ý vào nhà dân, gây tiếng ồn tại bản. Tỷ lệ du khách được cung cấp thông tin văn hóa chính thức từ chính quyền chỉ đạt 17,2%, chủ yếu học qua doanh nghiệp hoặc cộng đồng. Thiếu bảng hướng dẫn, tờ rơi, clip giới thiệu hoặc quy tắc ứng xử khiến khách tự điều chỉnh hành vi theo cảm tính. Trong các trường hợp xảy ra xung đột, du khách không có nơi bảo vệ quyền lợi, dẫn đến cảm giác bất an, ảnh hưởng tiêu cực đến hình ảnh thân thiện của điểm đến.



Biểu đồ 3.5: Mức độ xung đột lợi ích giữa chính quyền và khách du lịch

Các xung đột tiềm ẩn trong quan hệ chính quyền - khách du lịch không chỉ ảnh hưởng đến hiệu quả điều hành du lịch cộng đồng, mà còn tác động trực tiếp đến chỉ số hài lòng - yếu tố quyết định khả năng quay lại và quảng bá điểm đến. Chỉ 39,5% du khách được hỏi cho biết “sẽ quay lại trong hai năm tới”, trong khi 22,8% từ chối, lý do phổ biến là “thiếu hỗ trợ, khó tiếp cận thông tin”.

3.2.3.3. Nguyên nhân của xung đột

Xung đột trong quan hệ giữa chính quyền địa phương và khách du lịch tại các điểm du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai không diễn ra dưới dạng tranh chấp trực tiếp hoặc phản ứng dữ dội, mà thường mang tính âm ỉ, tiềm ẩn và khó nhận diện. Tuy nhiên, chính những mâu thuẫn không được giải quyết này đã ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu quả quản lý nhà nước, chất lượng trải nghiệm du lịch và niềm tin vào môi trường điểm đến.

Phân tích từ khảo sát định lượng khách du lịch và phỏng vấn sâu tại các huyện Sa Pa, Bắc Hà, Bát Xát và Si Ma Cai cho thấy, có ba nhóm nguyên nhân chính dẫn đến các xung đột trong mối quan hệ giữa chính quyền và khách du lịch:

(1) Thiếu cơ chế giao tiếp và phản hồi chính thức. Một trong những nguyên nhân cơ bản và phổ biến nhất là thiếu các kênh giao tiếp trực tiếp - minh bạch - hiệu quả giữa chính quyền và khách du lịch. Trong quá trình trải nghiệm tại điểm đến, phần lớn du khách không có cơ hội hoặc không biết cách tương tác với chính quyền

địa phương, trừ khi có vấn đề nghiêm trọng xảy ra. Theo khảo sát, chỉ 12,5% khách du lịch từng sử dụng các kênh phản hồi chính thức như đường dây nóng, trung tâm du lịch, hoặc ứng dụng điện tử, trong khi 44% sử dụng mạng xã hội để phản ánh vấn đề, và gần 20% lựa chọn im lặng nhưng không có ý định quay lại điểm đến. Điều này phản ánh một sự đứt gãy trong chuỗi thông tin hai chiều, khiến chính quyền không thể thu thập được dữ liệu đánh giá từ phía người dùng, còn khách du lịch thì không cảm nhận được vai trò hỗ trợ từ cơ quan công quyền. Tình trạng này còn bị khuếch đại bởi việc các kênh phản hồi hiện có chưa phổ biến hoặc không đủ năng lực vận hành. Tại nhiều xã có du lịch cộng đồng phát triển, trung tâm hỗ trợ du lịch không có nhân lực trực 24/24, đường dây nóng thiếu người trực hoặc không có phản hồi thực tế. Chính quyền cấp xã không có bộ phận chuyên trách tiếp nhận và xử lý kiến nghị từ du khách, dẫn đến tâm lý “nói cũng như không”.

(2) Thiếu thông tin định hướng hành vi văn hóa - du lịch. Nguyên nhân thứ hai xuất phát từ sự thiếu chuẩn hóa trong việc cung cấp thông tin định hướng hành vi cho khách du lịch, đặc biệt liên quan đến giá trị văn hóa, chuẩn mực ứng xử và không gian thiêng của cộng đồng bản địa. Khách du lịch, nhất là khách quốc tế hoặc từ đô thị lớn, thường không được cung cấp đầy đủ thông tin về quy tắc ứng xử tại bản làng, dẫn đến những hành vi vô ý vi phạm như: chụp ảnh người dân mà không xin phép, mặc đồ không phù hợp vào đền miếu, gây tiếng ồn trong không gian sinh hoạt cộng đồng, hoặc sử dụng đồ uống - thực phẩm không đúng quy tắc tín ngưỡng.

Theo khảo sát, chỉ 17,2% khách du lịch cho biết họ “được cung cấp thông tin văn hóa - ứng xử bản địa qua các kênh chính thức”, số còn lại học từ hướng dẫn viên, dân bản, hoặc tự tìm kiếm. Chính quyền địa phương, trong khi đó, lại thiếu bộ tài liệu chuẩn hóa về quy tắc ứng xử văn hóa tại điểm du lịch cộng đồng, và chưa tích hợp nội dung này vào các nền tảng số, app du lịch hoặc biển báo tại thực địa. Hậu quả là khi có vi phạm xảy ra, du khách dễ bị phản ứng từ cộng đồng bản địa, trong khi chính quyền lại không có vai trò trung gian hóa giải hoặc bảo vệ, dẫn đến tâm lý thiếu an toàn văn hóa và hình thành định kiến tiêu cực đối với điểm đến.

(3) Mâu thuẫn giữa kỳ vọng dịch vụ của khách và năng lực cung ứng công của chính quyền. Một nguyên nhân quan trọng khác là khoảng cách ngày càng lớn

giữa kỳ vọng về chất lượng dịch vụ của khách du lịch và năng lực đáp ứng của chính quyền địa phương, nhất là ở cấp xã và bản. Khách du lịch ngày nay, đặc biệt là giới trẻ và khách nước ngoài, thường có kỳ vọng cao về sự thuận tiện, an toàn, thân thiện và hiện đại hóa dịch vụ công, như: nhà vệ sinh sạch sẽ, biển chỉ dẫn đầy đủ, trạm dừng chân có wifi, điểm hỗ trợ thông tin đa ngôn ngữ, v.v. Trong khi đó, nhiều xã vùng cao vẫn gặp khó khăn về ngân sách, thiếu nhân lực, thiếu kỹ năng du lịch - ngoại ngữ - công nghệ, nên không thể cung cấp các dịch vụ công đạt chuẩn như mong đợi.

Theo phản ánh của khách du lịch, một số điểm du lịch cộng đồng tại Bắc Hà, Si Ma Cai hay Bát Xát thiếu hoàn toàn biển báo, không có nhà vệ sinh công cộng, không có trạm nghỉ chân, và khi gặp sự cố (như mất hành lý, bị tính giá sai), không biết tìm ai để được hỗ trợ. Điều này làm giảm đáng kể mức độ hài lòng, khiến khách đánh giá tiêu cực trên các nền tảng trực tuyến - tác động lâu dài đến hình ảnh điểm đến và năng lực điều hành của chính quyền.

Tóm lại, xung đột trong quan hệ giữa chính quyền và khách du lịch tại các điểm du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai bắt nguồn từ ba nguyên nhân chính: (1) thiếu cơ chế giao tiếp - phản hồi minh bạch; (2) thiếu định hướng hành vi văn hóa - du lịch; và (3) khoảng cách giữa kỳ vọng khách - năng lực cung cấp dịch vụ công của chính quyền.

Các nguyên nhân này có tính hệ thống và phản ánh rõ ràng một khoảng trống trong cấu trúc quản trị điểm đến lấy người tiêu dùng làm trung tâm, vốn là yếu tố then chốt trong phát triển du lịch bền vững hiện đại. Nếu không được nhận diện và xử lý, các mâu thuẫn nhỏ có thể tích tụ thành khủng hoảng niềm tin đối với chính quyền địa phương và làm giảm năng lực cạnh tranh điểm đến.

3.2.3.4. Đánh giá chung và xu hướng tác động

Mối quan hệ giữa chính quyền địa phương và khách du lịch trong phát triển du lịch cộng đồng hiện nay tại tỉnh Lào Cai đang ở giai đoạn “hiện diện gián tiếp, tương tác mờ nhạt”. Mặc dù chính quyền giữ vai trò tạo lập môi trường du lịch và cung cấp hạ tầng - dịch vụ công, nhưng lại thiếu giao tiếp trực tiếp, cơ chế phản hồi và định hướng giáo dục văn hóa cho khách.

Nếu tiếp tục duy trì trạng thái “khoảng trống thể chế”, mối quan hệ này sẽ khiến khách du lịch mất niềm tin vào vai trò điều tiết của Nhà nước, đồng thời ảnh hưởng tiêu cực đến hình ảnh điểm đến và hiệu lực quản trị du lịch. Ngược lại, nếu chính quyền biết phát huy vai trò kiến tạo - đồng hành, chủ động thiết lập kênh tương tác hai chiều với khách du lịch, thì có thể mở rộng nền tảng giám sát xã hội, nâng cao chất lượng dịch vụ và thúc đẩy mô hình du lịch có trách nhiệm. Do đó, cần khẩn trương: Xây dựng hệ thống tiếp nhận phản hồi khách du lịch tại cấp xã, thông qua app du lịch, bảng điện tử, tổ dân phố du lịch; Tổ chức tập huấn ứng xử văn hóa và an toàn điểm đến, với sự tham gia của chính quyền, doanh nghiệp và cộng đồng; Công khai chỉ số hài lòng của du khách trên các nền tảng chính thức để định hướng điều chỉnh chính sách; Nâng cao chất lượng dịch vụ công tại vùng sâu bằng cách lồng ghép vào các chương trình nông thôn mới và du lịch xanh. Chỉ khi chính quyền hiện diện rõ nét trong trải nghiệm của khách du lịch, từ lúc đón tiếp đến phản hồi sau chuyến đi, thì mối quan hệ này mới thực sự đóng vai trò kiến tạo giá trị, nâng cao uy tín điểm đến và góp phần điều hòa quan hệ lợi ích giữa các chủ thể trong chuỗi giá trị du lịch cộng đồng.

3.2.4. Thực trạng quan hệ lợi ích giữa cộng đồng địa phương và khách du lịch trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai

3.2.4.1. Mối quan hệ lợi ích giữa cộng đồng địa phương và khách du lịch

Trong phát triển du lịch cộng đồng tại Lào Cai, cộng đồng địa phương và khách du lịch là hai chủ thể trung tâm, có mối quan hệ tương hỗ chặt chẽ. Cộng đồng cung cấp không gian sống, bản sắc văn hóa, dịch vụ homestay và trải nghiệm truyền thống; còn du khách là người tiêu dùng sản phẩm đó, đồng thời góp phần định hướng và phản hồi, tác động đến vòng đời sản phẩm du lịch.

Xét về bản chất, đây là mối quan hệ lợi ích hai chiều trong chuỗi cung ứng - tiêu dùng. Cộng đồng hưởng lợi từ tăng thu nhập, tạo việc làm và mở rộng kết nối xã hội, trong khi du khách thu được giá trị trải nghiệm, khám phá văn hóa bản địa và tìm lại sự kết nối giữa con người và thiên nhiên.

Kết quả khảo tại bốn huyện có du lịch cộng đồng phát triển (Sa Pa, Bát Xát, Bắc Hà, Bảo Yên) cho thấy, mức độ hài lòng trung bình của du khách khá cao:

3,99/5 điểm về khả năng quay lại, 3,71/5 về sẵn sàng giới thiệu điểm đến. Các yếu tố được đánh giá tích cực bao gồm: sự thân thiện của người dân (4,12), cảnh quan thiên nhiên (4,05), bản sắc văn hóa (3,92), và giá cả hợp lý (3,85). Tuy nhiên, một số khía cạnh vẫn còn hạn chế như chất lượng homestay (3,35), vệ sinh môi trường (3,28) và khả năng giao tiếp bằng tiếng Anh (3,10), cho thấy khoảng cách giữa kỳ vọng của khách và khả năng đáp ứng từ cộng đồng vẫn còn đáng kể.

Từ phía cộng đồng, du lịch mang lại không chỉ thu nhập mà còn cơ hội bảo tồn văn hóa, tiếp cận tri thức mới và giao lưu quốc tế. Có tới 82% người dân được khảo sát cho biết họ tăng thu nhập nhờ du lịch, đặc biệt qua dịch vụ lưu trú, bán hàng thủ công và biểu diễn văn nghệ. Đồng thời, 68% khẳng định du lịch giúp họ cải thiện kỹ năng giao tiếp và hiểu biết xã hội.

Tuy vậy, mối quan hệ này cũng bắt đầu bộc lộ mặt trái. Một số hộ dân cảm thấy áp lực vì lượng khách quá đông, thời gian lưu trú kéo dài hoặc hành vi ứng xử thiếu tôn trọng văn hóa địa phương. Ngược lại, du khách đôi khi phàn nàn về tình trạng bị ép giá, chất lượng hàng hóa không rõ ràng hoặc bị ép mua các dịch vụ không mong muốn. Tuy các hiện tượng này chưa phổ biến nhưng cảnh báo về nguy cơ hình thành các xung đột âm ỉ nếu không được điều chỉnh kịp thời.

Về lý luận, mối quan hệ này phản ánh cấu trúc sản xuất - tiêu dùng đặc thù trong điều kiện kinh tế văn hóa. Cộng đồng cung ứng “tư liệu bản địa” - bao gồm văn hóa, dịch vụ và không gian sống - trong khi du khách tiêu dùng và chi trả. Tuy nhiên, do yếu tố văn hóa, cảm xúc và truyền thống đan xen trong giao dịch, mối quan hệ này không thể điều tiết thuần túy theo cơ chế thị trường. Nếu không có sự định hướng và điều phối từ phía chính quyền và các tổ chức trung gian, mối quan hệ này dễ rơi vào trạng thái mất cân bằng.

Một rủi ro khác là sự phụ thuộc ngày càng lớn của cộng đồng vào khách du lịch. Khi phản ứng thị trường trở thành yếu tố quyết định sinh kế, cộng đồng có xu hướng tự điều chỉnh phong tục, tổ chức các hoạt động “diễn xướng hóa” để làm hài lòng du khách, dẫn tới thương mại hóa bản sắc và giảm tính chân thực của không gian văn hóa. Trong dài hạn, điều này có thể làm suy giảm niềm tin và giá trị cốt lõi của du lịch cộng đồng.

Tóm lại, mối quan hệ cộng đồng - khách du lịch là nhân tố quyết định thành công hay thất bại của mô hình du lịch cộng đồng. Đây là mối quan hệ đôi bên cùng có lợi, nhưng cũng cần có cơ chế điều tiết hài hòa. Trong bối cảnh chuyển đổi mô hình du lịch theo hướng bền vững, việc xây dựng hệ thống phối hợp, phản hồi và chia sẻ lợi ích giữa cộng đồng - du khách - chính quyền sẽ là điều kiện tiên quyết để duy trì sự ổn định và phát triển lâu dài cho du lịch cộng đồng tại Lào Cai.

3.2.4.2. Xung đột lợi ích và mâu thuẫn tiềm ẩn giữa cộng đồng và khách du lịch

Mối quan hệ giữa cộng đồng địa phương và khách du lịch trong phát triển du lịch cộng đồng tại Lào Cai được xác định là tương hỗ về mặt lợi ích, nhưng thực tiễn lại cho thấy sự xuất hiện ngày càng rõ của các xung đột tiềm ẩn. Những xung đột này không chỉ xuất phát từ khác biệt văn hóa - hành vi, mà còn đến từ kỳ vọng lợi ích không đồng đều và thiếu hiểu biết lẫn nhau giữa hai chủ thể.

Kết quả khảo sát tại bốn huyện có hoạt động du lịch cộng đồng phát triển gồm Sa Pa, Bắc Hà, Bảo Yên và Bát Xát cho thấy, dù người dân ghi nhận những đóng góp tích cực từ du lịch, nhưng cũng ngày càng lo ngại trước những tác động tiêu cực đến đời sống văn hóa, môi trường và không gian sinh hoạt cộng đồng.

Thứ nhất, nguyên nhân được cộng đồng đánh giá cao nhất là ảnh hưởng đến phong tục truyền thống, với điểm trung bình 3,52/5. Người dân phản ánh tình trạng du khách chụp ảnh lễ cúng, yêu cầu tái hiện nghi lễ vì mục đích giải trí, mặc sai trang phục dân tộc, hoặc yêu cầu tiện nghi vượt quá khả năng bản địa. Những hành vi này, dù không mang ý xấu, nhưng bị xem là xâm phạm không gian văn hóa thiêng liêng, làm lệch chuẩn mực giao tiếp truyền thống, tạo cảm giác “bị tổn thương” trong cộng đồng.

Thứ hai, xâm hại không gian sinh hoạt cộng đồng, đặc biệt là khu vực linh thiêng như rừng cấm, thác nước thiêng, mộ cổ, được đánh giá với điểm trung bình 3,50/5. Một số người dân ở Tả Van, Tả Phìn (Sa Pa) và Na Hối (Bắc Hà) cho biết du khách từng tụ tập ăn uống, đốt lửa, vứt rác, trèo cây thiêng để chụp ảnh, gây xúc phạm nghiêm trọng đến niềm tin tâm linh bản địa. Mặc dù đa phần du khách không

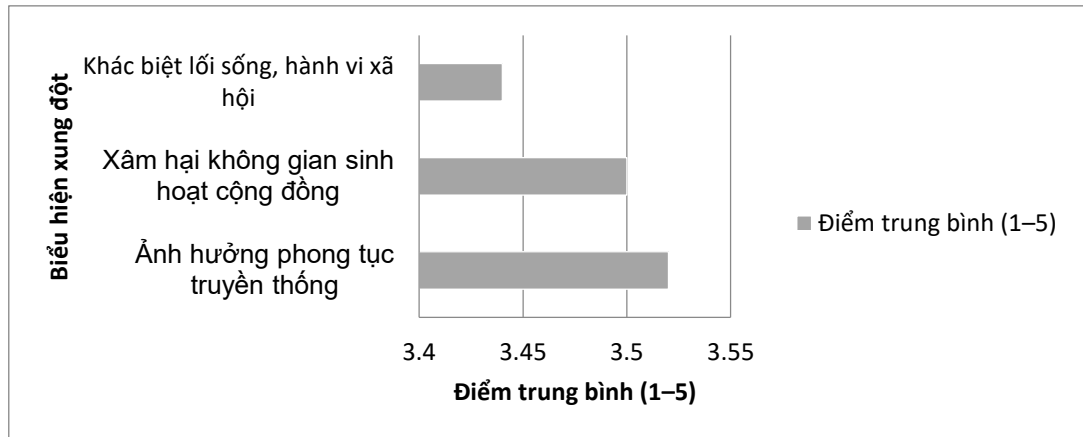
cố ý, nhưng hành vi thiếu hiểu biết này lại gây tổn thương sâu sắc và khiến cộng đồng dần trở nên dè dặt, ít thân thiện hơn với người ngoài.

Thứ ba, sự khác biệt về lối sống, hành vi xã hội giữa khách du lịch và cộng đồng địa phương cũng là nguồn gốc xung đột, với điểm trung bình 3,44/5. Nhiều người dân cảm thấy khó thích nghi với việc du khách mở nhạc to, thể hiện tình cảm nơi công cộng, hoặc uống rượu bia quá mức - những hành vi bị coi là phản cảm trong không gian văn hóa thiếu số. Một số hộ dân thừa nhận họ cảm thấy “bị động” khi phải phục vụ những nhóm khách có phong cách sống quá khác biệt mà không được hướng dẫn hay chuẩn bị từ trước.

Đáng chú ý, có sự chênh lệch đáng kể về nhận thức xung đột giữa hai nhóm: người dân đánh giá mức độ xung đột ở mức trung bình - cao (2,93-3,52), trong khi khách du lịch chỉ đánh giá ở mức thấp - trung bình (2,09-3,12). Điều này cho thấy khách du lịch thường không ý thức đầy đủ rằng hành vi của họ có thể bị coi là vi phạm văn hóa. Khoảng cách nhận thức này nếu không được trung gian hóa qua hướng dẫn hoặc truyền thông hiệu quả sẽ dẫn đến những hiểu lầm khó hóa giải.

Từ góc độ lý luận, các xung đột trên phản ánh mâu thuẫn giữa lợi ích kinh tế và lợi ích phi kinh tế, giữa nhu cầu tiêu dùng và trách nhiệm bảo tồn. Trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, lợi ích không chỉ là thu nhập mà còn bao hàm cả quyền được tôn trọng văn hóa và bảo vệ cộng đồng. Nếu không có sự điều phối phù hợp, các mâu thuẫn này sẽ làm xói mòn niềm tin, gia tăng rạn nứt xã hội và phá vỡ nền tảng bền vững của du lịch cộng đồng.

Bên cạnh đó, khảo sát cho thấy thiếu vắng các thiết chế trung gian văn hóa như hướng dẫn viên bản địa, bộ quy tắc ứng xử, hay kênh phản hồi hai chiều khiến nhiều mâu thuẫn nhỏ bị tích tụ, trôi nổi trên mạng xã hội, tạo hiệu ứng truyền thông tiêu cực. Chính quyền cấp xã và thôn bản cũng thừa nhận gặp khó khăn trong việc tiếp cận phản hồi của khách, và thiếu công cụ xử lý các xung đột mềm.



Biểu đồ 3.6: Mức độ xung đột lợi ích giữa cộng đồng và khách du lịch

Tóm lại, quan hệ cộng đồng - du khách trong du lịch cộng đồng tại Lào Cai đang đứng trước nguy cơ xung đột âm ỉ nếu không có cơ chế điều tiết hợp lý. Việc sớm nhận diện các mâu thuẫn tiềm ẩn, thiết lập thiết chế trung gian và tăng cường chia sẻ hiểu biết lẫn nhau sẽ là chìa khóa để định hướng mối quan hệ này phát triển hài hòa, cộng sinh và bền vững.

3.2.4.3. Nguyên nhân của các xung đột trong quan hệ lợi ích giữa cộng đồng và khách du lịch

Quan hệ giữa cộng đồng địa phương và khách du lịch trong phát triển du lịch cộng đồng tại Lào Cai, dù mang tính tương hỗ về mặt lợi ích, nhưng trên thực tế đang tiềm ẩn nhiều xung đột. Những mâu thuẫn này bắt nguồn từ sự khác biệt văn hóa, chênh lệch kỳ vọng và sự thiếu hoàn thiện của thiết chế trung gian. Dựa trên khảo sát và phỏng vấn sâu tại các địa bàn Sa Pa, Bắc Hà, Bảo Yên và Bát Xát, có thể hệ thống hóa ba nhóm nguyên nhân chính gây ra xung đột như sau:

Thứ nhất, khác biệt văn hóa và hệ giá trị. Đây là nguyên nhân nền tảng, tạo điều kiện cho các xung đột biểu hiện bề mặt. Cộng đồng các dân tộc H'Mông, Dao, Tày, Giáy tại các điểm du lịch cộng đồng thường gắn bó với hệ giá trị truyền thống đề cao sự kín đáo, cộng đồng, và tính linh thiêng của không gian sống. Trong khi đó, du khách - đặc biệt là người trẻ từ đô thị và khách quốc tế - lại mang theo phong cách sống cá nhân hóa, xu hướng trải nghiệm nhanh, thể hiện bản thân mạnh mẽ.

Theo lý thuyết xung đột xã hội của Lewis Coser (1956), khi hai nhóm có giá trị đối lập phải tương tác trong không gian chung mà thiếu cơ chế trung gian, xung

đột là tất yếu. Tại Lào Cai, các hành vi như chụp ảnh trẻ em không xin phép, đụng chạm đồ thiêng, hoặc biểu hiện tình cảm nơi công cộng - tuy bình thường ở đô thị - lại bị cộng đồng xem là thiếu tế nhị, thậm chí xúc phạm. Việc thiếu giao tiếp liên văn hóa từ cả hai phía khiến nhiều hành vi dễ bị hiểu nhầm, dẫn đến phản ứng tiêu cực và tạo khoảng cách giữa hai bên.

Thứ hai, hạn chế trong năng lực tổ chức dịch vụ của cộng đồng. Một nguyên nhân khác dẫn đến xung đột là sự lệch pha giữa kỳ vọng của du khách và khả năng cung ứng của cộng đồng. Nhiều người dân làm du lịch nhưng chưa được đào tạo bài bản, thiếu kỹ năng phục vụ, chưa nắm rõ quy trình quản lý chất lượng. Hệ quả là dịch vụ homestay thiếu vệ sinh, thái độ phục vụ không chuyên nghiệp, và bất đồng ngôn ngữ gây khó khăn trong giao tiếp.

Khi khách du lịch không hài lòng, họ thường phản ánh qua mạng xã hội - nơi có tính lan truyền cao. Một số vụ việc như phản ánh về homestay tại Tả Van hoặc tình trạng “chặt chém” tại chợ phiên Bắc Hà là những ví dụ điển hình cho thấy chỉ một trải nghiệm tiêu cực cũng có thể ảnh hưởng đến uy tín điểm đến. Về phía cộng đồng, phản hồi tiêu cực từ khách lại dễ bị hiểu là xúc phạm, khiến người dân e dè hoặc phản ứng thiếu chuyên nghiệp, từ đó làm gia tăng khoảng cách trong quan hệ tiếp xúc.

Thứ ba, thiếu cơ chế điều tiết lợi ích và phản hồi hiệu quả. Một điểm yếu cốt lõi trong quản trị quan hệ cộng đồng - khách du lịch là sự thiếu vắng thiết chế trung gian văn hóa. Hiện nay, phần lớn các điểm du lịch cộng đồng ở Lào Cai chưa có bộ quy tắc ứng xử rõ ràng, các nhóm hướng dẫn viên cộng đồng hoạt động rời rạc, và cơ chế phản hồi hai chiều chưa được thiết lập. Khi xảy ra sự cố, du khách không biết phản ánh với ai, còn người dân cũng không biết nhờ ai giải quyết.

Chính quyền địa phương chủ yếu làm công tác hành chính, chưa phát huy vai trò “trọng tài văn hóa” hay điều phối lợi ích. Các hội đồng du lịch cộng đồng hoặc ban quản lý điểm đến nếu có cũng mới chỉ dừng lại ở mô hình hình thức, thiếu thẩm quyền xử lý các tình huống mâu thuẫn thực tiễn. Điều này khiến các xung đột nhỏ dễ bị tích tụ, dồn nén hoặc lan truyền tiêu cực trên không gian mạng, gây tổn hại đến hình ảnh điểm đến và làm suy yếu tính bền vững của du lịch cộng đồng.

Ba nhóm nguyên nhân - khác biệt giá trị, chênh lệch năng lực cung ứng, và thiếu thiết chế điều tiết - không tồn tại riêng rẽ mà tương tác, khuếch đại lẫn nhau, hình thành ma trận xung đột trong quan hệ lợi ích giữa cộng đồng và khách du lịch. Để giải quyết triệt để, cần thiết lập một cơ chế phối hợp toàn diện: nâng cao năng lực dịch vụ cho cộng đồng, phổ biến kiến thức liên văn hóa cho du khách, và phát triển các thiết chế trung gian làm cầu nối hòa giải lợi ích giữa các bên. Đây là nền tảng thiết yếu cho một mô hình du lịch cộng đồng bền vững, hài hòa và có trách nhiệm tại Lào Cai.

3.2.4.4. Tác động của quan hệ lợi ích đến chất lượng phát triển du lịch cộng đồng

Mối quan hệ lợi ích giữa cộng đồng và khách du lịch, nếu được thiết kế hài hòa, có thể tạo ra các giá trị cộng sinh (symbiotic value) như: tăng thu nhập cho hộ dân, duy trì bản sắc văn hóa, nâng cao nhận thức bảo vệ môi trường, và kéo dài vòng đời của điểm đến. Tuy nhiên, nếu xung đột không được nhận diện và giải quyết, những hệ quả tiêu cực sẽ xuất hiện như: suy giảm chất lượng trải nghiệm, giảm khả năng quay lại của du khách, tổn hại hình ảnh điểm đến, và nguy cơ biến du lịch cộng đồng thành mô hình khai thác thương mại thiếu bền vững.

Trong giai đoạn từ 2019-2024, mặc dù tỷ lệ khách quay lại và đánh giá tổng thể còn tích cực, nhưng mức độ hài lòng về các dịch vụ do cộng đồng cung cấp chưa ổn định, phản ánh qua sự phân hóa trong đánh giá các yếu tố như vệ sinh, thái độ phục vụ, và sự thân thiện văn hóa. Những biểu hiện này là dấu hiệu cho thấy cần điều chỉnh mối quan hệ lợi ích này theo hướng chuyên nghiệp hóa và gắn kết hơn giữa cộng đồng - khách - chính quyền địa phương.

3.2.5. Thực trạng quan hệ lợi ích giữa doanh nghiệp và khách du lịch trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai

3.2.5.1. Mối quan hệ lợi ích giữa doanh nghiệp và khách du lịch trong phát triển du lịch cộng đồng

Khác với mối quan hệ giữa cộng đồng địa phương và khách du lịch vốn thiên về tương tác trực tiếp, đậm màu sắc văn hóa và cảm xúc, mối quan hệ giữa doanh nghiệp và khách du lịch trong du lịch cộng đồng mang tính chuyên nghiệp, có tính

chất giao dịch thị trường rõ rệt và chịu sự điều chỉnh bởi ba yếu tố: (i) mức độ phù hợp giữa sản phẩm cung ứng và nhu cầu thực tế; (ii) độ tin cậy trong trao đổi và phản hồi; và (iii) tính nhất quán trong trải nghiệm từ quảng bá đến thực tế.

Tại tỉnh Lào Cai, doanh nghiệp tham gia phát triển du lịch cộng đồng có thể chia thành ba nhóm chính: (1) các công ty lữ hành (inbound và nội địa); (2) các cơ sở dịch vụ du lịch phụ trợ (lưu trú, vận chuyển, ăn uống, tổ chức sự kiện, hướng dẫn viên); và (3) các đơn vị khởi nghiệp - đổi mới sáng tạo (startup du lịch trải nghiệm, nền tảng số...). Dù khác nhau về quy mô, năng lực tổ chức và phạm vi hoạt động, song các doanh nghiệp này đều có điểm chung là đóng vai trò dẫn dắt hành vi tiêu dùng của khách du lịch thông qua việc thiết kế, định hình và phân phối sản phẩm du lịch cộng đồng.

Theo kết quả khảo sát khách du lịch đến Sa Pa, Bắc Hà, Bảo Yên và Bát Xát, có tới 61,7% khách lựa chọn sử dụng dịch vụ thông qua doanh nghiệp lữ hành, trong đó nhóm khách quốc tế chiếm tỷ lệ cao nhất (78,4%), kể đến là khách từ các đô thị lớn như Hà Nội, TP.Hồ Chí Minh. Trong khi đó, 24,6% khách đặt dịch vụ qua các nền tảng số như Booking, Traveloka, Facebook, còn lại chỉ 13,7% khách đến trực tiếp và tự mua dịch vụ tại chỗ. Những con số này cho thấy vai trò chi phối đáng kể của doanh nghiệp trong việc tiếp cận và định hướng lựa chọn điểm đến cho du khách.

Mặt khác, theo khảo sát doanh nghiệp đang hoạt động trong lĩnh vực tổ chức tour và dịch vụ du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh, hơn 73% doanh nghiệp xác định “mức độ hài lòng của khách hàng” là tiêu chí quan trọng nhất trong việc duy trì hoạt động kinh doanh, trong khi chỉ 46% nhấn mạnh yếu tố “chi phí tổ chức” hay “lợi nhuận ròng”. Điều này cho thấy xu hướng chuyển dịch từ mục tiêu lợi nhuận ngắn hạn sang hướng tiếp cận bền vững hơn, lấy trải nghiệm khách hàng làm trung tâm.

Kết quả khảo sát đồng thời cho thấy, mức độ đánh giá trung bình về mối quan hệ giữa doanh nghiệp và khách du lịch đạt 3,91/5 từ phía doanh nghiệp, và 3,61/5 từ phía khách du lịch, phản ánh mức độ hài lòng tương đối tích cực của cả hai nhóm. Tuy nhiên, sự chênh lệch 0,3 điểm này cũng cho thấy có độ vênh trong cảm nhận và kỳ vọng.

Khách du lịch thường đánh giá cao tính chuyên nghiệp của doanh nghiệp trong các khâu như: tổ chức tour bài bản, thông tin minh bạch, dịch vụ vận chuyển an toàn, hỗ trợ kịp thời. Các yếu tố được khách đánh giá cao nhất gồm: “Thái độ phục vụ” (ĐTB = 4.02), “Tính kịp thời trong xử lý sự cố” (ĐTB = 3.89), và “Sự tiện lợi khi đặt dịch vụ” (ĐTB = 3.85). Tuy nhiên, các điểm yếu cũng được khách chỉ ra, như: “Không gian trải nghiệm thực tế không giống mô tả” (ĐTB = 3.22), “Thiếu thông tin về văn hóa địa phương” (ĐTB = 3.15), và “Sự thiếu kết nối giữa doanh nghiệp và cộng đồng bản địa” (ĐTB = 3.07).

Từ phía doanh nghiệp, hơn 58% đơn vị được khảo sát cho rằng “đáp ứng kỳ vọng của khách” là thách thức lớn nhất, đặc biệt với nhóm khách có thu nhập cao hoặc khách nước ngoài. Một doanh nghiệp tại thị xã Sa Pa chia sẻ: “Du khách kỳ vọng rất nhiều về trải nghiệm văn hóa nguyên bản, nhưng họ cũng muốn tiện nghi, an toàn, không ồn ào. Việc dung hòa các yếu tố này không hề đơn giản, nhất là khi cơ sở hạ tầng cộng đồng còn yếu”.

Mặc dù mối quan hệ giữa doanh nghiệp và khách du lịch phần lớn diễn ra trong khuôn khổ giao dịch thị trường, song khi phân tích sâu các tình huống điển hình, có thể nhận diện một số khác biệt lợi ích tiềm ẩn:

Khách hàng mong đợi trải nghiệm "thật" - Doanh nghiệp cung ứng trải nghiệm "an toàn hóa": Một phần doanh nghiệp, để tránh rủi ro và dễ tổ chức, đã “tiêu chuẩn hóa” dịch vụ du lịch cộng đồng theo hướng cố định hóa các hoạt động như múa, nấu ăn, làm thủ công... khiến khách cảm thấy thiếu sự chân thực, mang tính trình diễn.

Khách hàng muốn tương tác với cộng đồng - Doanh nghiệp tổ chức trung gian hóa: Nhiều tour ghép đoàn hoặc tour theo lịch trình chặt chẽ không cho phép khách tự do khám phá hay tiếp xúc sâu với người dân bản địa. Điều này làm giảm tính trải nghiệm cá nhân hóa - một trong những động lực chính khi du khách lựa chọn du lịch cộng đồng.

Khách hàng đòi hỏi minh bạch và linh hoạt - Doanh nghiệp áp dụng chính sách cứng nhắc: Không ít doanh nghiệp sử dụng chính sách hủy tour, đổi lịch, phản

hồi khiếu nại thiếu linh hoạt, khiến khách cảm thấy bị động và không được tôn trọng quyền lợi tiêu dùng.

Trước sức ép cạnh tranh và xu hướng tiêu dùng du lịch mới sau đại dịch COVID-19, ngày càng nhiều doanh nghiệp ở Lào Cai bắt đầu đầu tư cho “du lịch cộng đồng có trách nhiệm”. Theo báo cáo của Sở Du lịch tỉnh Lào Cai năm 2023, có gần 40 doanh nghiệp đã tham gia vào chương trình đào tạo phát triển du lịch bền vững, trong đó 17 đơn vị tích cực hợp tác với cộng đồng để đồng thiết kế sản phẩm, chia sẻ doanh thu và thực hiện trách nhiệm xã hội.

Tuy nhiên, để mối quan hệ giữa doanh nghiệp và khách du lịch trong du lịch cộng đồng thực sự là mối quan hệ tương hỗ tích cực, cần thiết lập một khung tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ, đồng thời xây dựng cơ chế phản hồi hai chiều - nơi doanh nghiệp không chỉ tiếp nhận mà còn học hỏi từ đánh giá của khách, còn khách du lịch được tiếp cận thông tin minh bạch, có kênh bảo vệ quyền lợi rõ ràng, góp phần nâng cao giá trị sử dụng và giá trị tinh thần của sản phẩm du lịch cộng đồng.

3.2.5.2. Xung đột lợi ích giữa doanh nghiệp và khách du lịch

Trong chuỗi giá trị du lịch cộng đồng, mối quan hệ giữa doanh nghiệp và khách du lịch mang tính thị trường rõ nét, nhưng không vì thế mà hoàn toàn hài hòa. Trên thực tế, sự khác biệt trong mục tiêu, kỳ vọng và năng lực cung ứng giữa hai bên đã và đang sản sinh nhiều mâu thuẫn tiềm ẩn. Mặc dù chưa bộc lộ thành xung đột nghiêm trọng trên diện rộng, nhưng các dấu hiệu bất đồng, thiếu nhất quán trong trải nghiệm và sự giảm sút niềm tin của khách du lịch đã đặt ra yêu cầu cấp thiết phải đánh giá lại mức độ tương tác, điều phối và điều chỉnh lợi ích giữa hai bên.

Kết quả khảo sát được thể hiện trong Câu 3 - Bảng Phụ lục 6 cho thấy, cả doanh nghiệp và khách du lịch đều đánh giá xung đột giữa hai bên chỉ ở mức trung bình - thấp, với điểm trung bình lần lượt là 3.36 (doanh nghiệp) và 3.32 (khách du lịch). Tuy nhiên, điều đáng chú ý là ở hầu hết các nhóm biểu hiện cụ thể, khách du lịch đều đánh giá mức độ xung đột cao hơn so với doanh nghiệp, phản ánh độ vênh trong nhận thức giữa hai bên.

Sự bất cân xứng này phần nào lý giải vì sao nhiều doanh nghiệp cho rằng dịch vụ của họ “vẫn ổn”, trong khi khách hàng lại có những phàn nàn trên các nền

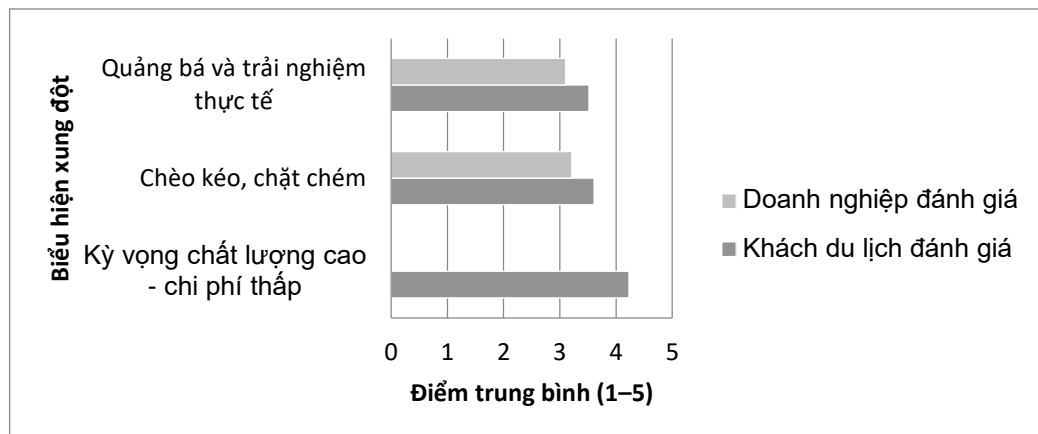
tăng số, hoặc không quay lại điểm đến. Khoảng cách trong đánh giá này cũng cho thấy, doanh nghiệp chưa thực sự nắm bắt đầy đủ kỳ vọng của khách hàng, hoặc chưa có cơ chế lắng nghe phản hồi hiệu quả.

Ba loại xung đột lớn nhất trong mối quan hệ doanh nghiệp - khách du lịch. **Một là**, mâu thuẫn giữa kỳ vọng “chất lượng cao - chi phí thấp” là dạng xung đột được đánh giá cao nhất, với điểm trung bình lên tới 4.23 từ phía khách du lịch - mức cao nhất trong toàn bộ các loại mâu thuẫn khảo sát. Nhiều khách kỳ vọng sản phẩm DLCĐ phải vừa mang tính trải nghiệm nguyên bản, vừa được tổ chức chuyên nghiệp, tiện nghi và an toàn, nhưng vẫn có giá “phù hợp với cộng đồng” hoặc “rẻ hơn du lịch đô thị”. Tuy nhiên, doanh nghiệp lại đang đối mặt với chi phí tổ chức tour khá cao do phải đầu tư vào dịch vụ địa phương, đảm bảo vận chuyển đến vùng sâu, vùng xa, đồng thời hỗ trợ cộng đồng duy trì hoạt động. Điều này tạo ra mâu thuẫn khi khách đòi hỏi giá thấp trong khi chi phí thực tế lại cao, buộc doanh nghiệp phải cắt giảm chi tiết, gây ảnh hưởng đến trải nghiệm thực tế; **Hai là**, tình trạng “chè kéo” và “chặt chém” tại một số điểm du lịch cộng đồng - đặc biệt tại các khu vực đông khách như bản Cát Cát, Tả Van (Sa Pa), chợ phiên Bắc Hà, Lũng Khấu Nhín (Mường Khương) - đã được phản ánh mạnh mẽ từ phía khách du lịch, với **điểm trung bình 3.61**, trong khi doanh nghiệp đánh giá ở mức thấp hơn đáng kể (3.21). Nguyên nhân chủ yếu là do doanh nghiệp thường chỉ tập trung tổ chức tour chính, bỏ ngỏ các khâu phụ trợ như điểm dừng chân, vệ sinh công cộng, hàng rong và phương tiện di chuyển ngắn tuyến (xe ôm, xe điện). Một khi khách bị làm phiền, mất tiền oan hoặc không được hướng dẫn kịp thời, họ quy trách nhiệm chung cho toàn bộ trải nghiệm, ảnh hưởng đến hình ảnh của cả doanh nghiệp tổ chức. Doanh nghiệp trong khi đó lại xem đây là “vấn đề của cộng đồng”, tạo ra lỗ hổng trong phối hợp trách nhiệm; **Ba là**, chênh lệch giữa quảng bá và trải nghiệm thực tế cũng là một nguyên nhân gây mâu thuẫn phổ biến. Điểm trung bình đánh giá từ phía khách là **3.52**, trong khi doanh nghiệp chỉ đánh giá ở mức **3.10**. Không ít doanh nghiệp lữ hành sử dụng hình ảnh được “trang trí” quá mức, lời quảng cáo quá hấp dẫn như “ăn cơm cùng người dân”, “ngủ giữa ruộng bậc thang”, nhưng trên thực tế là ăn tại nhà ăn tập thể, ngủ trong homestay kiểu khách sạn.

Sự chênh lệch này gây ra cảm giác bị “mua nhầm sản phẩm” hoặc bị lừa dối nhẹ trong cảm nhận của khách, làm giảm niềm tin và khả năng quay lại. Đây cũng là một dạng “xung đột cảm xúc” - khó đo lường nhưng có tác động sâu đến hành vi tiêu dùng.

Qua các buổi phỏng vấn sâu với khách du lịch và đại diện doanh nghiệp tổ chức tour du lịch cộng đồng, có thể nhận diện một số xung đột tiềm ẩn mang tính hệ thống: i) Khách du lịch cho rằng doanh nghiệp “thiếu chân thành”, “thiếu trung thực” khi không nói rõ trước những điều kiện thực tế tại bản (thiếu wifi, nhà vệ sinh ngoài trời, không có máy nước nóng...); 2i) Doanh nghiệp phản ánh khách “quá kỳ vọng” vào một chuyến đi “vừa nguyên bản vừa tiện nghi”, nhưng lại không chấp nhận sự chậm trễ, đơn giản trong cách phục vụ tại vùng sâu; 3i) Một số khách yêu cầu “cá nhân hóa” tour, nhưng không muốn chi thêm tiền, trong khi doanh nghiệp khó bố trí nhân lực riêng cho từng trường hợp, đặc biệt tại vùng thiếu hướng dẫn viên địa phương.

Những phản hồi trên cho thấy xung đột không chỉ nằm ở nội dung dịch vụ, mà còn ở “tư duy tiếp cận du lịch”, khi khách du lịch tiêu dùng du lịch cộng đồng với tâm thế trải nghiệm cao, còn doanh nghiệp tổ chức với tâm thế kinh doanh thực dụng, thiếu linh hoạt.



Biểu đồ 3.7: Mức độ xung đột lợi ích giữa doanh nghiệp và khách du lịch

Tóm lại, xung đột giữa doanh nghiệp và khách du lịch trong du lịch cộng đồng tại Lào Cai, xét trên bề mặt, vẫn ở mức kiểm soát được, nhưng những khác biệt trong đánh giá, nhận thức và phản ứng cho thấy nhiều mâu thuẫn tiềm ẩn đang

bị dồn nén. Mối quan hệ này có nguy cơ rạn nứt khi không có cơ chế điều chỉnh minh bạch, đặc biệt trong bối cảnh mạng xã hội và các nền tảng du lịch số đang trở thành công cụ phản ánh chủ đạo của khách hàng. Vì vậy, để xây dựng quan hệ doanh nghiệp - khách du lịch bền vững trong du lịch cộng đồng, cần thiết: Áp dụng bộ quy tắc minh bạch hóa thông tin dịch vụ, yêu cầu doanh nghiệp công khai chi tiết nội dung tour, điều kiện homestay, mức độ tương tác văn hóa; Xây dựng cơ chế phản hồi hai chiều bắt buộc, trong đó mỗi doanh nghiệp phải có tổ chức tiếp nhận phản ánh khách hàng, có xử lý nhanh và công khai trên nền tảng số; Đào tạo doanh nghiệp thực hành du lịch có trách nhiệm, khuyến khích đưa văn hóa bản địa vào sản phẩm một cách chân thực, thay vì sân khấu hóa. Chỉ khi doanh nghiệp lấy khách hàng làm trung tâm thực sự, còn khách hàng tiếp cận du lịch cộng đồng với tinh thần hiểu - chấp nhận - đồng hành, thì mối quan hệ này mới thực sự trở thành động lực cho phát triển bền vững của du lịch cộng đồng.

3.2.5.3. Nguyên nhân của xung đột lợi ích giữa doanh nghiệp và khách du lịch

Xung đột lợi ích giữa doanh nghiệp và khách du lịch trong phát triển du lịch cộng đồng tại Lào Cai không chỉ là kết quả tức thời của các va chạm trong quá trình cung ứng - tiêu dùng dịch vụ, mà là biểu hiện của những khác biệt sâu xa về mục tiêu, tư duy tiếp cận, năng lực thực hiện và cơ chế điều tiết mối quan hệ giữa các chủ thể. Trên cơ sở phân tích kết quả khảo sát định lượng và phỏng vấn định tính, có thể hệ thống hóa ba nhóm nguyên nhân chính dẫn đến xung đột giữa doanh nghiệp và khách du lịch như sau:

(i) Chênh lệch giữa kỳ vọng của khách du lịch và năng lực đáp ứng của doanh nghiệp. Đây là nhóm nguyên nhân cơ bản và phổ biến nhất dẫn đến những mâu thuẫn trong quá trình trải nghiệm du lịch cộng đồng. Khảo sát khách du lịch tại Sa Pa, Bắc Hà, Bát Xát và Bảo Yên cho thấy, hơn 72% số người được hỏi cho rằng trải nghiệm thực tế không hoàn toàn tương xứng với mô tả trên website, brochure hoặc giới thiệu của nhân viên tư vấn. Đặc biệt, nhóm khách quốc tế và khách đô thị có thu nhập cao có xu hướng đặt kỳ vọng cao về cả khía cạnh vật chất (tiện nghi, vệ sinh, an toàn) lẫn tinh thần (tính chân thực, cảm xúc văn hóa).

Tuy nhiên, năng lực tổ chức của các doanh nghiệp vừa và nhỏ - vốn chiếm tỷ

lệ áp đảo trong lĩnh vực du lịch cộng đồng tại Lào Cai - còn nhiều hạn chế. Theo khảo sát doanh nghiệp lữ hành và dịch vụ, chỉ 28% có bộ phận nghiên cứu thị trường hoặc chuyên trách chăm sóc khách hàng, trong khi gần 60% hoạt động theo hình thức tự phát, thiếu quy trình chuẩn hóa dịch vụ. Nhiều tour được tổ chức mà không có khảo sát trước, thiếu cập nhật thông tin thời tiết, đường sá hoặc phong tục bản địa. Một số doanh nghiệp xây dựng nội dung tour mang tính mô tả chung chung như “giao lưu với đồng bào dân tộc”, “ăn tối cùng người dân”, nhưng không có kế hoạch cụ thể, khiến khách hàng thất vọng khi đến nơi.

Sự chênh lệch này phản ánh xung đột mang tính cơ cấu - tức là giữa kỳ vọng tiêu dùng (consumer expectation) và năng lực đáp ứng (provider capacity). Trong bối cảnh khách du lịch ngày càng tiêu dùng theo hướng “trải nghiệm cao - phản hồi nhanh”, còn doanh nghiệp chưa theo kịp tốc độ chuyển biến, thì sự đổ vỡ niềm tin là điều khó tránh khỏi nếu không có cải tiến dịch vụ tương thích.

(ii) Mâu thuẫn giữa mục tiêu lợi nhuận ngắn hạn của doanh nghiệp và nhu cầu giá trị lâu dài của khách du lịch. Một nguyên nhân nữa dẫn đến xung đột là sự khác biệt trong mục tiêu phát triển. Trong khi khách du lịch - đặc biệt là nhóm trung lưu và khách quốc tế - tìm kiếm giá trị trải nghiệm lâu dài, mang tính giáo dục và cảm xúc, thì nhiều doanh nghiệp lại chạy theo lợi nhuận ngắn hạn, bán tour giá rẻ, tổ chức nhanh, cắt giảm chi phí không thông báo.

Kết quả khảo sát cho thấy, 43% khách du lịch từng trải nghiệm du lịch cộng đồng cho rằng họ cảm thấy “bị thương mại hóa”, tức là thay vì được hòa nhập thực sự với cộng đồng, họ chỉ tham gia vào các “gói trải nghiệm” được dựng sẵn như biểu diễn múa, nấu ăn, học thêu... theo cách thức nhàm chán và lặp lại. Một số khách phàn nàn rằng “mỗi nơi đến đều giống nhau, chỉ thay đổi tên gọi bản làng”.

Ngược lại, nhiều doanh nghiệp cho rằng, để duy trì lợi nhuận và giá thành cạnh tranh, họ buộc phải lược bỏ các khâu tốn kém như mời nghệ nhân thật, tổ chức nghi lễ, thuê hướng dẫn viên địa phương... và thay vào đó bằng các tiết mục ngắn, người biểu diễn kiêm nhiều vai trò. Điều này làm mất đi bản sắc thực sự của du lịch cộng đồng, dẫn đến tình trạng phi văn hóa hóa trong du lịch - một dạng xung đột giữa “tính thị trường” và “tính văn hóa” trong sản phẩm du lịch.

Mâu thuẫn này được củng cố bởi kết quả phỏng vấn 12 doanh nghiệp, trong đó 8 đơn vị thừa nhận phải hy sinh yếu tố nguyên bản để đáp ứng số lượng lớn khách và thời gian ngắn. Điều này một mặt cho thấy tính thực dụng trong quản trị du lịch của doanh nghiệp, mặt khác cũng là hệ quả của áp lực cạnh tranh trong điều kiện thiếu hướng dẫn chính sách và mô hình mẫu về phát triển du lịch cộng đồng bền vững.

(iii) Thiếu cơ chế phản hồi minh bạch và kênh xử lý tranh chấp hiệu quả. Khác với các loại hình du lịch đại trà, du lịch cộng đồng diễn ra ở quy mô nhỏ, phân tán theo địa bàn và thường thiếu hệ thống giám sát, phản hồi chuyên nghiệp. Theo kết quả khảo sát, chỉ 11,2% khách du lịch cho biết họ được cung cấp thông tin về kênh phản ánh chính thức khi xảy ra sự cố. Trong khi đó, gần 68% chọn phản ánh qua nền tảng số như Facebook, Google Maps, TripAdvisor... mà không gửi tới doanh nghiệp hoặc cơ quan quản lý.

Tình trạng này dẫn đến hai hệ lụy lớn: một là khách hàng không được giải tỏa thỏa đáng nên tiếp tục đánh giá tiêu cực, làm xấu hình ảnh điểm đến; hai là doanh nghiệp không biết lý do khách hàng rời bỏ hoặc không hài lòng, dẫn đến tình trạng “cung tiếp tục lệch cầu”. Việc thiếu thiết chế trung gian giải quyết mâu thuẫn - như tổ tư vấn cộng đồng, hội đồng du lịch xã hoặc bộ phận chăm sóc khách hàng chuyên trách - khiến các mâu thuẫn nhỏ có thể phát triển thành khủng hoảng truyền thông.

Phỏng vấn một số doanh nghiệp lữ hành nhỏ cho thấy, nhiều đơn vị thậm chí không theo dõi các đánh giá trực tuyến, không có nhân sự trả lời phản hồi, hoặc xem nhẹ những ý kiến tiêu cực từ phía khách. Trong khi đó, khách du lịch hiện đại - nhất là thế hệ Millennials và Gen Z - lại có xu hướng “chăm điểm điểm đến” dựa trên trải nghiệm cá nhân, coi đánh giá online là chỉ dấu uy tín. Sự mất cân bằng này không chỉ dẫn tới xung đột về thông tin, mà còn làm giảm sự gắn bó dài hạn giữa khách du lịch và doanh nghiệp.

Như vậy, ba nhóm nguyên nhân nói trên - gồm chênh lệch kỳ vọng, mâu thuẫn mục tiêu và thiếu cơ chế phản hồi - là các “nhân tố rễ” làm phát sinh và duy trì xung đột trong quan hệ lợi ích giữa doanh nghiệp và khách du lịch trong du lịch

cộng đồng tại Lào Cai. Mặc dù có thể chưa bùng phát thành khủng hoảng, nhưng các xung đột này đang âm thầm làm xói mòn niềm tin, giảm sút khả năng quay lại và chia sẻ của khách hàng, ảnh hưởng đến tính bền vững và khả năng cạnh tranh của mô hình du lịch cộng đồng.

3.2.5.4. Đánh giá chung quan hệ lợi ích giữa doanh nghiệp và khách du lịch trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai và những vấn đề đặt ra

Quan hệ lợi ích giữa doanh nghiệp và khách du lịch trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai là mối quan hệ có tính thị trường rõ rệt, được định hình bởi quy luật cung - cầu, nhưng đồng thời cần được điều tiết bởi đạo đức kinh doanh, trách nhiệm xã hội và mục tiêu phát triển bền vững. Khi doanh nghiệp chạy theo lợi nhuận ngắn hạn, còn khách hàng kỳ vọng trải nghiệm "chân thực nhưng tiện nghi", thì xung đột là tất yếu nếu thiếu cơ chế phối hợp và phản hồi hiệu quả.

Thực tế cho thấy, doanh nghiệp có vai trò quan trọng trong việc kết nối khách du lịch với cộng đồng - nhưng nếu không làm tốt khâu bảo đảm chất lượng và không đầu tư vào nội dung trải nghiệm, thì sẽ đánh mất niềm tin - nguồn lực chiến lược trong mô hình du lịch cộng đồng. Về phía khách du lịch, nếu không có định hướng tiêu dùng văn minh, thực tế, và thiếu hiểu biết về đặc thù văn hóa bản địa, thì kỳ vọng quá cao cũng tạo áp lực và dẫn đến thất vọng không cần thiết.

Do đó, trong giai đoạn tới, cần xây dựng bộ quy chuẩn về chất lượng dịch vụ du lịch cộng đồng, kết hợp với cơ chế kiểm soát, phản hồi và minh bạch hóa thông tin giữa các bên. Vai trò của chính quyền và hiệp hội du lịch địa phương cần được củng cố để đảm bảo sự hài hòa lợi ích, bảo vệ quyền lợi khách du lịch, đồng thời hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao năng lực và gắn kết với cộng đồng địa phương trong dài hạn.

3.2.6. Thực trạng quan hệ lợi ích giữa doanh nghiệp và cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai

3.2.6.1. Mối quan hệ lợi ích doanh nghiệp - cộng đồng trong phát triển du lịch cộng đồng

Việc phối hợp hài hòa giữa doanh nghiệp và cộng đồng là điều kiện cần để tạo ra sản phẩm du lịch vừa hấp dẫn thị trường, vừa gắn kết văn hóa - bản sắc địa phương. Doanh nghiệp có thể giúp cộng đồng định vị thương hiệu, tổ chức chuỗi

dịch vụ khép kín, mở rộng mạng lưới truyền thông và tiếp cận khách hàng. Ngược lại, cộng đồng cung cấp chất liệu văn hóa, không gian sinh hoạt truyền thống, lực lượng lao động tại chỗ và trải nghiệm bản địa - những yếu tố cấu thành linh hồn của sản phẩm du lịch cộng đồng. Khi quan hệ này bị bóp méo bởi mục tiêu lợi nhuận đơn phương, hoặc khi doanh nghiệp can thiệp quá sâu vào không gian xã hội của cộng đồng mà không có cơ chế đồng thuận, sẽ dẫn đến sự mất cân bằng, gây tổn hại niềm tin, làm giảm động lực tham gia của cộng đồng - vốn là yếu tố sống còn của mô hình du lịch cộng đồng.

Kết quả khảo sát tại bốn huyện có hoạt động du lịch cộng đồng điển hình ở Lào Cai - gồm Sa Pa, Bắc Hà, Bát Xát và Bảo Yên - cho thấy mối quan hệ doanh nghiệp - cộng đồng được đánh giá tích cực ở bề mặt, nhưng còn tồn tại nhiều bất cập về chiều sâu hợp tác, tính bền vững và cơ chế chia sẻ lợi ích. Theo kết quả khảo sát định lượng (Biểu đồ Câu 1 - Phụ lục 6), doanh nghiệp đánh giá mối quan hệ với cộng đồng ở mức khá tốt, với điểm trung bình (ĐTB) là 3.91, trong khi cộng đồng địa phương chỉ đánh giá ở mức trung bình - thấp, với ĐTB 3.36. Sự chênh lệch 0.55 điểm này cho thấy khoảng cách không nhỏ trong nhận thức giữa hai bên về bản chất và chất lượng của quan hệ hợp tác.

Từ phía cộng đồng địa phương, kết quả khảo sát 420 hộ dân tại các điểm du lịch cộng đồng cho thấy một tỷ lệ đáng kể ghi nhận những đóng góp tích cực của doanh nghiệp. Cụ thể: 62,1% người dân cho rằng doanh nghiệp góp phần cải thiện hạ tầng du lịch, như đường vào bản, hệ thống điện, nước sạch và biển chỉ dẫn du lịch; 56,4% hộ đánh giá doanh nghiệp giúp tạo việc làm tại chỗ, trong đó lao động chủ yếu là hướng dẫn viên bản địa, phục vụ nhà hàng, bán hàng lưu niệm, làm thủ công truyền thống và biểu diễn nghệ thuật dân gian; 48,7% hộ ghi nhận việc doanh nghiệp hỗ trợ truyền thông, quảng bá hình ảnh điểm đến và sản phẩm truyền thống của cộng đồng, đặc biệt là qua các nền tảng số, mạng xã hội và sàn thương mại điện tử du lịch.

Tuy nhiên, khi đi sâu vào cơ cấu phân phối lợi ích và quyền tham gia của cộng đồng trong chuỗi cung ứng dịch vụ, kết quả khảo sát lại bộc lộ nhiều bất cân xứng. Chỉ 29,5% người dân cho rằng họ có quyền tham gia ý kiến vào quá trình tổ

chức tour hoặc hoạt động của doanh nghiệp, trong khi 54,3% cảm thấy bị động, chỉ biết thông tin khi doanh nghiệp đã triển khai. Đặc biệt, chỉ 17,2% hộ dân được doanh nghiệp ký hợp đồng rõ ràng về quyền lợi - trách nhiệm khi tham gia cung ứng dịch vụ, số còn lại làm theo thỏa thuận miệng, hoặc thông qua trung gian mà không nắm được cơ chế phân chia doanh thu.

Cảm nhận về sự công bằng trong chia sẻ lợi ích giữa doanh nghiệp và cộng đồng cũng bộc lộ sự phân hóa rõ rệt: chỉ 35,6% người dân đánh giá “hài lòng” hoặc “rất hài lòng” về mức lợi ích nhận được từ doanh nghiệp, trong khi 42,8% đánh giá “trung bình” và 21,6% cho rằng “bất công” hoặc “rất bất công”. Những người dân cảm thấy bị thiệt thòi nêu lý do: doanh nghiệp được hưởng phần lợi lớn, kiểm soát giá tour, còn người dân chỉ được thuê theo thời vụ, thu nhập bấp bênh và không được bảo vệ khi có sự cố xảy ra với khách du lịch.

Ngược lại, từ phía doanh nghiệp, khảo sát cơ sở lữ hành và tổ chức tour du lịch cộng đồng tại địa bàn cho thấy có 74% đơn vị đánh giá mối quan hệ với cộng đồng là “tốt” hoặc “rất tốt”, trong đó 82% khẳng định đã hỗ trợ cộng đồng về kỹ thuật, đào tạo hoặc quảng bá sản phẩm. Tuy nhiên, cũng có gần 40% doanh nghiệp cho rằng “khó hợp tác với cộng đồng do người dân thiếu chuyên nghiệp, khó phối hợp hoặc không hiểu về du lịch”. Điều này phản ánh rõ sự lệch pha trong nhận thức và kỳ vọng giữa hai phía, khi doanh nghiệp kỳ vọng cộng đồng tuân thủ quy trình thị trường, còn người dân lại mong muốn được tôn trọng phong tục, tập quán và không gian văn hóa riêng.

Mối quan hệ lợi ích doanh nghiệp - cộng đồng trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai hiện tồn tại song song hai mặt: hợp tác - cùng phát triển, và bất cân xứng - tiềm ẩn mâu thuẫn. Bề nổi là sự cộng hưởng lợi ích trong việc khai thác tài nguyên du lịch và tăng thu nhập cho người dân; nhưng bề sâu là sự chênh lệch trong năng lực, quyền thương lượng và mức độ tham gia vào quyết định phân phối lợi ích. Nếu không có các cơ chế trung gian hỗ trợ như ban quản lý cộng đồng, quy chế phối hợp ba bên (chính quyền - doanh nghiệp - dân cư), thì nguy cơ xung đột lợi ích và mất cân bằng quan hệ sẽ ngày càng hiện hữu, ảnh hưởng tiêu cực đến sự bền vững của mô hình du lịch cộng đồng.

3.2.6.2. Xung đột lợi ích quan hệ lợi ích doanh nghiệp - cộng đồng trong phát triển du lịch cộng đồng

Quan hệ giữa doanh nghiệp và cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch cộng đồng, về lý thuyết là một hình thức hợp tác đôi bên cùng có lợi. Tuy nhiên, thực tế tại tỉnh Lào Cai cho thấy, sự chênh lệch về năng lực tổ chức, vị thế thương lượng và khả năng kiểm soát chuỗi giá trị đang khiến mối quan hệ này nảy sinh nhiều xung đột lợi ích. Nếu không được nhận diện và điều tiết kịp thời, các xung đột này sẽ làm suy giảm niềm tin của cộng đồng, ảnh hưởng đến tính bền vững của mô hình du lịch cộng đồng.

Kết quả khảo sát năm 2024 (Biểu đồ 2 - Phụ lục 6) cho thấy sự khác biệt rõ nét giữa nhận thức của doanh nghiệp và cộng đồng: điểm trung bình đánh giá mức độ xung đột của người dân là 3,66, trong khi doanh nghiệp chỉ ở mức 3,03 - chênh lệch 0,63 điểm phản ánh khoảng cách lớn trong quan điểm và kỳ vọng. Ba dạng xung đột điển hình được cộng đồng đánh giá cao nhất gồm:

Thứ nhất, doanh nghiệp gây xáo trộn đời sống và mai một văn hóa bản địa (ĐTB 3,90). Người dân tại các bản như Tả Van, Na Hối phản ánh doanh nghiệp tổ chức tour quá đông, dùng loa đài, ánh sáng, xe cơ giới gây ồn ào, ảnh hưởng nghi lễ truyền thống và sinh hoạt cộng đồng. Nhiều không gian tín ngưỡng như rừng cấm, bàn thờ tổ tiên bị du khách tiếp cận một cách thiếu tôn trọng, làm gia tăng cảm giác bị xúc phạm và mất an toàn văn hóa.

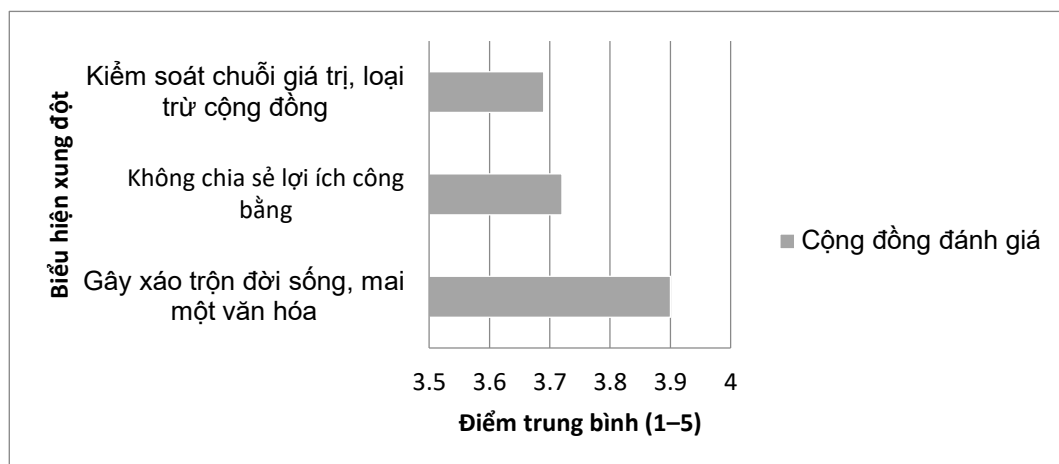
Thứ hai, doanh nghiệp thu lợi nhiều hơn nhưng không chia sẻ công bằng với cộng đồng (ĐTB 3,72). Mặc dù cộng đồng cung cấp dịch vụ ăn uống, lưu trú, biểu diễn, nhưng chỉ một tỷ lệ nhỏ (17%) được ký hợp đồng rõ ràng. Phần lớn được trả công theo ngày, không ổn định và không được chia sẻ doanh thu minh bạch. Điều này khiến người dân cảm thấy bị lệ thuộc, dễ bị thiệt thòi nếu doanh nghiệp thay đổi kế hoạch hoặc có sự cố xảy ra.

Thứ ba, doanh nghiệp kiểm soát chuỗi giá trị và tài nguyên du lịch, đẩy cộng đồng ra ngoài tiến trình ra quyết định (ĐTB 3,69). Doanh nghiệp thường tự định tuyến, tổ chức lễ hội mô phỏng, xây dựng cơ sở vật chất mà không tham vấn cộng đồng. Việc thiếu cơ chế dân chủ trong xây dựng sản phẩm du lịch làm suy yếu vai

trò của người dân - những người sống, gìn giữ và cung cấp không gian văn hóa cho hoạt động du lịch.

Trong khi đó, phía doanh nghiệp lại đánh giá thấp mức độ xung đột. Chỉ 24% thừa nhận có mâu thuẫn đáng kể với cộng đồng, hơn 63% cho rằng quan hệ là “thuận lợi”. Một số doanh nghiệp cho rằng người dân “thiếu hiểu biết du lịch”, các xung đột chỉ mang tính nhất thời, không mang yếu tố hệ thống. Sự sai lệch nhận thức này phản ánh rõ sự thiếu đối thoại thực chất giữa hai bên và tiềm ẩn nguy cơ tích tụ mâu thuẫn.

Ngoài xung đột về lợi ích vật chất, còn tồn tại xung đột biểu tượng về văn hóa. Trong khi cộng đồng muốn bảo tồn không gian sống nguyên bản, doanh nghiệp lại hướng đến tiêu chuẩn hóa sản phẩm du lịch theo thị hiếu thị trường. Một số lễ hội truyền thống bị mô phỏng theo lịch tour, không có sự tham gia của dân bản, dẫn đến phản ứng mạnh từ cộng đồng. Việc “diễn hóa” văn hóa không chỉ làm tổn hại đến bản sắc, mà còn gây rạn nứt niềm tin giữa hai bên.



Biểu đồ 3.8: Mức độ xung đột lợi ích giữa doanh nghiệp và cộng đồng

Như vậy, quan hệ lợi ích doanh nghiệp - cộng đồng trong phát triển du lịch cộng đồng tại Lào Cai đang bị chi phối bởi hai động lực đối lập: tối ưu hóa lợi nhuận từ phía doanh nghiệp và bảo vệ sinh kế - văn hóa từ phía cộng đồng. Khi thiếu cơ chế minh bạch, phân quyền rõ ràng và thiết chế đối thoại hiệu quả, các xung đột nhỏ có thể tích tụ thành khủng hoảng. Khoảng cách nhận thức giữa hai bên - được lượng hóa qua khảo sát - phản ánh một thực trạng cấu trúc: doanh nghiệp có quyền tổ chức và phân phối giá trị, trong khi cộng đồng sở hữu tài nguyên nhưng

không làm chủ được lợi ích phát sinh từ chính không gian sống của mình. Giải pháp không chỉ là điều tiết thu nhập, mà cần tái cấu trúc lại quan hệ hợp tác theo hướng công bằng, có sự tham gia thực chất của cộng đồng vào quá trình hoạch định và vận hành sản phẩm du lịch.

3.2.6.3. Nguyên nhân của xung đột quan hệ lợi ích doanh nghiệp - cộng đồng trong phát triển du lịch cộng đồng

i) Sự bất cân xứng về quyền lực và năng lực thương lượng: Doanh nghiệp có năng lực tiếp cận thị trường, thiết kế tour, tổ chức truyền thông, và kiểm soát phần lớn kênh phân phối khách. Trong khi đó, cộng đồng - đặc biệt là đồng bào dân tộc thiểu số - thiếu kiến thức về thị trường, kỹ năng đàm phán và năng lực tổ chức dịch vụ chuyên nghiệp. Do vậy, trong các thỏa thuận phân chia lợi ích hoặc khai thác tài nguyên du lịch, người dân thường ở thế yếu, chỉ nhận được khoản thù lao nhỏ so với giá trị mà doanh nghiệp thu được từ khách du lịch.

ii) Thiếu cơ chế chia sẻ lợi ích rõ ràng và minh bạch: Hiện chưa có khung pháp lý hoặc quy chế địa phương về việc doanh nghiệp phải tái đầu tư cho cộng đồng, hay chia sẻ lợi nhuận từ khai thác du lịch cộng đồng. Các hoạt động đầu tư của doanh nghiệp thường theo hướng thương lượng trực tiếp với hộ gia đình (cho thuê đất, thuê nhân công...), không thông qua cơ chế cộng đồng hoặc giám sát xã hội. Điều này dẫn đến bất bình đẳng nội bộ, mất đoàn kết, và cảm giác bị gạt ra ngoài của các nhóm yếu thế trong cộng đồng.

iii) Mâu thuẫn giữa bảo tồn văn hóa và mục tiêu lợi nhuận: Doanh nghiệp thường điều chỉnh sản phẩm để đáp ứng nhu cầu thị trường - dẫn đến tình trạng "sân khấu hóa văn hóa", như trình diễn lễ hội, dựng lại nghi lễ truyền thống, hoặc đồng nhất hóa sản phẩm giữa các bản làng. Cộng đồng địa phương lo ngại bản sắc bị thương mại hóa, giá trị tinh thần bị xói mòn. Trong khi doanh nghiệp cho rằng đó là "cần thiết để cạnh tranh", cộng đồng lại thấy đây là biểu hiện của "mất kiểm soát" đối với di sản của chính họ.

3.2.6.4. Đánh giá tổng thể qua hệ lợi ích giữa doanh nghiệp và cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai và những vấn đề đặt ra

Quan hệ lợi ích giữa doanh nghiệp và cộng đồng địa phương trong phát triển

du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai là mối quan hệ phức tạp, mang tính hai mặt rõ nét: vừa hợp tác - cùng phát triển, vừa tiềm ẩn xung đột - mất cân bằng. Mặc dù mối quan hệ này đã góp phần mở rộng cơ hội tiếp cận thị trường, tăng thu nhập cho người dân, nhưng nếu không được điều tiết hợp lý, nó có thể chuyển hóa thành động lực cản trở sự phát triển bền vững của du lịch cộng đồng.

Những vấn đề đặt ra từ thực trạng hiện nay gồm: Cần thiết lập khung pháp lý về hợp tác - chia sẻ lợi ích giữa doanh nghiệp và cộng đồng, có sự tham gia của chính quyền và tổ chức xã hội dân sự; Cần nâng cao năng lực của cộng đồng địa phương về tổ chức dịch vụ, đàm phán, giám sát xã hội, để chủ động hơn trong quan hệ với doanh nghiệp; Cần xây dựng thiết chế trung gian, như ban quản lý du lịch cộng đồng, hiệp hội dân bản, nhằm điều phối lợi ích và phản hồi kịp thời các xung đột; Khuyến khích mô hình doanh nghiệp xã hội - doanh nghiệp có trách nhiệm cộng đồng, gắn lợi nhuận với tái đầu tư vào giáo dục, y tế, môi trường bản địa.

Từ góc nhìn kinh tế chính trị, việc phân phối lại giá trị gia tăng từ du lịch cộng đồng một cách công bằng - minh bạch là điều kiện căn bản để duy trì niềm tin, củng cố động lực tham gia của cộng đồng và gìn giữ những yếu tố cấu thành bản sắc du lịch. Nếu để cho mối quan hệ này phát triển theo hướng bất đối xứng, lợi ích bị tập trung hóa, trong khi trách nhiệm xã hội bị phân tán, thì du lịch cộng đồng sẽ khó có thể trở thành một mô hình phát triển vừa bền vững, vừa bao trùm.

3.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ THỰC TRẠNG QUAN HỆ LỢI ÍCH TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH LÀO CAI

3.3.1. Kết quả đạt được của quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch Lào Cai qua các tiêu chí

Để đánh giá một cách toàn diện và có hệ thống thực trạng quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai, luận án đã xây dựng hệ thống tiêu chí dựa trên các nguyên tắc về công bằng, hài hòa lợi ích, minh bạch trong phân phối, mức độ tham gia của các chủ thể, và tính bền vững của quá trình tái đầu tư cho cộng đồng. Mỗi tiêu chí được cụ thể hóa bằng một hoặc một số chỉ tiêu định lượng, định tính hoặc đếm số lượng nhằm lượng hóa các khía cạnh cốt lõi trong mối quan hệ giữa các bên: chính quyền - cộng đồng - doanh nghiệp - du khách. Việc đo

lượng các chỉ tiêu được thực hiện trên cơ sở tổng hợp dữ liệu điều tra xã hội học, thống kê của địa phương, báo cáo ngành du lịch và các khảo sát thực địa tại các điểm du lịch cộng đồng trọng điểm.

Các chỉ tiêu được theo dõi từ năm 2019 đến năm 2024, phản ánh xu hướng biến động, mức độ cải thiện hoặc suy giảm của quan hệ lợi ích theo từng năm, qua đó cung cấp căn cứ thực tiễn để phân tích hiệu quả của các cơ chế chính sách đã được triển khai cũng như nhận diện các điểm nghẽn cần khắc phục. Dưới đây là bảng tổng hợp kết quả các chỉ tiêu đánh giá quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai giai đoạn 2019-2024:

Bảng 3.2: Chỉ tiêu đánh giá quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng tại Lào Cai, giai đoạn 2019-2024

Tiêu chí đánh giá	Chỉ tiêu đo lường	Cấp quan hệ lợi ích được đo lường	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1. Tính công bằng trong phân phối lợi ích	Tỷ lệ hộ dân tham gia trực tiếp vào hoạt động du lịch (%)	Chính quyền ↔ Cộng đồng	10%	12%	14%	20%	25%	28%
	Tỷ lệ hộ tiếp cận hỗ trợ từ chính quyền hoặc chương trình	Chính quyền ↔ Cộng đồng	9%	10%	11%	14%	15%	18%
	Tỷ lệ khách hài lòng với giá trị trải nghiệm so với chi phí	Doanh nghiệp ↔ Khách du lịch	70%	75%	77%	83%	88%	90%
2. Mức độ hài hòa lợi ích giữa các chủ thể	Số lượng tranh chấp/xung đột lợi ích phát sinh mỗi năm	Cộng đồng ↔ Doanh nghiệp	7 vụ/năm	6 vụ/năm	5 vụ/năm	5 vụ/năm	5 vụ/năm	4 vụ/năm
	Tỷ lệ người được tham vấn về cơ chế phân phối lợi ích	Chính quyền ↔ Cộng đồng	8%	10%	12%	18%	20%	25%
	Tỷ lệ khách du lịch phản ánh được tiếp nhận và phản hồi	Chính quyền ↔ Khách du lịch	13%	30%	35%	50%	65%	70%

Tiêu chí đánh giá	Chỉ tiêu đo lường	Cấp quan hệ lợi ích được đo lường	2019	2020	2021	2022	2023	2024
3. Mức độ tham gia và vai trò quyết định của cộng đồng	Tỷ lệ quyết định quan trọng có sự tham gia cộng đồng	Chính quyền ↔ Cộng đồng	20	15%	18%	25%	30%	40%
	Số sản phẩm du lịch do cộng đồng tổ chức	Cộng đồng ↔ Khách du lịch	2.8	25	28	35	50	60
	Mức độ hài lòng của cộng đồng về quyền tham gia (Likert 1-5)	Chính quyền ↔ Cộng đồng	20	3.0	3.3	3.5	3.8	4.0
	Số hoạt động giao lưu do cộng đồng và khách cùng tổ chức	Cộng đồng ↔ Khách du lịch	28%	25	28	40	60	75
4. Tính minh bạch và trách nhiệm trong thực thi phân phối lợi ích	Tỷ lệ người dân được tiếp cận thông tin về giá, hỗ trợ	Chính quyền ↔ Cộng đồng	22%	30%	33%	40%	45%	55%
	Tỷ lệ xử lý công khai các vụ khiếu nại, vi phạm lợi ích	Chính quyền ↔ Doanh nghiệp	12	25%	28%	35%	40%	50%
5. Tính bền vững và khả năng tái đầu tư vào cộng đồng	Số lớp đào tạo cộng đồng tổ chức mỗi năm	Chính quyền ↔ Cộng đồng	52%	15	20	30	38	45
	Tỷ lệ tài nguyên văn hóa - môi trường được gìn giữ, phục hồi	Chính quyền ↔ Cộng đồng	15%	55%	58%	65%	70%	75%
	Tỷ lệ khách du lịch quay lại hoặc giới thiệu điểm đến	Cộng đồng ↔ Khách du lịch	2.5	17%	19%	22%	27%	35%

Nguồn: Tác giả tự tính toán và tổng hợp

3.3.2. Những ưu điểm trong quan hệ lợi ích giữa các chủ thể tham gia phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai giai đoạn 2019-2024

Giai đoạn 2019-2024, hoạt động du lịch cộng đồng tại Lào Cai đã có những bước tiến quan trọng cả về quy mô, chất lượng và phương thức vận hành. Đặc biệt, thông qua việc định lượng các chỉ tiêu đánh giá quan hệ lợi ích, có thể nhận diện rõ những chuyển biến tích cực trong mối quan hệ giữa các chủ thể tham gia - bao gồm chính quyền địa phương, cộng đồng dân cư, doanh nghiệp và du khách. Những ưu điểm nổi bật của quan hệ lợi ích này được thể hiện trên nhiều phương diện:

Thứ nhất, tính công bằng trong phân phối lợi ích từng bước được cải thiện, tạo nền tảng ổn định cho phát triển bền vững. Tỷ lệ hộ dân tham gia trực tiếp vào hoạt động du lịch đã tăng đều từ 10% (năm 2019) lên đến 28% (năm 2024). Đây là minh chứng rõ rệt cho sự mở rộng không gian tham gia của người dân địa phương, nhất là ở các bản làng vùng sâu vùng xa. Việc gia tăng tỷ lệ tham gia đồng nghĩa với việc ngày càng nhiều hộ dân có điều kiện tiếp cận nguồn thu nhập từ du lịch, qua đó góp phần giảm nghèo, nâng cao mức sống. Song song với đó, tỷ lệ hộ tiếp cận hỗ trợ từ chính quyền cũng có xu hướng tích cực, từ mức 9% năm 2019 tăng lên 18% vào năm 2024. Điều này thể hiện nỗ lực của chính quyền các cấp trong việc cải thiện tiếp cận chính sách cho người dân, nhất là qua các chương trình khuyến khích khởi sự kinh doanh, hỗ trợ cải tạo cơ sở lưu trú, tập huấn kỹ năng đón khách,...

Thứ hai, mức độ hài lòng của du khách và cộng đồng dân cư đều được nâng cao, phản ánh sự hài hòa lợi ích giữa cung và cầu. Chỉ tiêu "tỷ lệ khách hài lòng với giá trị trải nghiệm" tăng mạnh từ 70% năm 2019 lên 90% năm 2024. Đây là kết quả đáng ghi nhận, cho thấy chất lượng dịch vụ du lịch cộng đồng tại Lào Cai không ngừng được cải thiện, từ hoạt động lưu trú, ẩm thực, đến các trải nghiệm bản sắc văn hóa địa phương. Điều này đồng thời phản ánh năng lực thích ứng và nâng cao năng lực phục vụ của cộng đồng dân cư địa phương. Mặt khác, chỉ tiêu "mức độ hài lòng của cộng đồng về quyền tham gia" cũng tăng đều qua các năm (từ mức 2.8/5 lên đến 4.0/5), thể hiện cộng đồng không chỉ tham gia nhiều hơn mà còn cảm thấy được tôn trọng, đồng thuận và gắn bó với các hoạt động du lịch.

Thứ ba, vai trò của cộng đồng trong quá trình ra quyết định được tăng cường, góp phần nâng cao tính dân chủ và chủ quyền địa phương trong phát triển du lịch. Tỷ lệ quyết định quan trọng có sự tham gia của cộng đồng đã tăng từ 13% năm 2019 lên đến 40% năm 2024. Đây là một tiến bộ lớn, thể hiện sự chuyển dịch từ mô hình phát triển “từ trên xuống” sang tiếp cận “đồng kiến tạo giá trị” - nơi người dân địa phương có quyền đồng thuận hoặc phản biện đối với các kế hoạch, dự án có tác động đến sinh kế và không gian sống của họ. Việc cộng đồng chủ động tổ chức ngày càng nhiều sản phẩm du lịch (từ 20 sản phẩm năm 2019 lên 60 sản phẩm năm 2024) là minh chứng rõ nét cho tính chủ thể hóa trong phát triển du lịch cộng đồng tại địa phương.

Thứ tư, mối quan hệ giữa các chủ thể ngày càng minh bạch và có trách nhiệm, tạo điều kiện thuận lợi cho sự đồng thuận và kiểm soát xã hội. Tỷ lệ người dân được tiếp cận thông tin về giá cả, hỗ trợ tăng từ 28% lên 55%, cho thấy chính quyền đã có cải tiến đáng kể trong công khai hóa thông tin, từ kế hoạch phát triển đến phân bổ nguồn lực. Điều này góp phần nâng cao niềm tin giữa chính quyền và người dân. Tỷ lệ xử lý công khai các vụ vi phạm lợi ích tăng từ 22% lên 50%, thể hiện cam kết của chính quyền trong việc bảo vệ quyền lợi chính đáng của cộng đồng và doanh nghiệp, đồng thời hạn chế tình trạng lạm quyền hoặc độc quyền thông tin.

Thứ năm, quan hệ lợi ích được thiết lập theo hướng bền vững, với trọng tâm là tái đầu tư vào cộng đồng và gìn giữ tài nguyên. Số lớp đào tạo cộng đồng tăng từ 12 lớp/năm lên 45 lớp/năm, góp phần xây dựng năng lực thực chất cho người dân bản địa - từ kỹ năng tiếp khách, truyền thông đến quản trị rủi ro. Tỷ lệ tài nguyên văn hóa - môi trường được bảo tồn hoặc phục hồi cũng tăng từ 52% lên 75%, cho thấy du lịch cộng đồng không chỉ mang lại lợi ích kinh tế mà còn góp phần khôi phục bản sắc và hệ sinh thái địa phương. Đặc biệt, chỉ tiêu “tỷ lệ khách du lịch quay lại hoặc giới thiệu điểm đến” tăng gấp đôi, từ 15% lên 35%, phản ánh sự hài lòng gắn liền với tính bền vững và niềm tin vào điểm đến.

Thứ sáu, xu hướng giảm xung đột và nâng cao năng lực giải quyết mâu thuẫn trong quan hệ lợi ích. Trong bối cảnh các mối quan hệ kinh tế ngày càng

phức tạp, đáng ghi nhận là số vụ xung đột lợi ích giảm dần qua các năm (từ 7 vụ năm 2019 xuống còn 4 vụ năm 2024). Điều này phản ánh sự trưởng thành trong cơ chế điều tiết giữa cộng đồng - doanh nghiệp - chính quyền, đồng thời thể hiện vai trò tích cực của các tổ chức trung gian (ban quản lý điểm du lịch, tổ hòa giải thôn bản, các tổ chức đoàn thể địa phương). Môi trường hợp tác ổn định cũng tạo điều kiện để các mô hình hợp tác công - tư (PPP) trong phát triển du lịch cộng đồng được khuyến khích.

Những kết quả tích cực nêu trên cho thấy, quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai giai đoạn 2019-2024 đã từng bước chuyển từ hình thức “hưởng lợi thụ động” sang “tham gia chủ động, đồng sáng tạo giá trị”. Chính quyền không chỉ đóng vai trò quản lý mà còn kiến tạo cơ chế minh bạch; cộng đồng dân cư không chỉ là người phục vụ mà còn là chủ thể kiến thiết và bảo tồn văn hóa; doanh nghiệp ngày càng cam kết hơn với phát triển bền vững; còn du khách trở thành một phần của tiến trình tái tạo kinh tế địa phương. Đây là cơ sở quan trọng để Lào Cai tiếp tục nhân rộng các mô hình du lịch cộng đồng hiệu quả, hướng tới xây dựng hệ sinh thái du lịch hài hòa - công bằng - bền vững trong giai đoạn tiếp theo.

3.3.3. Những hạn chế trong quan hệ lợi ích giữa các chủ thể phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai giai đoạn 2019-2024

Mặc dù quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng tại Lào Cai giai đoạn 2019-2024 đã đạt được những kết quả đáng ghi nhận, song thực tiễn vẫn cho thấy tồn tại nhiều hạn chế cản trở sự hài hòa, bền vững và công bằng trong phân phối lợi ích giữa các chủ thể. Những hạn chế này không chỉ làm giảm hiệu quả hợp tác, mà còn tiềm ẩn nguy cơ gây xung đột lợi ích, làm xói mòn niềm tin và gia tăng bất bình đẳng trong cộng đồng.

Thứ nhất, phân phối lợi ích chưa thực sự công bằng, tạo khoảng cách giữa các nhóm dân cư và giữa cộng đồng với doanh nghiệp. Dù tỷ lệ hộ dân tham gia vào hoạt động du lịch đã tăng từ 10% (2019) lên 28% (2024), nhưng con số này vẫn phản ánh rằng phần lớn hộ dân tại các địa phương du lịch chưa thực sự được hưởng lợi từ ngành kinh tế này. Tình trạng “có du lịch nhưng người dân không có du lịch” vẫn phổ biến tại nhiều điểm du lịch cộng đồng, đặc biệt là các hộ ở vùng lõi nhưng

thiếu kỹ năng, không có vốn đầu tư hoặc bị cạnh tranh bởi các đơn vị kinh doanh quy mô lớn từ bên ngoài. Việc phân phối lợi ích cũng thiếu minh bạch, dẫn đến tình trạng một số nhóm lợi ích (cán bộ địa phương, doanh nghiệp lớn) chiếm đoạt phần lớn giá trị gia tăng từ du lịch, trong khi cộng đồng chỉ nhận được phần nhỏ thông qua các hoạt động như phục vụ ăn uống, văn nghệ hoặc bán hàng lưu niệm.

Thứ hai, sự tham gia của cộng đồng dân cư còn mang tính hình thức, thiếu cơ chế đảm bảo quyền quyết định thực chất. Tuy tỷ lệ các quyết định quan trọng có sự tham gia của cộng đồng đã tăng lên 40% vào năm 2024, song qua khảo sát thực địa cho thấy, phần lớn sự tham gia này chỉ dừng lại ở mức “được mời họp”, “được thông báo”, mà chưa đảm bảo nguyên tắc đồng thuận hoặc đối thoại công bằng. Trong nhiều trường hợp, kế hoạch phát triển du lịch do chính quyền hoặc doanh nghiệp xây dựng sẵn và người dân chỉ được “thông qua” dưới hình thức lấy ý kiến. Việc thiếu các thiết chế đại diện (như hội đồng cộng đồng du lịch, tổ nhóm giám sát cộng đồng) khiến tiếng nói của người dân, đặc biệt là các nhóm yếu thế (phụ nữ, hộ nghèo, người dân tộc thiểu số) không được phản ánh đầy đủ trong cơ chế ra quyết định.

Thứ ba, mối quan hệ giữa chính quyền - doanh nghiệp - cộng đồng thiếu cơ chế phối hợp rõ ràng, dẫn đến chồng chéo hoặc thiếu trách nhiệm. Việc chưa thiết lập được cơ chế điều phối liên ngành, liên cấp trong quản lý du lịch cộng đồng khiến nhiều nhiệm vụ bị phân tán hoặc chồng lấn. Chính quyền cấp xã, huyện còn lúng túng trong xác định vai trò điều phối - quản lý - hỗ trợ, trong khi doanh nghiệp thì thiếu cam kết đầu tư dài hạn, thường ưu tiên lợi ích ngắn hạn mà ít quan tâm đến sinh kế, văn hóa cộng đồng. Điều này không chỉ dẫn đến mâu thuẫn lợi ích, mà còn làm suy giảm chất lượng điểm đến do thiếu quản trị đồng bộ. Bên cạnh đó, chưa có quy định rõ ràng về trách nhiệm của các bên trong chia sẻ doanh thu, quản lý rủi ro hay giám sát môi trường khiến nhiều dự án du lịch cộng đồng triển khai không hiệu quả, gây lãng phí nguồn lực.

Thứ tư, tính minh bạch và năng lực giám sát của người dân còn yếu, chưa đủ để phòng ngừa xung đột lợi ích. Mặc dù tỷ lệ người dân được tiếp cận thông tin đã tăng, song phần lớn thông tin vẫn mang tính định lượng chung chung, thiếu dữ liệu

cụ thể về tài chính, quy hoạch, lợi nhuận và trách nhiệm phân phối. Các cơ chế giám sát cộng đồng hiện tại chủ yếu mang tính tự nguyện, không có quyền chế tài, nên hiệu lực giám sát thấp. Việc xử lý các vụ khiếu nại, tranh chấp tuy đã có cải thiện, nhưng vẫn chưa đạt yêu cầu về công khai, công bằng. Điều này dễ dẫn đến tình trạng người dân mất lòng tin, phản ứng bằng cách từ chối hợp tác, gây ra mâu thuẫn âm ỉ giữa cộng đồng với chính quyền hoặc doanh nghiệp.

Thứ năm, chưa gắn kết đầy đủ phát triển du lịch với bảo tồn văn hóa và sinh kế bền vững. Tuy tỷ lệ tài nguyên văn hóa - môi trường được gìn giữ có tăng, nhưng vẫn còn tình trạng thương mại hóa quá mức các yếu tố văn hóa để phục vụ du lịch, làm suy giảm tính nguyên bản và gây biến dạng bản sắc truyền thống. Nhiều hộ dân chạy theo lợi ích trước mắt, thay đổi kết cấu nhà cửa, trang phục, nghi lễ,... để phục vụ du khách, mà không được hướng dẫn về tác động lâu dài đối với cộng đồng. Đồng thời, sinh kế du lịch vẫn còn phụ thuộc lớn vào mùa vụ và dòng khách nội địa, khiến thu nhập của cộng đồng dễ bị tổn thương khi xảy ra biến cố như thiên tai, dịch bệnh.

Thứ sáu, các nhóm yếu thế trong cộng đồng chưa được đảm bảo quyền lợi đầy đủ trong mối quan hệ lợi ích. Phụ nữ, người nghèo và người dân tộc thiểu số vẫn đối mặt với rào cản lớn trong tiếp cận các cơ hội từ du lịch, do thiếu thông tin, vốn, kỹ năng và vị thế xã hội. Mặc dù chính quyền có tổ chức một số lớp tập huấn, song chưa đủ để giúp họ vượt qua bất bình đẳng về năng lực và cơ hội. Trong nhiều trường hợp, các nhóm này chỉ tham gia ở khâu lao động giá rẻ (phục vụ, dọn dẹp), mà ít được hưởng lợi từ hoạt động tạo ra giá trị cao như hướng dẫn viên, thiết kế sản phẩm, quản lý điểm du lịch.

3.3.4. Nguyên nhân của các hạn chế và những vấn đề đặt ra trong quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai giai đoạn 2019-2024

Như đã chỉ ra trong phần trước, quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai còn tồn tại nhiều bất cập, thể hiện ở sự phân phối chưa công bằng, cơ chế phối hợp chưa rõ ràng, thiếu minh bạch thông tin và sự tham gia thực chất của cộng đồng còn hạn chế. Những hạn chế này là kết quả tổng hợp của cả yếu tố khách quan và yếu tố chủ quan sau đây:

3.3.4.1. Các yếu tố khách quan ảnh hưởng đến quan hệ lợi ích

(1). Đặc điểm của mô hình phát triển du lịch cộng đồng ở Lào Cai còn manh mún và thiếu tính thị trường. Một trong những nguyên nhân sâu xa của hạn chế trong quan hệ lợi ích là do du lịch cộng đồng ở Lào Cai phần lớn vẫn phát triển theo mô hình tự phát, thiếu quy hoạch dài hạn và thiếu liên kết chuỗi giá trị. Nhiều điểm du lịch hình thành từ nhu cầu nội sinh của cộng đồng hoặc do chính quyền khởi xướng nhưng thiếu sự tham gia bài bản của các doanh nghiệp du lịch chuyên nghiệp, dẫn tới quy mô nhỏ, phân tán, hiệu quả kinh tế thấp và dễ bị tổn thương trước biến động thị trường.

Bên cạnh đó, cơ cấu sản phẩm du lịch còn nghèo nàn, chủ yếu dựa vào bản sắc văn hóa dân tộc, nhưng thiếu dịch vụ hỗ trợ, thiếu khả năng nâng cấp thành các sản phẩm mang giá trị cao. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng đàm phán và chia sẻ lợi ích giữa cộng đồng với các đối tác kinh tế khác.

(2). Môi trường pháp lý và thể chế quản lý du lịch còn chưa hoàn thiện, chậm cập nhật với thực tiễn. Khung pháp lý điều chỉnh quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng hiện nay vẫn còn chung chung, thiếu tính đặc thù. Các quy định về quyền tham gia, chia sẻ lợi ích, xử lý xung đột, minh bạch tài chính,... chưa được cụ thể hóa trong các văn bản pháp quy cấp tỉnh hoặc hướng dẫn thực hiện tại cơ sở. Cơ chế bảo vệ cộng đồng khỏi bị lạm dụng quyền lực, lấn át lợi ích trong các dự án du lịch chưa rõ ràng, đặc biệt trong bối cảnh đất đai, tài nguyên văn hóa, tri thức bản địa chưa được pháp lý hóa thành tài sản cộng đồng có khả năng thương lượng. Chính điều này dẫn đến tình trạng doanh nghiệp dễ dàng thương thảo với cá nhân hoặc nhóm lợi ích nhỏ trong cộng đồng để khai thác tài nguyên du lịch mà không phải chia sẻ lợi ích công bằng với toàn bộ cộng đồng cư dân.

(3). Ảnh hưởng của đại dịch, thiên tai và biến đổi khí hậu làm gia tăng bất bình đẳng lợi ích. Giai đoạn 2019-2024 chứng kiến những biến động lớn từ bên ngoài như đại dịch COVID-19 (2020-2022), bão số 3 (Yagi) năm 2024 và nhiều hiện tượng thời tiết cực đoan khác đã tác động tiêu cực tới chuỗi cung ứng du lịch, gây đứt gãy nguồn thu nhập, đặc biệt với các nhóm cộng đồng phụ thuộc toàn bộ sinh kế vào du lịch. Trong bối cảnh khủng hoảng, việc phân phối các gói hỗ trợ còn

thiếu công bằng, minh bạch, hoặc bị chi phối bởi nhóm có quyền lực khiến mâu thuẫn lợi ích trở nên trầm trọng.

3.3.4.2. Các yếu tố chủ quan từ nội tại của các chủ thể trong quan hệ lợi ích

(1). Nhận thức hạn chế và bất đối xứng thông tin giữa các chủ thể tham gia. Một trong những nguyên nhân chủ quan cơ bản dẫn đến sự bất bình đẳng trong quan hệ lợi ích là do khoảng cách nhận thức và năng lực tiếp cận thông tin giữa các chủ thể. Cộng đồng dân cư - đặc biệt là đồng bào dân tộc thiểu số - phần lớn vẫn bị động, thiếu kiến thức pháp luật, quản trị và kinh doanh, nên dễ bị lép vế khi thương thảo với doanh nghiệp hoặc đối tác bên ngoài.

Trong khi đó, chính quyền cấp cơ sở lại thiếu kỹ năng lồng ghép các tiêu chí công bằng, bình đẳng giới, và bảo vệ nhóm yếu thế trong quy hoạch và tổ chức triển khai du lịch cộng đồng. Việc thiếu năng lực trung gian giải quyết xung đột càng làm nghiêm trọng hơn các bất đồng về lợi ích.

(2). Thiếu cơ chế thiết chế đại diện và cơ chế đồng thuận cộng đồng. Một nguyên nhân then chốt khác là sự thiếu vắng các thiết chế đại diện như tổ hợp tác du lịch, hội đồng cộng đồng, tổ giám sát chia sẻ lợi ích,... khiến tiếng nói của người dân không được phản ánh đầy đủ trong quá trình quyết định chính sách, quản lý quỹ du lịch cộng đồng, hay phân phối doanh thu từ các hoạt động kinh doanh. Điều này dẫn đến tình trạng quyền tham gia chỉ mang tính hình thức, khiến niềm tin xã hội suy giảm, làm gia tăng phản ứng ngầm, hợp tác thụ động hoặc các mâu thuẫn âm ỉ kéo dài.

(3). Tâm lý lợi ích cục bộ và ngắn hạn trong cách tiếp cận du lịch của cả cộng đồng và doanh nghiệp. Trong bối cảnh du lịch cộng đồng còn thiếu tính chuyên nghiệp và định hướng thị trường bền vững, không ít cộng đồng dân cư chạy theo lợi nhuận ngắn hạn bằng cách tăng giá dịch vụ, tiếp thị quá đà sản phẩm văn hóa hoặc phục vụ du khách mà thiếu định hướng dài hạn. Tương tự, nhiều doanh nghiệp nhỏ, hộ kinh doanh gia đình khi vào địa bàn cũng chủ yếu khai thác tài nguyên sẵn có mà không đầu tư tái tạo sinh thái - văn hóa, hoặc tham gia vào hoạt động nâng cao năng lực cộng đồng.

Sự ngắn hạn trong tầm nhìn phát triển khiến quan hệ giữa các bên không gắn

bó lâu dài, không chia sẻ rủi ro, càng dễ dẫn tới xung đột trong phân chia lợi ích khi thị trường biến động.

3.3.4.3. Những vấn đề đặt ra cần giải quyết

Trên cơ sở những nguyên nhân đã phân tích, có thể xác định một số vấn đề then chốt cần được ưu tiên xử lý trong giai đoạn tiếp theo nhằm định hình một mô hình quan hệ lợi ích hài hòa, công bằng và bền vững trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai:

Thứ nhất, vấn đề hoàn thiện thể chế và công cụ điều tiết quan hệ lợi ích. Hiện nay, chưa có một cơ chế pháp lý đủ mạnh điều chỉnh mối quan hệ giữa chính quyền - cộng đồng - doanh nghiệp - du khách trong phát triển du lịch cộng đồng. Việc thiếu vắng cơ sở pháp lý về phân phối lợi ích, xử lý xung đột, chia sẻ rủi ro và bảo vệ cộng đồng dễ dẫn đến bất bình đẳng và mâu thuẫn tiềm ẩn. Đặc biệt, vai trò điều phối, giám sát của chính quyền cấp cơ sở còn mờ nhạt, thiếu công cụ thực thi minh bạch và hiệu quả.

Thứ hai, vấn đề nâng cao năng lực nội sinh và quyền tham gia thực chất của cộng đồng. Cộng đồng dân cư - đặc biệt là người dân tộc thiểu số - vẫn còn yếu thế về tri thức, kỹ năng tổ chức, năng lực thương lượng và giám sát lợi ích. Việc tham gia của họ vào chuỗi giá trị du lịch còn mang tính hình thức, thiếu đại diện, thiếu cơ chế bảo vệ quyền lợi tập thể. Đây là rào cản lớn trong quá trình thiết lập sự công bằng và bền vững trong quan hệ lợi ích.

Thứ ba, vấn đề trách nhiệm xã hội và cam kết dài hạn của doanh nghiệp. Nhiều doanh nghiệp kinh doanh du lịch tại địa phương chủ yếu theo hướng ngắn hạn, khai thác tài nguyên cộng đồng mà không có cơ chế chia sẻ lợi ích cụ thể. Thiếu ràng buộc về pháp lý và đạo đức kinh doanh khiến mối quan hệ với cộng đồng dễ bị đứt gãy, thậm chí tạo ra “xung đột âm thầm”. Điều này đặt ra yêu cầu thiết lập cơ chế cam kết trách nhiệm xã hội và ràng buộc đầu tư tái tạo vào cộng đồng.

Thứ tư, vấn đề thiết chế đại diện và cơ chế đồng thuận cộng đồng. Việc thiếu vắng các tổ chức trung gian đại diện cho tiếng nói của cộng đồng (như tổ hợp tác, hội đồng dân cư du lịch, ban giám sát chia sẻ lợi ích) khiến các thỏa thuận phát triển thiếu tính dân chủ và đồng thuận. Cần thiết phải thiết lập thiết chế đại diện

nhằm bảo vệ quyền lợi tập thể, tăng cường năng lực thương lượng và giám sát từ cộng đồng.

Thứ năm, vấn đề nhận thức và hành vi của du khách đối với cộng đồng địa phương. Du khách - một chủ thể quan trọng trong chuỗi quan hệ lợi ích - hiện vẫn có hành vi tiêu dùng thiếu trách nhiệm như trả giá ép, chụp ảnh xâm phạm văn hóa, sử dụng rác thải nhựa... Điều này đặt ra yêu cầu phải nâng cao nhận thức du khách về tiêu dùng du lịch bền vững và trách nhiệm với cộng đồng bản địa.

Thứ sáu, vấn đề xây dựng lòng tin và cơ chế chia sẻ rủi ro giữa các bên. Mọi quan hệ bền vững chỉ có thể thiết lập khi các bên cùng tin tưởng lẫn nhau, cùng chia sẻ lợi ích và rủi ro. Tuy nhiên, hiện nay lòng tin giữa các chủ thể vẫn còn mong manh do thiếu minh bạch thông tin, thiếu công cụ phòng ngừa khủng hoảng. Cần thiết kế các quỹ chia sẻ rủi ro, bảo hiểm cộng đồng, hợp đồng ba bên có giám sát để tạo nền tảng ổn định cho hợp tác dài hạn.

Tóm tắt chương 3

Chương 3 phân tích thực trạng quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai giai đoạn 2019-2024. Trên cơ sở khảo sát sáu cặp quan hệ giữa các chủ thể chính, chương này đánh giá kết quả đạt được thông qua năm nhóm tiêu chí: công bằng, hài hòa, tham gia, minh bạch và bền vững. Bên cạnh những chuyển biến tích cực, quan hệ lợi ích còn tồn tại bất bình đẳng trong phân phối lợi nhuận, thiếu cơ chế phản hồi và giám sát, cộng đồng còn bị động. Chương 3 đồng thời chỉ ra nguyên nhân của những hạn chế này và xác định các vấn đề đặt ra cần giải quyết nhằm hoàn thiện thể chế và nâng cao năng lực các bên trong chuỗi giá trị du lịch cộng đồng.

Chương 4

QUAN ĐIỂM VÀ GIẢI PHÁP BẢO ĐẢM HÀI HÒA LỢI ÍCH TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH LÀO CAI ĐẾN NĂM 2030 VÀ TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2035

4.1. BỐI CẢNH VÀ MỤC TIÊU, NHIỆM VỤ PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH LÀO CAI ĐẾN NĂM 2030 VÀ TẦM NHÌN 2035

4.1.1. Dự báo bối cảnh trong nước và quốc tế ảnh hưởng đến phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai

Phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai không thể tách rời bối cảnh rộng lớn của sự vận động kinh tế - chính trị toàn cầu và trong nước. Trong giai đoạn tới, du lịch cộng đồng sẽ chịu tác động đan xen của các xu thế phát triển mới, các yếu tố bất định khó lường, cũng như những chuyển dịch chiến lược trong định hướng phát triển quốc gia và địa phương. Việc nhận diện rõ các yếu tố này là tiền đề để hoạch định các quan điểm và giải pháp phù hợp, hướng đến bảo đảm hài hòa lợi ích và phát triển bền vững mô hình du lịch cộng đồng.

4.1.1.1. Các xu thế phát triển du lịch nổi bật

Trên phạm vi quốc tế và trong nước, du lịch đang trải qua những chuyển đổi sâu sắc, được thúc đẩy bởi cách mạng công nghiệp 4.0, quá trình toàn cầu hóa, và sự thay đổi trong hành vi, giá trị của du khách. Ba xu thế nổi bật sẽ chi phối mạnh mẽ đến du lịch cộng đồng tại Lào Cai là:

Thứ nhất, chuyển đổi số trong du lịch. Việc ứng dụng công nghệ số trong quảng bá, đặt dịch vụ, thu thập phản hồi và quản trị điểm đến đang trở thành xu thế không thể đảo ngược. Du khách hiện đại ngày càng phụ thuộc vào các nền tảng số để lựa chọn hành trình, tìm hiểu văn hóa, và đánh giá chất lượng dịch vụ. Tại Việt Nam, Chính phủ đã ban hành Đề án phát triển du lịch thông minh, trong đó khuyến khích số hóa thông tin di sản, văn hóa và trải nghiệm địa phương. Đối với Lào Cai - nơi có đặc trưng là du lịch văn hóa bản địa - chuyển đổi số không chỉ là cơ hội tiếp cận thị trường, mà còn là thách thức trong việc bảo tồn giá trị truyền thống trong môi trường công nghệ cao.

Thứ hai, du lịch xanh và du lịch bền vững. Vấn đề biến đổi khí hậu, suy thoái tài nguyên và yêu cầu phát triển bền vững đang định hình lại tư duy phát triển du lịch trên toàn cầu. Xu hướng du lịch giảm thiểu phát thải, sử dụng năng lượng tái tạo, bảo vệ môi trường sinh thái, và gắn kết với cộng đồng bản địa trở thành tiêu chuẩn mới trong thiết kế sản phẩm. Đây chính là môi trường thuận lợi để du lịch cộng đồng - vốn dựa trên nguyên tắc bảo tồn và tham gia của người dân - phát huy lợi thế, nếu được định hướng đúng và tránh thương mại hóa quá mức.

Thứ ba, du lịch trải nghiệm văn hóa - bản địa. Hành vi du khách đang chuyển từ "ngắm - nghe - chụp" sang "làm - sống - hòa nhập". Trải nghiệm trở thành giá trị cốt lõi trong tiêu dùng du lịch. Các sản phẩm như làm nông, học nấu ăn dân tộc, lễ hội truyền thống, dệt thổ cẩm, tắm lá thuốc... trở thành điểm nhấn thu hút khách, đặc biệt là khách quốc tế. Đối với Lào Cai - nơi tập trung nhiều dân tộc thiểu số, hệ sinh thái sinh thái - văn hóa đa dạng - đây là lợi thế chiến lược nếu cộng đồng được trao quyền thiết kế và làm chủ trải nghiệm.

4.1.1.2. Các yếu tố bất định ảnh hưởng đến phát triển du lịch cộng đồng

Bên cạnh các xu thế tích cực, phát triển du lịch cộng đồng tại Lào Cai cũng đối mặt với nhiều yếu tố bất định và rủi ro khó lường:

Dịch bệnh và rủi ro y tế cộng đồng. Kinh nghiệm từ đại dịch COVID-19 đã cho thấy sự mong manh của ngành du lịch, đặc biệt là du lịch phụ thuộc vào dòng khách quốc tế hoặc không có hệ thống phản ứng linh hoạt. Các điểm du lịch cộng đồng thường không có quỹ dự phòng, không có hệ thống thông tin sớm, và dễ bị tổn thương nặng nề. Việc thiếu hợp đồng dài hạn, không có bảo hiểm cho lao động du lịch khiến cộng đồng thiệt hại nặng khi thị trường đóng băng.

Biến đổi khí hậu và thiên tai. Lào Cai là tỉnh vùng núi, thường xuyên chịu ảnh hưởng của lũ quét, sạt lở đất, mưa đá và thay đổi khí hậu cực đoan. Những biến động này không chỉ ảnh hưởng đến hạ tầng du lịch, mà còn làm gián đoạn sản phẩm trải nghiệm gắn với nông nghiệp, môi trường, mùa vụ... Đặc biệt, việc khai thác tài nguyên du lịch quá mức có thể gây tổn hại đến khả năng tự phục hồi của môi trường sinh thái - một trụ cột của du lịch cộng đồng.

Yếu tố an ninh biên giới và biến động chính trị khu vực. Lào Cai là tỉnh giáp

biên, do đó các biến động về chính trị, thương mại và an ninh trong quan hệ khu vực (đặc biệt với Trung Quốc) sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến lượng khách du lịch, nhất là khách quốc tế. Các vấn đề về kiểm soát biên giới, thị thực, vận chuyển liên quốc gia hay xung đột lợi ích trong khai thác tài nguyên du lịch xuyên biên giới có thể trở thành thách thức lớn nếu không có cơ chế điều phối linh hoạt.

Biến động thị trường quốc tế và kinh tế toàn cầu. Giá nhiên liệu, tỷ giá, khủng hoảng kinh tế, suy thoái tiêu dùng... đều ảnh hưởng đến khả năng chi tiêu và dịch chuyển của khách du lịch. du lịch cộng đồng - vốn có biên lợi nhuận thấp và phụ thuộc vào chi tiêu của khách lẻ - sẽ dễ bị ảnh hưởng tiêu cực hơn các loại hình du lịch lớn nếu không có định hướng thị trường rõ ràng và đa dạng hóa đối tượng khách hàng.

4.1.1.3. Điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức trong phát triển du lịch cộng đồng tại Lào Cai

Trên cơ sở tổng hợp các xu thế phát triển, chính sách quốc gia và thực tiễn địa phương, có thể thấy mô hình du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai đang đứng trước cả cơ hội chiến lược để bứt phá, đồng thời cũng phải đối mặt với nhiều thách thức nội tại và ngoại sinh cần được nhận diện và hóa giải. Việc phân tích hệ thống các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức giúp xác định rõ tiềm năng, rào cản và dự địa điều chỉnh trong quá trình phát triển du lịch cộng đồng bền vững tại địa phương.

Về điểm mạnh, tỉnh Lào Cai sở hữu hệ sinh thái văn hóa - sinh thái đặc sắc, trong đó nhiều giá trị văn hóa nguyên bản của các dân tộc thiểu số vẫn được gìn giữ và phát huy. Các không gian sống, cảnh quan tự nhiên như ruộng bậc thang, rừng nguyên sinh, bản làng cổ, lễ hội dân gian... tạo nên nguồn tài nguyên du lịch hấp dẫn, phù hợp để phát triển loại hình du lịch trải nghiệm mang tính bản địa sâu sắc. Bên cạnh đó, một số điểm du lịch cộng đồng như Sa Pa, Bắc Hà, Tả Van đã định hình được thương hiệu, có khả năng thu hút khách ổn định, từ đó tạo nền tảng để nhân rộng mô hình ra các địa phương khác. Cộng đồng dân cư tại nhiều khu vực có truyền thống làm du lịch, có tinh thần đoàn kết và khả năng thích ứng linh hoạt. Đặc biệt, chính quyền tỉnh Lào Cai đã xác định du lịch cộng đồng là một định hướng

phát triển chiến lược, có nhiều cơ chế hỗ trợ lồng ghép trong chương trình mục tiêu quốc gia về xây dựng nông thôn mới, phát triển sản phẩm OCOP và bảo tồn văn hóa dân tộc.

Tuy nhiên, mô hình du lịch cộng đồng tại Lào Cai cũng bộc lộ không ít điểm yếu nội tại. Trước hết, phần lớn người dân địa phương còn hạn chế về kỹ năng quản lý, trình độ ngoại ngữ, marketing du lịch và vận hành dịch vụ theo chuẩn chuyên nghiệp. Thiếu nguồn nhân lực trẻ có tay nghề, cùng với việc đội ngũ hướng dẫn viên bản địa còn mỏng, dẫn đến sự phụ thuộc vào doanh nghiệp bên ngoài. Cơ sở hạ tầng thiết yếu như đường giao thông, nhà vệ sinh, biển chỉ dẫn và trung tâm thông tin du lịch tại một số điểm còn thiếu đồng bộ, ảnh hưởng đến trải nghiệm của du khách. Đáng chú ý, nhiều mô hình chưa có thiết chế tổ chức rõ ràng trong điều phối lợi ích giữa các bên liên quan, đặc biệt là vai trò kết nối giữa cộng đồng - doanh nghiệp - chính quyền cấp cơ sở vẫn còn mờ nhạt.

Về cơ hội phát triển, du lịch cộng đồng đang được Đảng và Nhà nước định hướng là một trụ cột của mô hình du lịch xanh, du lịch bền vững, với hàng loạt chính sách hỗ trợ về đầu tư, phát triển sản phẩm đặc thù và bảo tồn di sản. Cùng với đó, sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ số tạo điều kiện thuận lợi để các điểm du lịch cộng đồng kết nối trực tiếp với thị trường thông qua các nền tảng trực tuyến như OTA, mạng xã hội, bản đồ số và các ứng dụng du lịch thông minh. Nhu cầu du lịch bản địa từ tầng lớp trung lưu trong nước - nhóm khách có thu nhập trung bình, ưa thích trải nghiệm, chi phí hợp lý - đang tăng nhanh và phù hợp với mô hình du lịch cộng đồng tại Lào Cai. Ngoài ra, sự hỗ trợ từ các tổ chức quốc tế, các chương trình phát triển bền vững cũng mở ra nhiều cơ hội tiếp cận tài chính, kỹ thuật và đào tạo cho cộng đồng địa phương.

Bên cạnh những cơ hội đó, mô hình du lịch cộng đồng cũng đối mặt với nhiều thách thức mang tính cấu trúc và hệ thống. Một trong những thách thức lớn nhất là sự thiếu cam kết dài hạn và thiếu ràng buộc trách nhiệm xã hội từ một bộ phận doanh nghiệp du lịch, dẫn đến tình trạng khai thác ngắn hạn, thiếu chia sẻ lợi ích với cộng đồng. Trong khi đó, cộng đồng vẫn bị phụ thuộc nhiều vào tour tuyến do doanh nghiệp tổ chức, không có nhiều tiếng nói trong quá trình thiết kế sản phẩm

và định hướng phát triển. Chính quyền cấp xã - chủ thể gần nhất với cộng đồng - lại thiếu nguồn lực tài chính, nhân lực và công cụ quản lý cần thiết để điều phối chuỗi giá trị du lịch cộng đồng một cách hiệu quả. Đặc biệt, các quan hệ lợi ích giữa cộng đồng - doanh nghiệp - chính quyền - du khách hiện nay chưa được thể chế hóa rõ ràng, khiến hệ thống dễ bị tổn thương khi có xung đột, biến động thị trường hoặc khủng hoảng như dịch bệnh xảy ra.

Bảng 4.1: Ma trận SWOT phát triển du lịch cộng đồng tỉnh Lào Cai

Nhóm yếu tố	Loại yếu tố	
Yếu tố nội tại	Điểm mạnh (Strengths): - Tài nguyên văn hóa - sinh thái đa dạng, hấp dẫn, với nhiều giá trị nguyên bản còn được bảo tồn tốt. - Một số điểm du lịch cộng đồng (Sa Pa, Bắc Hà, Tả Van...) đã tạo dựng được thương hiệu và thu hút khách ổn định. - Cộng đồng dân cư gắn bó, giàu bản sắc, có kinh nghiệm đón tiếp khách và làm du lịch bản địa. - Chính quyền tỉnh xác định DLCĐ là định hướng chiến lược, có cơ chế hỗ trợ, lồng ghép với chương trình OCOP, nông thôn mới.	Điểm yếu (Weaknesses): - Đa số người dân còn hạn chế về năng lực quản lý, ngoại ngữ, marketing và vận hành sản phẩm du lịch. - Thiếu nguồn nhân lực trẻ có tay nghề, đội ngũ hướng dẫn viên bản địa còn mỏng. - Cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch (giao thông, vệ sinh, biển chỉ dẫn...) chưa đồng bộ. - Thiếu mô hình tổ chức hiệu quả trong điều phối lợi ích và liên kết cộng đồng - doanh nghiệp - chính quyền.
Yếu tố bên ngoài	Cơ hội (Opportunities): - Chủ trương phát triển du lịch xanh, du lịch cộng đồng được Chính phủ và tỉnh ưu tiên. - Công nghệ số mở ra kênh kết nối thị trường trực tiếp (OTA, mạng xã hội, bản đồ số...). - Tầng lớp trung lưu nội địa gia tăng nhu cầu du lịch bản địa, chi phí vừa phải, quan tâm đến trải nghiệm văn hóa. - Nhiều tổ chức quốc tế và dự án hợp tác đang hỗ trợ phát triển du lịch bền vững tại Lào Cai.	Thách thức (Threats): - Doanh nghiệp có xu hướng khai thác ngắn hạn, thiếu ràng buộc trách nhiệm xã hội và phân phối lợi ích công bằng. - Cộng đồng bị phụ thuộc vào tour tuyến do doanh nghiệp tổ chức, thiếu tiếng nói trong hoạch định sản phẩm. - Chính quyền cấp xã hạn chế về nguồn lực tài chính, con người và công cụ quản lý để giám sát DLCĐ. - Quan hệ lợi ích chưa được thể chế hóa, dễ rạn nứt khi xảy ra xung đột, thị trường biến động hoặc dịch bệnh.

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

Như vậy, phát triển du lịch cộng đồng tại Lào Cai trong giai đoạn tới cần được đặt trong bối cảnh rộng hơn của chuyển đổi mô hình du lịch toàn cầu, với yêu cầu thích ứng trước rủi ro, phát huy bản sắc bản địa và xây dựng thiết chế điều phối linh hoạt.

4.1.2. Quan điểm, mục tiêu và nhiệm vụ phát triển du lịch cộng đồng tỉnh Lào Cai đến năm 2030 và tầm nhìn đến năm 2035

Trong giai đoạn hiện nay, phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai được xác định là một trong những hướng đi chiến lược nhằm gắn kết bảo tồn văn hóa với phát triển sinh kế bền vững cho người dân địa phương, góp phần thực hiện mục tiêu phát triển du lịch xanh, toàn diện và có trách nhiệm. Quan điểm phát triển du lịch cộng đồng của tỉnh Lào Cai đến năm 2030 và tầm nhìn đến năm 2035 được xác lập trên cơ sở bám sát các chiến lược phát triển kinh tế - xã hội, phù hợp với quy hoạch tổng thể phát triển du lịch, tiêu chuẩn quốc gia (TCVN 13259:2020) và tiêu chí du lịch cộng đồng ASEAN.

Trước hết, phát triển du lịch cộng đồng phải bảo đảm sự đồng bộ với các quy hoạch ngành và lãnh thổ, gắn kết chặt chẽ với chương trình xây dựng nông thôn mới, bảo đảm an ninh - quốc phòng, đồng thời nâng cao chất lượng hạ tầng, dịch vụ, hướng tới tiêu chuẩn điểm đến du lịch chất lượng cao. Bên cạnh đó, du lịch cộng đồng phát triển trên nền tảng bền vững, bảo đảm hài hòa giữa khai thác và bảo tồn; giữa phát triển kinh tế và gìn giữ giá trị văn hóa - sinh thái của địa phương. Quan điểm này nhấn mạnh việc lấy cộng đồng làm trung tâm, dựa vào nội lực là chính, song cần chủ động thu hút và phát huy hiệu quả các nguồn lực bên ngoài thông qua cơ chế liên kết, xã hội hóa và hợp tác công - tư. Đặc biệt, du lịch cộng đồng phải được phát triển như một mắt xích hữu cơ trong chuỗi giá trị du lịch toàn tỉnh, góp phần lan tỏa giá trị văn hóa, nâng cao thu nhập và cải thiện chất lượng sống cho cư dân nông thôn.

Mục tiêu chung được đặt ra là xây dựng du lịch cộng đồng trở thành loại hình du lịch đặc sắc mang bản sắc văn hóa các dân tộc, đóng vai trò động lực phát triển kinh tế - xã hội nông thôn, tạo việc làm, tăng thu nhập cho người dân, đồng thời thúc đẩy bảo tồn văn hóa và xây dựng nông thôn mới. Mục tiêu cụ thể đến năm

2030 bao gồm: phần đầu đón 1,7 triệu lượt khách du lịch cộng đồng mỗi năm; tổng thu từ du lịch cộng đồng chiếm khoảng 10% tổng thu du lịch toàn tỉnh; xây dựng 07 mô hình du lịch cộng đồng đạt tiêu chuẩn ASEAN và 25 mô hình đạt chuẩn điểm du lịch cấp tỉnh hoặc theo TCVN 13259:2020; nâng số cơ sở lưu trú kiểu homestay từ 466 lên 560 cơ sở, đồng thời tạo việc làm ổn định cho khoảng 2.500 lao động tại địa phương. Ngoài ra, sẽ hình thành các sản phẩm du lịch mới dựa trên khai thác thế mạnh đặc trưng của từng địa phương như du lịch văn hóa, du lịch sinh thái, du lịch ẩm thực, du lịch nông nghiệp và du lịch trải nghiệm.

Bảng 4.2: Tổng hợp mục tiêu phát triển du lịch cộng đồng tỉnh Lào Cai đến năm 2030

Nội dung mục tiêu	Chỉ tiêu đến năm 2030
Lượt khách du lịch cộng đồng	1,7 triệu lượt khách/năm
Tỷ trọng tổng thu từ DLCĐ trong tổng thu du lịch tỉnh	10%
Số mô hình DLCĐ đạt chuẩn ASEAN	07 mô hình
Số mô hình DLCĐ đạt chuẩn cấp tỉnh/TCVN 13259:2020	25 mô hình
Số cơ sở homestay	560 cơ sở (tăng từ 466)
Số lao động được tạo việc làm	2.500 lao động
Hình thành các sản phẩm du lịch mới	Du lịch văn hóa, sinh thái, ẩm thực, nông nghiệp, trải nghiệm

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Tầm nhìn đến năm 2035 là phát triển du lịch cộng đồng trở thành một thương hiệu mạnh của tỉnh Lào Cai, có sức cạnh tranh trong khu vực và quốc tế; được tổ chức chuyên nghiệp, vận hành theo hướng bền vững và trở thành nền tảng thúc đẩy phát triển sinh kế, giữ gìn bản sắc văn hóa - sinh thái và nâng cao chất lượng sống bền vững cho cư dân nông thôn. Du lịch cộng đồng sẽ là điểm nhấn quan trọng trong mục tiêu đưa Lào Cai trở thành trung tâm du lịch xanh của vùng trung du và miền núi Bắc Bộ.

Để hiện thực hóa các mục tiêu trên, tỉnh Lào Cai đã xác định một số nhiệm vụ trọng tâm. Trước hết là tập trung đầu tư xây dựng các mô hình điểm du lịch cộng đồng đạt chuẩn ASEAN, lựa chọn thí điểm tại các địa bàn giàu tiềm năng như Sa Pa, Bắc Hà, Bảo Yên... Đồng thời, cần hoàn thiện hệ thống hạ tầng phục vụ du lịch, ưu tiên đầu tư các hạng mục thiết yếu như đường vào bản, biển chỉ dẫn, nhà vệ sinh

công cộng và trung tâm hỗ trợ thông tin du lịch. Một nhiệm vụ then chốt khác là đào tạo và nâng cao năng lực cho người dân làm du lịch, bao gồm kỹ năng tiếp đón, thuyết minh, chế biến món ăn, ứng xử văn hóa và bảo vệ môi trường.

Bên cạnh đó, công tác xây dựng thương hiệu du lịch cộng đồng được đặt lên hàng đầu, thông qua truyền thông chuyên nghiệp, phát triển hệ thống nhận diện, sản xuất cẩm nang du lịch, bản đồ và nội dung số hóa về các điểm đến du lịch cộng đồng. Cuối cùng, tỉnh đẩy mạnh liên kết vùng, hợp tác với các doanh nghiệp lữ hành, tổ chức hội chợ và xúc tiến thị trường trong nước - quốc tế, nhằm mở rộng không gian thị trường và nâng cao vị thế du lịch cộng đồng Lào Cai trên bản đồ du lịch quốc gia và khu vực.

4.2. QUAN ĐIỂM BẢO ĐẢM HÀI HÒA QUAN HỆ LỢI ÍCH PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH LÀO CAI

Để đảm bảo phát triển du lịch cộng đồng theo hướng bền vững, công bằng và mang lại giá trị lâu dài cho mọi bên liên quan, cần xác lập một hệ thống quan điểm chỉ đạo có tính nguyên tắc, đồng thời phù hợp với đặc thù kinh tế - xã hội của địa phương. Trên cơ sở tổng kết thực tiễn tại tỉnh Lào Cai, đối chiếu với lý luận kinh tế chính trị về lợi ích và phát triển cộng đồng, luận án xác định các quan điểm nền tảng nhằm điều tiết, dẫn dắt và kiểm soát sự vận hành hài hòa các quan hệ lợi ích trong mô hình du lịch cộng đồng.

Quan điểm 1: Đặt lợi ích của cộng đồng địa phương vào vị trí trung tâm của mô hình du lịch cộng đồng. Trong kết cấu chuỗi giá trị du lịch cộng đồng, cộng đồng không chỉ là lực lượng cung ứng dịch vụ mà còn là chủ thể sở hữu tài nguyên du lịch - bao gồm văn hóa, tín ngưỡng, không gian sinh thái và tri thức bản địa. Do đó, việc bảo đảm lợi ích thực chất, rõ ràng và bền vững cho cộng đồng phải được coi là trọng tâm trong hoạch định chính sách, phân phối nguồn lực và thiết kế cơ chế hợp tác. Việc đặt lợi ích cộng đồng vào trung tâm cũng mang hàm nghĩa nâng cao vị thế thương lượng của họ trong quan hệ với doanh nghiệp và chính quyền, đồng thời chuyển hóa cộng đồng từ vai trò “thụ hưởng bị động” sang “đồng kiến tạo” mô hình phát triển. Đây không chỉ là yêu cầu đạo lý trong tiếp cận phát triển lấy con người làm trung tâm, mà còn là điều kiện tất yếu để giữ gìn bản sắc, ổn định xã hội và duy trì sinh kế lâu dài tại địa phương.

Quan điểm 2: Hải hòa lợi ích giữa các bên trên cơ sở đồng thuận, đồng kiến tạo và đồng tham gia. Hải hòa lợi ích không có nghĩa là chia đều lợi ích, mà là thiết lập cơ chế chia sẻ phù hợp với mức độ đóng góp và trách nhiệm của từng chủ thể, trên cơ sở minh bạch và thỏa thuận tự nguyện. Trong bối cảnh du lịch cộng đồng, các bên - gồm chính quyền, doanh nghiệp, cộng đồng và khách du lịch - có vai trò, nguồn lực và động cơ khác nhau. Việc hải hòa lợi ích đòi hỏi một quá trình đối thoại, điều phối và giám sát liên tục, nhằm bảo đảm tính công bằng tương đối và duy trì sự hợp tác lâu dài. Quan điểm này nhấn mạnh nguyên tắc đồng thuận - đồng kiến tạo - đồng tham gia: các chủ thể không chỉ chia sẻ lợi ích, mà còn phải cùng nhau đóng góp vào việc thiết kế sản phẩm, vận hành hoạt động và đánh giá hiệu quả. Mô hình phát triển chỉ bền vững khi tất cả các bên cảm thấy được tôn trọng, được hưởng lợi xứng đáng và có vai trò thực chất trong quá trình phát triển.

Quan điểm 3: Phát triển du lịch cộng đồng phải bảo đảm công bằng, minh bạch và có cơ chế phân phối lợi ích bền vững. Trong kinh tế chính trị học, phân phối lợi ích không chỉ là vấn đề kinh tế, mà còn là biểu hiện của công bằng xã hội và sự ổn định thể chế. du lịch cộng đồng - với tính chất đa bên, phi chính thức và gắn chặt với tài nguyên bản địa - đòi hỏi đặc biệt cao về cơ chế minh bạch tài chính, minh bạch thông tin và công bằng trong cơ hội tiếp cận thị trường. Quan điểm này đề xuất thiết lập các công cụ và thiết chế chia sẻ lợi ích rõ ràng như quy chế luân phiên phục vụ khách, quỹ cộng đồng, hợp đồng ba bên (doanh nghiệp - cộng đồng - chính quyền), và các cơ chế giám sát độc lập. Chỉ khi lợi ích được phân bổ công bằng và minh bạch, các mối quan hệ mới có thể tái sản sinh và phát triển bền vững.

Quan điểm 4: Nhà nước đóng vai trò điều tiết, tạo lập thể chế và kiểm soát sự vận hành của các quan hệ lợi ích. Trong mô hình kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam, vai trò của Nhà nước không chỉ là quản lý hành chính mà còn là thiết kế thể chế, định hướng phát triển và bảo vệ các nhóm yếu thế. Trong du lịch cộng đồng, chính quyền - đặc biệt ở cấp xã - cần chuyển từ vai trò “quản lý trên” sang “điều phối - kiến tạo”. Điều này đòi hỏi phải có các khung thể chế linh hoạt như thiết chế ba bên (chính quyền - doanh nghiệp - cộng đồng), cơ chế công khai tài chính, hệ thống phản hồi hai chiều, và các công cụ kiểm soát mềm như đánh

giá xã hội, xếp hạng cộng đồng - doanh nghiệp. Nhà nước không làm thay, nhưng phải đóng vai trò bảo lãnh cho sự công bằng và ổn định trong vận hành chuỗi giá trị du lịch cộng đồng.

Quan điểm 5: Tôn trọng sự đa dạng văn hóa và quyền tự chủ cộng đồng trong phát triển du lịch. Du lịch cộng đồng chỉ có giá trị khi giữ được linh hồn của văn hóa bản địa. Vì vậy, mọi mô hình khai thác cần phải tôn trọng đặc trưng văn hóa - tín ngưỡng - lối sống của cộng đồng dân tộc thiểu số, tránh tình trạng “diễn hóa”, đồng hóa hoặc thương mại hóa quá mức. Quan điểm này khẳng định vai trò của cộng đồng trong việc tự quyết định mức độ tham gia, loại hình sản phẩm và không gian cung ứng dịch vụ. Việc chính quyền hay doanh nghiệp áp đặt mô hình phát triển trái với nguyện vọng cộng đồng không chỉ gây xung đột, mà còn làm mất đi bản sắc và chất lượng trải nghiệm du lịch. Quyền tự chủ văn hóa và quyền tổ chức sinh kế cần được thể chế hóa như một nguyên tắc bất biến trong mọi chương trình phát triển du lịch cộng đồng.

Quan điểm 6: Tăng cường liên kết vùng và hợp tác công - tư để mở rộng thị trường, lan tỏa lợi ích. du lịch cộng đồng không thể tồn tại độc lập như một “ốc đảo” mà cần đặt trong mạng lưới liên kết vùng và chuỗi giá trị mở. Việc liên kết với các điểm đến du lịch khác trong và ngoài tỉnh, kết nối với thị trường tiêu thụ sản phẩm OCOP, dịch vụ lưu trú, logistics... sẽ mở rộng dư địa phát triển và nâng cao hiệu quả sử dụng tài nguyên. Quan điểm này cũng nhấn mạnh vai trò của hợp tác công - tư (PPP), trong đó doanh nghiệp đóng vai trò đầu tư và chuyên môn hóa sản phẩm, chính quyền đóng vai trò kiến tạo thể chế, còn cộng đồng là nền tảng văn hóa - sinh thái - nhân lực. Cơ chế liên kết bốn nhà (Nhà nước - nhà doanh nghiệp - nhà khoa học - nhà cộng đồng) cần được vận dụng linh hoạt, thích ứng với điều kiện địa phương và xu thế thị trường.

Các quan điểm trên không chỉ phản ánh yêu cầu lý luận về phân phối công bằng - quan hệ lợi ích - phát triển bền vững trong kinh tế chính trị, mà còn gắn chặt với thực tiễn triển khai du lịch cộng đồng tại Lào Cai. Đây là nền tảng định hướng cho các nhóm giải pháp cụ thể nhằm kiến tạo một hệ sinh thái du lịch cộng đồng hài hòa, cân bằng và có khả năng tái sản sinh lợi ích bền vững cho tất cả các bên liên quan.

4.3. GIẢI PHÁP BẢO ĐẢM HÀI HÒA QUAN HỆ LỢI ÍCH TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH LÀO CAI

Để giải quyết những bất cập đã phân tích ở chương trước và định hướng phát triển du lịch cộng đồng theo hướng bền vững, cần xây dựng một hệ thống giải pháp tổng thể nhằm đảm bảo hài hòa quan hệ lợi ích giữa các chủ thể: chính quyền, cộng đồng địa phương, doanh nghiệp và khách du lịch. Những giải pháp này phải được thiết kế dựa trên cơ sở thực tiễn, gắn với điều kiện đặc thù của tỉnh Lào Cai, đồng thời phản ánh đúng vai trò, trách nhiệm và quyền lợi của từng bên trong chuỗi giá trị du lịch cộng đồng.

4.3.1. Giải pháp từ phía chính quyền tỉnh Lào Cai

4.3.1.1. Thể chế hóa quan hệ lợi ích

Quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng là mối quan hệ phức tạp, đa chiều và chịu sự chi phối bởi nhiều yếu tố, trong đó thể chế - với tư cách là hệ thống các quy tắc chính thức và không chính thức điều tiết hành vi giữa các chủ thể - đóng vai trò then chốt. Thực tiễn phát triển du lịch cộng đồng tại Lào Cai giai đoạn 2019-2024 cho thấy, sự thiếu vắng các quy định pháp lý rõ ràng, các thiết chế đảm bảo phân phối công bằng, cơ chế kiểm tra - giám sát minh bạch là nguyên nhân trực tiếp dẫn tới nhiều bất cập trong việc phân phối lợi ích, phát sinh xung đột, và làm giảm niềm tin giữa các bên liên quan.

Do đó, việc thể chế hóa quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng cần được xem là giải pháp trung tâm, giữ vai trò nền tảng cho toàn bộ hệ thống chính sách hỗ trợ và điều phối phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai. Chính quyền tỉnh cần sớm ban hành một hệ thống thể chế đa tầng, đa chức năng nhằm bảo đảm nguyên tắc công bằng - minh bạch - hài hòa lợi ích giữa các chủ thể tham gia vào chuỗi giá trị du lịch cộng đồng. Cụ thể, giải pháp thể chế hóa quan hệ lợi ích cần bao gồm các nhóm nội dung sau:

Thứ nhất, ban hành bộ tiêu chí và nguyên tắc phân phối lợi ích giữa các chủ thể trong du lịch cộng đồng. Hiện nay, việc phân chia lợi ích giữa cộng đồng - doanh nghiệp - chính quyền chủ yếu dựa trên các thỏa thuận miệng, thiếu cơ sở pháp lý rõ ràng, dễ dẫn đến mâu thuẫn khi có biến động về dòng khách hoặc thay

đổi về nguồn thu. Chính quyền tỉnh cần chủ động xây dựng một bộ tiêu chí hướng dẫn phân phối lợi ích áp dụng cho các mô hình du lịch cộng đồng đang hoạt động trên địa bàn, trong đó quy định rõ: Tỷ lệ chia sẻ lợi nhuận giữa doanh nghiệp khai thác tour và cộng đồng cung cấp dịch vụ (lưu trú, văn nghệ, ẩm thực...); Mức đóng góp ngược trở lại cộng đồng dưới dạng tài trợ hạ tầng, quỹ phát triển bản làng; Trách nhiệm xã hội bắt buộc đối với doanh nghiệp du lịch hoạt động trong khu vực có yếu tố bản sắc và sinh thái nhạy cảm; Quy trình lấy ý kiến cộng đồng về mức phí tham quan, chính sách thu phí và tái đầu tư vào điểm đến.

Việc xây dựng bộ tiêu chí này cần dựa trên nguyên tắc đồng thuận, lấy ý kiến rộng rãi từ đại diện cộng đồng, doanh nghiệp và các tổ chức xã hội địa phương. Bộ tiêu chí này không chỉ là căn cứ thực thi mà còn là công cụ để giám sát, đánh giá công bằng trong thực tế.

Thứ hai, thiết lập khung thể chế đảm bảo quyền tham gia thực chất của cộng đồng trong quá trình ra quyết định. Mặc dù luật pháp hiện hành đã có quy định về quyền tham vấn cộng đồng trong quản lý tài nguyên, đất đai và quy hoạch phát triển, nhưng trong thực tiễn phát triển du lịch cộng đồng, phần lớn các quyết định quan trọng (quy hoạch, đầu tư, chia lợi nhuận, phát triển sản phẩm mới,...) vẫn được đưa ra bởi doanh nghiệp hoặc chính quyền mà không có sự tham gia đầy đủ của cộng đồng. Chính quyền tỉnh cần thiết lập một cơ chế thể chế hóa nguyên tắc "đồng quyết định có điều kiện", trong đó các kế hoạch phát triển du lịch cộng đồng phải có biên bản lấy ý kiến của cộng đồng, phải được hội đồng cộng đồng phê duyệt hoặc chấp thuận. Cần xây dựng các biểu mẫu, quy trình lấy ý kiến, công khai nội dung quy hoạch, phân bổ vốn đầu tư và đánh giá tác động đối với cộng đồng.

Ngoài ra, cần khuyến khích hình thành các ban quản lý du lịch cộng đồng do người dân bầu chọn, có tư cách pháp lý, có quyền phản biện các quyết định phát triển, giám sát hoạt động thu chi tài chính và chia sẻ lợi ích trong bản làng. Việc bảo đảm quyền tham gia thực chất sẽ giúp tăng cường trách nhiệm cộng đồng, giảm mâu thuẫn và củng cố tính chính danh của các quyết định phát triển.

Thứ ba, xây dựng cơ chế giải quyết xung đột và cơ chế phản hồi hai chiều trong quản lý lợi ích. Một quan hệ lợi ích lành mạnh không chỉ dựa trên cơ chế chia

sẽ thuận lợi mà còn cần có công cụ xử lý khi có mâu thuẫn phát sinh. Chính quyền tỉnh cần quy định rõ cơ chế khiếu nại, phản ánh, hòa giải và xử lý xung đột lợi ích trong các mô hình du lịch cộng đồng. Cần thiết lập các kênh phản ánh đa dạng (qua ứng dụng du lịch thông minh, tổng đài phản ánh, tổ hòa giải cộng đồng) và đảm bảo thời gian xử lý minh bạch, có hồi đáp.

Song song với đó, cần xây dựng cơ chế phản hồi hai chiều: từ cộng đồng và du khách đến chính quyền, từ chính quyền đến doanh nghiệp, từ doanh nghiệp đến cộng đồng. Phản hồi định kỳ giúp điều chỉnh chính sách, cải thiện dịch vụ và tăng tính minh bạch trong các mối quan hệ kinh tế - xã hội tại điểm đến.

Thứ tư, thể chế hóa cơ chế giám sát cộng đồng và minh bạch hóa thông tin tài chính trong mô hình du lịch cộng đồng. Chính quyền cần ban hành quy định yêu cầu các điểm du lịch cộng đồng và doanh nghiệp hoạt động trong khu vực du lịch cộng đồng phải công khai báo cáo tài chính định kỳ, bao gồm tổng thu, chi, phân bổ lại cho cộng đồng, đầu tư tái thiết và các khoản đóng góp xã hội. Có thể yêu cầu đăng tải công khai trên bảng tin bản làng, trang thông tin của xã, hoặc tích hợp lên nền tảng du lịch số của tỉnh.

Bên cạnh đó, cần xây dựng các tổ giám sát cộng đồng gồm đại diện các nhóm lợi ích (phụ nữ, hộ nghèo, người cao tuổi, thanh niên...) có quyền giám sát việc thu - chi, phân phối lợi ích, sử dụng quỹ cộng đồng, và phản ánh với chính quyền khi phát hiện sai phạm.

Thứ năm, thể chế hóa trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và quy chuẩn đạo đức du lịch. Tỉnh cần ban hành quy định buộc các doanh nghiệp kinh doanh du lịch tại địa bàn có yếu tố cộng đồng phải thực hiện trách nhiệm xã hội tối thiểu, bao gồm: sử dụng lao động địa phương, chia sẻ lợi ích tài chính với cộng đồng, đầu tư cải thiện điều kiện sinh hoạt cho bản làng, và không làm tổn hại đến giá trị văn hóa bản địa. Đồng thời, cần xây dựng bộ quy chuẩn đạo đức du lịch cộng đồng, áp dụng cho cả doanh nghiệp, du khách và cộng đồng để hướng tới mô hình du lịch có trách nhiệm, văn minh và nhân văn.

Thể chế hóa quan hệ lợi ích không chỉ là giải pháp hành chính - pháp lý, mà là điều kiện tiên quyết để bảo vệ vai trò trung tâm của cộng đồng trong phát triển du

lịch cộng đồng, xây dựng lòng tin giữa các chủ thể và đảm bảo tính chính danh - bền vững của quá trình phân phối lợi ích. Đối với tỉnh Lào Cai, đây là giải pháp có tính đột phá, cần được ưu tiên triển khai sớm, gắn với các quy hoạch, cơ chế tài chính và chương trình hỗ trợ đã được thiết kế.

4.3.1.2. Lồng ghép phát triển du lịch cộng đồng vào quy hoạch tổng thể và các chương trình mục tiêu quốc gia

Để khắc phục tình trạng phát triển manh mún, thiếu liên kết và bị động trong hoạt động du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai, chính quyền tỉnh cần triển khai đồng bộ giải pháp lồng ghép nội dung phát triển du lịch cộng đồng vào hệ thống quy hoạch phát triển và các chương trình mục tiêu quốc gia một cách toàn diện và có hệ thống. Đây là tiền đề để đảm bảo phân bổ nguồn lực hiệu quả, quản trị theo hướng đa ngành, và định hướng lại quan hệ lợi ích giữa các chủ thể trên nền tảng công bằng và bền vững. Cụ thể, cần thực hiện các nội dung sau:

Thứ nhất, trong quá trình rà soát, điều chỉnh và triển khai quy hoạch phát triển du lịch tỉnh Lào Cai đến năm 2030, tầm nhìn 2050, cần xây dựng một hợp phần riêng về phát triển du lịch cộng đồng. Hợp phần này cần nhấn mạnh việc bảo tồn di sản văn hóa dân tộc thiểu số, phát triển sinh kế gắn với du lịch, và đảm bảo phân phối lợi ích giữa các bên một cách hài hòa. Mỗi huyện nên xác định ít nhất một số điểm du lịch cộng đồng trọng điểm, có phân kỳ đầu tư cụ thể, gắn với kế hoạch phát triển hạ tầng, nguồn nhân lực và quản trị tài nguyên văn hóa.

Thứ hai, cần tích hợp nội dung phát triển du lịch cộng đồng vào các quy hoạch không gian có liên quan như: quy hoạch sử dụng đất, quy hoạch xây dựng nông thôn mới, quy hoạch không gian văn hóa - sinh thái. Trên cơ sở đó, thiết lập hành lang pháp lý bảo vệ các vùng lõi văn hóa cộng đồng, kiểm soát quá trình đô thị hóa, bê tông hóa, và thương mại hóa quá mức tại các bản làng du lịch. Đồng thời, quy hoạch cần xác định các vùng hạn chế hoặc không phát triển du lịch đại trà để bảo tồn tính nguyên bản của không gian sống và hệ giá trị văn hóa bản địa.

Thứ ba, triển khai lồng ghép du lịch cộng đồng như một cấu phần chính thức trong các chương trình mục tiêu quốc gia, gồm: Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới: công nhận du lịch cộng đồng là chỉ tiêu đánh giá xã nông thôn

mới nâng cao; ưu tiên đầu tư hạ tầng du lịch như nhà vệ sinh công cộng, trung tâm thông tin du lịch, đường vào bản; Chương trình mục tiêu quốc gia giảm nghèo bền vững: xác định du lịch cộng đồng là mô hình sinh kế hiệu quả tại vùng cao; hỗ trợ người dân tiếp cận vốn ưu đãi, học nghề và khởi sự kinh doanh du lịch; Chương trình OCOP cấp tỉnh: xây dựng dòng sản phẩm OCOP du lịch cộng đồng (dịch vụ lưu trú, ẩm thực bản địa, tour trải nghiệm văn hóa, tour nông nghiệp,...), đồng thời hỗ trợ tiêu chuẩn hóa, xếp hạng và xây dựng thương hiệu tập thể.

Thứ tư, tích hợp đầy đủ dữ liệu về du lịch cộng đồng vào hệ thống quản trị du lịch thông minh của tỉnh, từ đó nâng cao khả năng giám sát, đánh giá hiệu quả và hỗ trợ ra quyết định cho chính quyền, doanh nghiệp và cộng đồng. Việc tích hợp này còn giúp quảng bá điểm đến, gia tăng kết nối thị trường và tiếp cận kênh du lịch số hiệu quả hơn.

Việc triển khai giải pháp lồng ghép nói trên sẽ không chỉ giúp nâng cao hiệu quả quản lý tài nguyên, điều phối liên ngành và huy động nguồn lực bền vững, mà quan trọng hơn, sẽ tạo lập nền tảng thể chế vững chắc để quản lý hài hòa quan hệ lợi ích giữa chính quyền - cộng đồng - doanh nghiệp - du khách trong phát triển du lịch cộng đồng theo hướng công bằng và bền vững.

4.3.1.3. Thiết lập cơ chế tài chính đặc thù hỗ trợ cộng đồng phát triển du lịch tại các vùng khó khăn

Một trong những rào cản lớn nhất đối với việc nâng cao vai trò chủ thể của cộng đồng trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai là sự thiếu hụt nguồn lực tài chính ban đầu và khó khăn trong tiếp cận tín dụng. Trong khi đó, phần lớn các điểm du lịch cộng đồng có tiềm năng phát triển lại phân bố tại vùng sâu, vùng xa - nơi hạ tầng còn yếu kém, chi phí khởi sự cao, rủi ro lớn và khả năng thu hồi vốn chậm. Nếu không có cơ chế tài chính đặc thù can thiệp, mô hình du lịch cộng đồng có nguy cơ bị chiếm lĩnh bởi các doanh nghiệp bên ngoài hoặc bị biến dạng theo hướng thương mại hóa cực đoan, làm mất đi vai trò và lợi ích thực chất của cộng đồng.

Trên cơ sở đó, chính quyền tỉnh Lào Cai cần khẩn trương nghiên cứu, thiết kế và triển khai cơ chế tài chính đặc thù hỗ trợ cộng đồng phát triển du lịch cộng đồng tại vùng khó khăn, tập trung vào các giải pháp sau:

Thứ nhất, thiết lập Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch cộng đồng cấp tỉnh, có thể là một quỹ độc lập hoặc được lồng ghép trong Quỹ phát triển du lịch tỉnh Lào Cai. Quỹ này cần huy động từ nhiều nguồn: ngân sách tỉnh, hỗ trợ từ Trung ương, vốn hợp tác quốc tế, và đóng góp từ các doanh nghiệp được hưởng lợi từ hệ sinh thái du lịch địa phương. Nguồn quỹ sẽ được sử dụng linh hoạt để: Cấp vốn vay ưu đãi hoặc tài trợ không hoàn lại cho cộng đồng nhằm cải tạo homestay, nâng cấp cảnh quan, phát triển dịch vụ du lịch đặc thù; Hỗ trợ một phần chi phí tổ chức các khóa đào tạo nghề, kỹ năng đón khách, quảng bá văn hóa; Đầu tư các hạng mục thiết yếu như nhà vệ sinh, biển chỉ dẫn du lịch, hệ thống wifi công cộng, lắp mã QR hướng dẫn,... nhằm nâng cao chất lượng trải nghiệm và chuẩn hóa dịch vụ cơ bản.

Thứ hai, thiết kế và triển khai chính sách tín dụng ưu đãi đặc thù cho các hộ làm du lịch cộng đồng, phối hợp với Ngân hàng Chính sách xã hội, các quỹ tín dụng nhân dân hoặc ngân hàng thương mại tại địa phương. Chính sách này cần bao gồm các nội dung như: cho vay tín chấp, lãi suất thấp, thời gian ân hạn dài và ưu tiên đặc biệt cho các hộ nghèo, cận nghèo, đồng bào dân tộc thiểu số có nguyện vọng phát triển sinh kế từ du lịch cộng đồng.

Thứ ba, áp dụng chính sách miễn, giảm thuế, phí và lệ phí cấp phép kinh doanh đối với các mô hình tổ hợp tác, tổ văn nghệ dân gian, homestay cộng đồng đang hoạt động tại các vùng đặc biệt khó khăn. Điều này nhằm giảm thiểu gánh nặng thủ tục và tạo điều kiện thuận lợi cho người dân tham gia chính thức vào nền kinh tế du lịch.

Thứ tư, lồng ghép việc hỗ trợ phát triển du lịch cộng đồng vào các chương trình khởi nghiệp, chương trình việc làm, chương trình đào tạo nghề gắn với thị trường lao động địa phương. Cần đặc biệt ưu tiên các hộ, nhóm hộ có khả năng đổi mới mô hình kinh doanh, cung cấp sản phẩm OCOP - du lịch hoặc tham gia vào chuỗi cung ứng dịch vụ của điểm đến.

Thứ năm, hỗ trợ các điểm du lịch cộng đồng xây dựng hồ sơ sản phẩm - dịch vụ du lịch nhằm đăng ký chứng nhận chất lượng, gắn sao homestay, gắn nhãn OCOP và được kết nối với hệ thống thương mại điện tử. Đây là bước quan trọng để giúp cộng đồng tiếp cận thị trường rộng lớn, nâng cao giá trị sản phẩm và gia tăng lợi ích thu được một cách minh bạch.

Việc thiết lập cơ chế tài chính đặc thù không chỉ nhằm giải quyết bài toán thiếu vốn khởi đầu, mà còn thể hiện vai trò kiến tạo phát triển của Nhà nước trong bảo vệ nhóm yếu thế, thúc đẩy công bằng xã hội và khơi dậy nội lực cộng đồng trong xây dựng sinh kế bền vững. Khi đi đôi với quy hoạch tích hợp (4.2.1.2), đây sẽ là một bước tiến căn cơ để chính quyền tỉnh Lào Cai chuyển đổi du lịch cộng đồng từ mô hình tự phát sang hướng chuyên nghiệp, có quản trị và có khả năng nhân rộng bền vững trong giai đoạn mới.

4.3.1.4. Xây dựng cơ chế phản hồi hai chiều và công khai hóa thông tin về lợi ích.

Trong bối cảnh quan hệ lợi ích giữa các chủ thể trong phát triển du lịch cộng đồng tại Lào Cai ngày càng đa dạng, phức tạp và tiềm ẩn nhiều mâu thuẫn, thì việc thiết lập một cơ chế phản hồi hai chiều hiệu quả và minh bạch hóa thông tin về phân phối lợi ích là yêu cầu cấp thiết, nhằm củng cố niềm tin giữa các bên, tăng cường sự tham gia có trách nhiệm và phòng ngừa xung đột lợi ích.

Trên thực tế, một trong những nguyên nhân dẫn đến sự thiếu công bằng trong phân phối lợi ích chính là sự bất đối xứng thông tin, khi cộng đồng không biết rõ doanh nghiệp thu bao nhiêu, chi bao nhiêu, đóng góp lại cho bản bao nhiêu; hoặc khi chính quyền không có đủ công cụ để giám sát luồng lợi ích giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị du lịch. Bên cạnh đó, nhiều ý kiến phản ánh từ cộng đồng hoặc du khách không đến được nơi cần thiết, hoặc không có cơ chế xử lý, dẫn đến tâm lý thụ động, mất niềm tin hoặc bức xúc âm ỉ. Để khắc phục tình trạng này, chính quyền tỉnh Lào Cai cần chủ trì xây dựng và vận hành một hệ thống phản hồi - giám sát - minh bạch hóa thông tin về lợi ích, với các nội dung cụ thể như sau:

Thứ nhất, thiết lập kênh phản hồi hai chiều giữa các chủ thể liên quan. Hệ thống phản hồi phải được thiết kế theo nguyên tắc mở, dễ tiếp cận và có hồi đáp, trong đó đảm bảo ít nhất ba chiều thông tin:

- Cộng đồng phản ánh lên chính quyền về những bất cập trong phân phối lợi ích, việc thu phí, quy hoạch, can thiệp của doanh nghiệp hoặc tổ chức sự kiện du lịch làm ảnh hưởng đến sinh kế.

- Du khách phản ánh lên cơ quan quản lý hoặc ban quản lý du lịch cộng

đồng về chất lượng dịch vụ, giá cả, hành vi thiếu chuyên nghiệp của người dân hoặc doanh nghiệp.

- Chính quyền - doanh nghiệp - cộng đồng phản hồi qua lại để thống nhất các điều chỉnh chính sách, quy trình tổ chức sự kiện, xây dựng sản phẩm, hoặc xử lý khiếu nại.

Các kênh phản hồi có thể gồm: hòm thư góp ý tại bản du lịch, ứng dụng du lịch thông minh tích hợp phản ánh (mobile app hoặc web), tổ đối thoại định kỳ hàng quý giữa đại diện chính quyền, cộng đồng và doanh nghiệp, và các hội nghị dân chủ bản định kỳ. Quan trọng nhất là cần quy định rõ thời gian xử lý, đơn vị tiếp nhận, trách nhiệm phản hồi và hình thức công bố kết quả xử lý, để người dân và du khách tin tưởng sử dụng và tham gia giám sát.

Thứ hai, công khai hóa thông tin tài chính và phân phối lợi ích một cách thường xuyên và chuẩn hóa. Chính quyền địa phương cần ban hành quy định bắt buộc các mô hình du lịch cộng đồng và các doanh nghiệp khai thác du lịch cộng đồng tại địa phương phải thực hiện báo cáo định kỳ về:

- Doanh thu hàng quý/năm từ các hoạt động du lịch (lưu trú, ăn uống, tour, vé...);
- Tỷ lệ chi trả cho người dân, tổ chức cộng đồng (văn nghệ, dịch vụ phục vụ, hướng dẫn);
- Các khoản đóng góp cho quỹ cộng đồng hoặc các hoạt động xã hội (sửa trường học, nâng cấp đường bản, bảo tồn văn hóa...).

Các báo cáo này cần được công khai tại nơi cộng đồng dễ tiếp cận: bảng thông tin bản làng, trang web của xã hoặc tích hợp vào cổng thông tin du lịch thông minh của tỉnh. Có thể khuyến khích sử dụng các bảng thông tin điện tử (LCD) tại điểm du lịch để công bố tỷ lệ khách hài lòng, chỉ số minh bạch lợi ích, hoặc các con số tổng kết hàng năm.

Đồng thời, chính quyền cần xây dựng biểu mẫu báo cáo chuẩn, dễ hiểu, có biểu đồ, phân tích so sánh năm - quý, để người dân không có chuyên môn vẫn có thể hiểu và theo dõi.

Thứ ba, tổ chức cơ chế kiểm tra - giám sát việc công khai và phản hồi. Để

tránh việc công khai hình thức hoặc phản hồi nửa vời, chính quyền tỉnh cần thành lập tổ kiểm tra liên ngành cấp huyện/xã để giám sát việc thực hiện công khai lợi ích và phản hồi đúng quy trình. Đồng thời, cần giao nhiệm vụ cho tổ giám sát cộng đồng - gồm đại diện các nhóm xã hội (già làng, phụ nữ, thanh niên, người dân tộc thiểu số, người làm du lịch) - kiểm tra tại chỗ việc sử dụng quỹ cộng đồng, mức chi trả cho các nhóm cung ứng dịch vụ (ẩm thực, văn nghệ, hướng dẫn...), từ đó phát hiện sớm các sai phạm, gian lận hoặc chiếm đoạt lợi ích. Tỉnh cũng nên thí điểm cơ chế “chấm điểm minh bạch” cho từng bản du lịch cộng đồng và doanh nghiệp hoạt động tại vùng du lịch cộng đồng, làm tiêu chí trong đánh giá, xếp hạng và hỗ trợ đầu tư.

Thứ tư, tích hợp công nghệ số để nâng cao hiệu quả phản hồi và minh bạch hóa. Trong bối cảnh tỉnh Lào Cai đang xây dựng nền tảng du lịch thông minh, cần tích hợp chức năng phản ánh dịch vụ - giám sát lợi ích - khảo sát mức độ hài lòng - cảnh báo xung đột lợi ích vào nền tảng số của tỉnh (app du lịch Lào Cai hoặc web quản trị). Hệ thống có thể thu nhận đánh giá của du khách sau mỗi chuyến đi, cập nhật dữ liệu phân phối lợi ích, tỷ lệ đóng góp của doanh nghiệp cho cộng đồng và cảnh báo sớm nếu tỷ lệ này giảm dưới mức tối thiểu. Ngoài ra, nên khuyến khích các bản làng du lịch cộng đồng sử dụng mã QR tại điểm dịch vụ để du khách quét, đánh giá và gửi phản hồi trực tiếp cho chính quyền.

Cơ chế phản hồi hai chiều và công khai hóa thông tin về lợi ích là trụ cột quan trọng để xây dựng mô hình du lịch cộng đồng dân chủ, có trách nhiệm và minh bạch. Đối với tỉnh Lào Cai, đây không chỉ là giải pháp kỹ thuật mà còn là giải pháp thể chế mang tính đổi mới quản trị, giúp đảm bảo phân phối công bằng, tăng cường giám sát xã hội và củng cố lòng tin giữa các chủ thể. Việc thiết lập hệ thống minh bạch - phản hồi hiệu quả sẽ tạo ra động lực nội sinh mạnh mẽ, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ, sự gắn bó của cộng đồng và tính bền vững của du lịch cộng đồng trong dài hạn.

4.3.1.5. Nâng cao năng lực điều phối của chính quyền cấp xã trong điều tiết quan hệ lợi ích

Chính quyền cấp xã đóng vai trò tuyến đầu trong quản lý phát triển du lịch

cộng đồng tại tỉnh Lào Cai. Đây là cấp chính quyền gần gũi nhất với cộng đồng dân cư và có ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình tổ chức, giám sát, điều phối các hoạt động du lịch gắn với bản làng, tài nguyên văn hóa - sinh thái và đời sống cộng đồng địa phương. Tuy nhiên, thực tế triển khai tại nhiều xã có điểm du lịch cộng đồng cho thấy chính quyền cấp cơ sở hiện còn gặp nhiều hạn chế trong việc thực hiện chức năng điều tiết quan hệ lợi ích giữa các chủ thể, bao gồm: thiếu hiểu biết chuyên sâu về mô hình du lịch cộng đồng, năng lực thể chế hóa còn yếu, thiếu công cụ giám sát và thiếu cơ chế phối hợp hiệu quả với doanh nghiệp - cộng đồng - du khách.

Do vậy, để đảm bảo hiệu lực quản lý nhà nước tại địa bàn và hướng đến xây dựng mô hình du lịch cộng đồng hài hòa, công bằng, chính quyền tỉnh cần có chiến lược bài bản nhằm nâng cao năng lực điều phối của chính quyền cấp xã trong điều tiết quan hệ lợi ích. Giải pháp này cần được thực hiện theo các nội dung cụ thể sau:

Thứ nhất, đào tạo chuyên sâu cho cán bộ xã về quản trị du lịch cộng đồng và điều tiết quan hệ lợi ích. Chính quyền cấp xã cần được trang bị kiến thức chuyên môn không chỉ về du lịch mà còn về kinh tế chính trị của phân phối lợi ích, kỹ năng làm việc với doanh nghiệp, tổ chức đối thoại với cộng đồng, kỹ năng xử lý xung đột lợi ích, tổ chức họp dân lấy ý kiến, giám sát việc thực hiện cam kết phân chia lợi ích trong hợp đồng dịch vụ,... Việc đào tạo không chỉ dành cho cán bộ văn hóa - xã hội, mà nên mở rộng cho Chủ tịch, Phó Chủ tịch xã, trưởng thôn, công an viên, cán bộ mặt trận tổ quốc để bảo đảm sự phối hợp liên ngành tại cơ sở. Chương trình đào tạo cần gắn với thực tế địa phương, có các tình huống giả định về mâu thuẫn lợi ích, có chuyên gia cố vấn và tổ chức học hỏi kinh nghiệm từ các điểm du lịch cộng đồng thành công tại các tỉnh như Sơn La, Hà Giang.

Thứ hai, giao quyền rõ ràng và tăng cường trách nhiệm pháp lý của chính quyền xã trong điều phối lợi ích. Hiện nay, nhiều chính quyền xã chỉ làm “trung gian hành chính” trong các hoạt động du lịch tại địa phương, thiếu quy định pháp lý về vai trò điều phối - giám sát - hòa giải trong phân phối lợi ích. Tỉnh cần ban hành hướng dẫn cụ thể xác lập vai trò chính quyền xã là “bên điều phối công bằng và tạo đồng thuận” giữa các bên trong phát triển du lịch cộng đồng. Cần giao quyền cho chính quyền xã trong việc:

- Phê duyệt kế hoạch tổ chức tour, sự kiện do doanh nghiệp đề xuất trên địa bàn;
- Làm trung gian thương lượng giữa cộng đồng và doanh nghiệp về hợp đồng dịch vụ và phân chia lợi ích;
- Giám sát việc sử dụng quỹ cộng đồng, chi trả cho các nhóm dân cư tham gia phục vụ du lịch;
- Tổ chức các cuộc họp cộng đồng dân chủ để lấy ý kiến và công bố thông tin liên quan đến lợi ích.

Đồng thời, cần gắn việc thực hiện chức năng điều tiết lợi ích vào chỉ tiêu thi đua, đánh giá công chức xã hàng năm, qua đó khuyến khích trách nhiệm và tính chủ động.

Thứ ba, thiết lập các công cụ hỗ trợ chính quyền xã trong công tác điều tiết và giám sát. Một trong những rào cản lớn đối với năng lực điều phối của cấp xã là thiếu công cụ hành chính và công nghệ hỗ trợ. Chính quyền tỉnh cần cung cấp cho xã các biểu mẫu chuẩn về hợp đồng dịch vụ du lịch cộng đồng, bảng phân chia lợi ích, mẫu báo cáo thu - chi, mẫu biên bản họp dân,... Đồng thời, cần xây dựng phần mềm quản lý điểm DLCĐ cấp xã (có thể tích hợp vào hệ thống du lịch thông minh của tỉnh) để xã cập nhật thông tin khách đến, doanh thu dịch vụ, danh sách hộ tham gia, số lượt phục vụ, mức chi trả,... từ đó có cơ sở quản lý minh bạch và định kỳ công khai. Ngoài ra, cần bố trí ngân sách cấp huyện để xã có thể tổ chức các hoạt động kiểm tra, khảo sát, tập huấn nội bộ về điều tiết lợi ích tại điểm du lịch cộng đồng.

Thứ tư, tăng cường phối hợp liên ngành giữa chính quyền xã với các tổ chức đoàn thể, ban quản lý cộng đồng và doanh nghiệp. Việc điều tiết quan hệ lợi ích không thể do riêng xã thực hiện mà cần có mạng lưới phối hợp rộng hơn gồm mặt trận tổ quốc, hội phụ nữ, đoàn thanh niên, già làng, người có uy tín, đại diện hộ làm du lịch, và doanh nghiệp dịch vụ du lịch. Chính quyền xã cần chủ trì xây dựng cơ chế phối hợp định kỳ, ví dụ: tổ chức họp quý giữa các bên để rà soát hợp đồng, thảo luận các bất cập, điều chỉnh tỷ lệ lợi ích, và phân xử mâu thuẫn phát sinh. Đồng thời, xã cần khuyến khích cộng đồng lập các ban điều hành du lịch bản, tổ dịch vụ (ẩm thực, lưu trú, hướng dẫn...), hội đồng phản biện cộng đồng để hỗ trợ chính quyền giám sát lợi ích nội bộ.

Thứ năm, xây dựng cơ chế phản hồi và đánh giá hiệu quả điều phối của cấp xã. Chính quyền tỉnh cần bổ sung chỉ số đánh giá năng lực điều tiết quan hệ lợi ích trong Bộ tiêu chí xã văn hóa - du lịch hoặc Bộ tiêu chí nông thôn mới nâng cao. Có thể áp dụng hình thức đánh giá xã bởi cộng đồng: hằng năm, cộng đồng sẽ chấm điểm về sự công bằng, minh bạch, mức độ phản hồi, khả năng giải quyết xung đột,... từ chính quyền xã trong điều phối lợi ích du lịch. Kết quả đánh giá này được công khai tại hội nghị dân chủ xã, đồng thời là căn cứ để tỉnh hỗ trợ ưu tiên nguồn lực.

Việc nâng cao năng lực điều phối của chính quyền cấp xã là giải pháp quan trọng mang tính bản lề nhằm đảm bảo hiệu quả thực thi các chính sách về công bằng - minh bạch - đồng thuận trong phát triển du lịch cộng đồng. Chính quyền cấp xã không chỉ là “cánh tay nối dài” của cấp tỉnh, mà cần trở thành trung tâm kiến tạo thể chế ở cơ sở, điều tiết hài hòa lợi ích, xử lý linh hoạt mâu thuẫn, và đồng hành với cộng đồng trong xây dựng một mô hình du lịch bền vững - có trách nhiệm - lấy con người làm trung tâm. Đầu tư cho chính quyền cơ sở chính là đầu tư cho sự ổn định và phát triển lâu dài của quan hệ lợi ích tại các điểm du lịch cộng đồng.

4.3.1.6. Điều phối liên chủ thể: doanh nghiệp - cộng đồng - du khách

Phát triển du lịch cộng đồng là quá trình đan xen phức tạp giữa nhiều chủ thể với lợi ích, năng lực và mức độ ảnh hưởng khác nhau. Trong đó, doanh nghiệp, cộng đồng địa phương và du khách là ba chủ thể then chốt tạo thành “tam giác lợi ích” có tính tương hỗ nhưng cũng tiềm ẩn xung đột nếu thiếu cơ chế điều phối hiệu quả. Thực tiễn tại tỉnh Lào Cai giai đoạn 2019-2024 cho thấy, mối quan hệ giữa ba chủ thể này thường diễn ra thiếu minh bạch, thiếu cam kết chia sẻ trách nhiệm, dẫn đến nhiều hệ lụy như: doanh nghiệp lấn át lợi ích cộng đồng, cộng đồng phục vụ thụ động hoặc thương mại hóa văn hóa, còn du khách thì thiếu nhận thức về du lịch bền vững.

Để đảm bảo phân phối lợi ích hài hòa, nâng cao hiệu quả tương tác và phát huy vai trò tích cực của từng chủ thể, chính quyền tỉnh Lào Cai cần xây dựng cơ chế điều phối liên chủ thể, hướng tới thiết lập các chuẩn mực ứng xử, cơ chế hợp tác ràng buộc và môi trường tin cậy lẫn nhau giữa doanh nghiệp - cộng đồng - du khách. Giải pháp này cần tập trung vào các nội dung chính sau:

Thứ nhất, thiết lập cơ chế đối thoại định kỳ ba bên giữa doanh nghiệp - cộng đồng - chính quyền. Chính quyền địa phương (đặc biệt là cấp xã/huyện) cần chủ trì tổ chức các diễn đàn đối thoại định kỳ giữa doanh nghiệp hoạt động trên địa bàn, đại diện cộng đồng dân cư tại các điểm du lịch cộng đồng, và cơ quan quản lý nhà nước. Mục tiêu của đối thoại là: Trao đổi kế hoạch phát triển du lịch, tổ chức tour, sự kiện, sản phẩm mới; Thương lượng tỷ lệ chia sẻ lợi ích, phân bổ doanh thu, đầu tư lại cho bản làng; Thống nhất cách xử lý các vấn đề phát sinh như ô nhiễm, an ninh, xâm phạm văn hóa, sự không hài lòng của du khách; Cùng xây dựng nguyên tắc ứng xử, chuẩn hóa dịch vụ, và phân công trách nhiệm giữa các bên. Việc đối thoại cần được thể chế hóa bằng quy chế phối hợp ba bên, có biên bản làm việc và thông tin công khai đến toàn cộng đồng.

Thứ hai, ký kết hợp đồng ba bên hoặc cam kết tự nguyện có ràng buộc trách nhiệm. Để giảm thiểu rủi ro và tránh mâu thuẫn lợi ích, chính quyền nên khuyến khích và hỗ trợ ký kết hợp đồng hợp tác ba bên (tripartite contract) giữa doanh nghiệp - cộng đồng - chính quyền xã/huyện trong các dự án khai thác du lịch. Hợp đồng cần quy định rõ: Trách nhiệm tài chính, kỹ thuật và nhân lực của doanh nghiệp; Tỷ lệ lợi nhuận chia cho cộng đồng, hình thức đóng góp phi tài chính; Cơ chế kiểm tra, giám sát, giải quyết tranh chấp; Cam kết tôn trọng bản sắc văn hóa và quyền lợi cộng đồng. Trong trường hợp chưa đủ điều kiện ký hợp đồng pháp lý, có thể sử dụng bản cam kết đạo đức (code of conduct) giữa các bên, do UBND xã chứng kiến, có giá trị ràng buộc xã hội và tạo nền tảng xây dựng lòng tin lâu dài.

Thứ ba, xây dựng bộ quy tắc ứng xử chung giữa doanh nghiệp, cộng đồng và du khách. Sự hài hòa lợi ích không thể đạt được nếu thiếu các chuẩn mực đạo đức và ứng xử tôn trọng lẫn nhau. Tỉnh Lào Cai cần xây dựng và ban hành bộ quy tắc ứng xử trong du lịch cộng đồng, áp dụng cho cả ba chủ thể: Doanh nghiệp cam kết chia sẻ lợi ích công bằng, đầu tư dài hạn, bảo vệ tài nguyên và văn hóa bản địa; Cộng đồng phục vụ du khách văn minh, giữ gìn môi trường sống, không chèo kéo - nâng giá - thương mại hóa di sản; Du khách tôn trọng văn hóa, phong tục tập quán, góp ý đúng nơi, tiêu dùng có trách nhiệm và không để lại tác động tiêu cực. Bộ quy tắc cần được thể hiện dưới nhiều hình thức: bản in tại điểm du lịch, ký hiệu đồ họa

tại các homestay, biển chỉ dẫn công cộng, video hướng dẫn, ứng dụng du lịch,...

Thứ tư, hình thành và hỗ trợ mạng lưới hợp tác công - tư - cộng đồng (PPP-C). Tỉnh cần khuyến khích hình thành các liên minh hợp tác giữa doanh nghiệp - tổ hợp tác cộng đồng - cơ quan nhà nước, để cùng phát triển sản phẩm du lịch, cùng đầu tư hạ tầng nhỏ (vệ sinh, wifi, điểm dừng chân), cùng tiếp thị điểm đến. Đây là mô hình PPP mở rộng có sự tham gia chủ động của cộng đồng (PPP-C), không chỉ nhằm chia sẻ chi phí mà còn chia sẻ quyền ra quyết định và quyền lợi thu được. Chính quyền cần hỗ trợ thể chế (hướng dẫn ký kết hợp tác), hỗ trợ kỹ thuật (lập kế hoạch kinh doanh) và hỗ trợ kết nối thị trường (qua nền tảng số, hội chợ, OCOP).

Thứ năm, tích hợp cơ chế phản hồi chéo và đánh giá liên chủ thể. Cần phát triển hệ thống phản hồi đa chiều, trong đó: Doanh nghiệp có thể đánh giá mức độ hợp tác và thái độ phục vụ của cộng đồng; Cộng đồng có thể đánh giá cam kết chia sẻ lợi ích và hành vi khai thác của doanh nghiệp; Du khách đánh giá cả hai chủ thể về chất lượng dịch vụ và môi trường du lịch. Kết quả đánh giá liên chủ thể cần được tích hợp vào hệ thống du lịch thông minh của tỉnh, làm cơ sở xếp hạng bản du lịch cộng đồng, xếp hạng doanh nghiệp bền vững, và công bố rộng rãi để tạo áp lực cải thiện minh bạch - trách nhiệm - đạo đức nghề nghiệp.

Việc điều phối liên chủ thể giữa doanh nghiệp - cộng đồng - du khách là yêu cầu tất yếu trong mô hình du lịch cộng đồng hiện đại, nhằm chuyển từ trạng thái “cộng đồng phục vụ - doanh nghiệp thu lợi” sang mô hình “cùng tạo giá trị - cùng chia sẻ lợi ích - cùng chịu trách nhiệm”. Với vai trò điều phối trung tâm, chính quyền tỉnh Lào Cai cần thể chế hóa các nguyên tắc, chuẩn hóa công cụ hợp tác, khuyến khích xây dựng lòng tin và nền tảng pháp lý để các bên hợp tác hiệu quả. Khi ba chủ thể chính hoạt động trong một cơ chế minh bạch, có đối thoại và có trách nhiệm lẫn nhau, du lịch cộng đồng sẽ trở thành mô hình phát triển xanh, bao trùm và bền vững thực sự tại các vùng khó khăn.

4.3.1.7. Thiết lập cơ chế chia sẻ rủi ro và bảo đảm công bằng lợi ích giữa các chủ thể

Trong phát triển du lịch cộng đồng, mối quan hệ lợi ích giữa các chủ thể không chỉ dừng lại ở việc phân chia thành quả, mà còn bao hàm cả trách nhiệm

cùng gánh vác rủi ro phát sinh trong quá trình phát triển. Tính chất bất định của ngành du lịch - từ thiên tai, dịch bệnh, biến động thị trường, đến các xung đột văn hóa hoặc sai lệch trong kỳ vọng - đã cho thấy rõ nhu cầu cấp thiết phải xây dựng một cơ chế chia sẻ rủi ro công bằng và có khả năng điều tiết giữa các bên liên quan.

Tuy nhiên, tại tỉnh Lào Cai hiện nay, hệ thống chính sách liên quan đến chia sẻ rủi ro trong du lịch cộng đồng vẫn còn sơ khai, rời rạc và mang tính phản ứng bị động. Phần lớn các rủi ro khi xảy ra - như thiệt hại do dịch COVID-19, sự cố truyền thông, xung đột trong quá trình tổ chức tour - đều được xử lý theo hướng “tùy trường hợp”, thiếu một quy trình chuẩn hóa và thiếu sự phối hợp ba bên giữa doanh nghiệp, cộng đồng và chính quyền. Điều này khiến một bên (thường là cộng đồng) phải gánh phần rủi ro lớn hơn, dẫn tới mất niềm tin, thụ động hóa vai trò của người dân trong phát triển du lịch và làm suy giảm tính bền vững của mô hình du lịch cộng đồng.

Để khắc phục hạn chế đó, chính quyền tỉnh Lào Cai cần chủ động thiết lập một cơ chế chia sẻ rủi ro và điều phối lợi ích rõ ràng, đồng thời bảo đảm công bằng trong việc phân bổ trách nhiệm giữa các chủ thể trong chuỗi giá trị du lịch cộng đồng. Cơ chế này có thể gồm các nội dung sau:

Thứ nhất, xây dựng Quỹ hỗ trợ và chia sẻ rủi ro trong du lịch cộng đồng cấp tỉnh hoặc cấp xã. Quỹ này có thể được hình thành từ các nguồn: (i) ngân sách địa phương; (ii) đóng góp từ doanh nghiệp hưởng lợi; (iii) tài trợ từ các chương trình quốc gia hoặc quốc tế. Quỹ sẽ được sử dụng để hỗ trợ cộng đồng và các hộ làm du lịch khắc phục hậu quả sau thiên tai, dịch bệnh, hoặc trong các trường hợp bị tổn thất do sự cố ngoài ý muốn (tour bị hủy, khách hủy phòng, thất thu do thị trường sụt giảm...).

Thứ hai, thể chế hóa hợp đồng hợp tác ba bên (tripartite contracts) giữa doanh nghiệp - cộng đồng - chính quyền. Trong đó, mỗi bên phải cam kết rõ: (i) phần lợi ích được hưởng; (ii) trách nhiệm khi rủi ro xảy ra; (iii) cơ chế xử lý tranh chấp. Hợp đồng cần được xác nhận bởi UBND cấp xã để tăng tính pháp lý và bảo vệ lợi ích cộng đồng trước các chủ thể có tiềm lực mạnh hơn.

Thứ ba, quy định mức tối thiểu chia sẻ doanh thu hoặc cam kết đầu tư trở

lại cho cộng đồng. Chính quyền có thể ban hành chính sách yêu cầu doanh nghiệp khi tổ chức tour tại địa phương phải cam kết một tỷ lệ doanh thu (ví dụ 10-15%) được tái đầu tư cho cộng đồng dưới các hình thức: hỗ trợ cơ sở hạ tầng, tài trợ lễ hội văn hóa, đào tạo nghề hoặc cải thiện chất lượng dịch vụ homestay. Mức chia sẻ này nên được lồng ghép vào tiêu chí đánh giá chất lượng tour hoặc điều kiện cấp phép hoạt động.

Thứ tư, phát triển thiết chế hòa giải văn hóa và chia sẻ rủi ro tại cộng đồng. Chính quyền cấp xã/huyện cần thành lập các tổ chức trung gian như “Tổ điều phối du lịch cộng đồng” hoặc “Hội đồng đại diện cộng đồng du lịch cộng đồng”, có nhiệm vụ làm cầu nối giữa người dân và doanh nghiệp, đồng thời là đơn vị xử lý tranh chấp nhỏ, tiếp nhận phản ánh của du khách, hỗ trợ hòa giải các mâu thuẫn lợi ích phát sinh.

Thứ năm, tích hợp chia sẻ rủi ro vào các chương trình đào tạo và hướng dẫn thực hành. Cần tổ chức các lớp tập huấn về hợp tác công - tư - cộng đồng, kỹ năng ký kết hợp đồng, ứng xử khi có khủng hoảng, và trách nhiệm xã hội trong phát triển du lịch cộng đồng. Điều này giúp nâng cao năng lực của cả cộng đồng và chính quyền cấp xã trong việc chủ động tham gia kiểm soát rủi ro.

Thứ sáu, tăng cường giám sát, công khai và đánh giá định kỳ về mức độ chia sẻ lợi ích và rủi ro. Chính quyền cần xây dựng bộ chỉ số theo dõi hiệu quả hợp tác du lịch cộng đồng, trong đó có tiêu chí về: (i) tỷ lệ hợp đồng ba bên được ký; (ii) tỷ lệ doanh nghiệp thực hiện chương trình trách nhiệm xã hội; (iii) mức độ hài lòng của cộng đồng khi gặp sự cố. Công bố kết quả này hằng năm sẽ tạo áp lực minh bạch và thúc đẩy cải thiện quan hệ giữa các chủ thể.

Việc thiết lập cơ chế chia sẻ rủi ro và bảo đảm công bằng lợi ích không chỉ là giải pháp thực tiễn nhằm giảm thiểu xung đột trong phát triển du lịch cộng đồng, mà còn là biểu hiện rõ nét của một mô hình quản trị bao trùm và có trách nhiệm. Với vai trò là chủ thể kiến tạo thể chế, chính quyền địa phương cần đóng vai trò trung tâm trong việc điều phối các bên, tổ chức lại chuỗi giá trị theo hướng công bằng - bền vững - thích ứng, từ đó củng cố nền tảng phát triển lâu dài của du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai.

4.3.2. Giải pháp từ cộng đồng địa phương

Để đảm bảo hài hòa quan hệ lợi ích và xây dựng du lịch cộng đồng như một mô hình phát triển dựa trên sự tham gia, cộng đồng cần chủ động chuyển từ vai trò “người cung cấp thụ động” sang “chủ thể đồng kiến tạo”.

4.3.2.1. Nâng cao năng lực chuyên môn và kỹ năng đa chiều

Cốt lõi của quyền tham gia hiệu quả là năng lực thực hiện. Khi cộng đồng có kỹ năng tổ chức dịch vụ tốt, hiểu biết về khách hàng và biết sử dụng công cụ số, họ sẽ không chỉ “được thuê” mà có thể “chào mời - cạnh tranh - kiểm soát chất lượng” và từ đó giữ được phần giá trị cao hơn trong chuỗi. Cộng đồng cần: Tham gia đào tạo nghề và tập huấn chuyên môn về du lịch, đặc biệt các kỹ năng như đón tiếp khách, nấu ăn tiêu chuẩn du lịch, tổ chức trải nghiệm văn hóa, kể chuyện bản địa, thuyết minh di sản; Rèn luyện kỹ năng quản lý dịch vụ, bao gồm đặt lịch, định giá, tính toán lợi nhuận - chi phí, phản hồi đánh giá từ khách, và ứng xử với các tình huống phức tạp; Học sử dụng các nền tảng số như đặt phòng online, quảng bá homestay trên mạng xã hội, xử lý thanh toán điện tử hoặc gửi phản hồi tới chính quyền và doanh nghiệp qua ứng dụng; Tăng cường hiểu biết liên văn hóa: nắm bắt tâm lý và tập quán du khách để điều chỉnh cách tiếp cận mà không làm mất đi bản sắc.

4.2.2.2. Tăng cường tinh thần hợp tác nội cộng đồng

Một trở ngại lớn trong việc nâng cao vị thế cộng đồng là tình trạng chia rẽ nội bộ, cạnh tranh không lành mạnh giữa các hộ làm homestay hoặc dịch vụ du lịch. Khi mỗi hộ “mạnh ai nấy làm”, dễ xảy ra tình trạng chèn ép giá, không chia sẻ thông tin, lặp lại trải nghiệm và phá vỡ sự cân bằng trong thôn bản. Vì vậy, cộng đồng cần: Hình thành các tổ hợp tác, nhóm dịch vụ hoặc hợp tác xã du lịch cộng đồng, có điều lệ rõ ràng, quy định luân phiên đón khách, chia sẻ doanh thu, hỗ trợ đào tạo lẫn nhau; Lập quy chế hoạt động du lịch nội bản: ai đón khách, khách vào khu vực nào, giá cả dịch vụ, quy tắc ứng xử... để tránh mâu thuẫn và xung đột; Xây dựng cơ chế giám sát nội bộ: có tổ hoà giải, tổ đại diện cộng đồng làm đầu mối liên lạc với doanh nghiệp và chính quyền.

4.3.2.3. Xác lập quyền thương lượng với doanh nghiệp

Trong mối quan hệ giữa doanh nghiệp và cộng đồng, nếu cộng đồng thiếu năng lực thương lượng thì dễ bị ép giá, không được tham gia vào khâu thiết kế sản phẩm và không có khả năng phản hồi khi bị xâm hại quyền lợi. Cộng đồng cần: Yêu cầu ký hợp đồng hợp tác rõ ràng với doanh nghiệp, có điều khoản về giá dịch vụ, quyền được biết doanh thu và chia sẻ lợi ích, điều kiện thanh toán và xử lý khiếu nại; Thống nhất nội dung hợp tác qua tổ chức đại diện cộng đồng, tránh thỏa thuận cá nhân gây chia rẽ nội bộ; Chủ động phản ánh những vi phạm hoặc bất bình đẳng với chính quyền xã hoặc tổ chức trung gian: tránh để doanh nghiệp thao túng, sử dụng mối quan hệ không chính thức để áp đặt điều kiện. Muốn vậy, phải kết hợp cả nâng cao nhận thức pháp lý và đào tạo kỹ năng thương lượng cho cộng đồng, đặc biệt là cán bộ tổ/nhóm đại diện.

4.3.2.4. Bảo tồn văn hóa - sinh thái như một “tài sản cộng đồng”

. Một sai lầm phổ biến là khi cộng đồng đánh đổi bản sắc văn hóa để chiêu theo thị hiếu du khách hoặc yêu cầu từ doanh nghiệp: diễn lễ hội giả, làm nhà sàn mô hình, ăn mặc "dân tộc hóa", tổ chức trải nghiệm phi bản địa... Những điều này làm mất tính nguyên bản, gây “rỗng ruột văn hóa” cho sản phẩm du lịch. Vì vậy, cộng đồng cần: Xác định rõ giới hạn văn hóa - sinh thái cần bảo vệ: không gian linh thiêng, nghi lễ dân tộc, mùa vụ truyền thống, cách ăn mặc... phải được giữ nguyên; Phân biệt giữa “trình diễn văn hóa” và “thực hành văn hóa”, tránh biến mình thành “sản phẩm tiêu dùng văn hóa”; Tôn vinh bản sắc bản địa như một tài sản chung của cả cộng đồng, cùng nhau gìn giữ, thay vì để một vài cá nhân thương mại hóa toàn bộ bản làng. Khi cộng đồng hiểu rằng “bản sắc là thương hiệu” và “giữ gìn văn hóa là giữ lại dòng khách”, thì họ sẽ có động lực lâu dài để bảo tồn di sản một cách chủ động.

4.3.2.5. Chuyển từ vai trò thụ hưởng sang đồng kiến tạo

Động lực phát triển của mô hình du lịch cộng đồng không chỉ đến từ chính sách hỗ trợ bên ngoài, mà phải được duy trì từ bên trong - tức là từ chính tư duy phát triển và tinh thần làm chủ của cộng đồng. Nếu cộng đồng mãi chỉ đóng vai trò “thụ hưởng bị động” thì không thể có du lịch cộng đồng đúng nghĩa. Do đó, cộng

đồng cần: Chủ động tham gia vào quy hoạch phát triển du lịch xã, thông qua hội họp, phản biện chính sách, đề xuất sáng kiến từ cơ sở; Tự tổ chức hoạt động du lịch nhỏ, như tour đi bộ, lớp dạy nấu ăn, hoạt động trải nghiệm... mà không phụ thuộc hoàn toàn vào doanh nghiệp; Tích cực tham gia tổ giám sát và phản hồi dịch vụ, đưa ý kiến lên chính quyền, hội đồng nhân dân, tổ chức xã hội; Hình thành thể hệ kế cận có tri thức, năng lực số và tinh thần khởi nghiệp, gắn du lịch với giáo dục và văn hóa địa phương.

Việc cộng đồng nâng cao tính chủ động và năng lực tham gia không chỉ là điều kiện để bảo vệ quyền lợi, mà còn là yếu tố quyết định tính chính danh, tính bền vững và tính bản địa của mô hình du lịch cộng đồng. Khi cộng đồng trở thành đối tác chứ không phải đối tượng thụ hưởng, du lịch cộng đồng sẽ trở thành mô hình vừa tạo sinh kế, vừa gìn giữ di sản, vừa là hình thức tự trị văn hóa - kinh tế của người dân bản địa trong bối cảnh phát triển hội nhập.

4.3.2.6. Tăng cường vai trò tự quản cộng đồng và xây dựng thiết chế đại diện lợi ích bản địa

Một trong những nguyên nhân cốt lõi làm phát sinh bất bình đẳng và xung đột trong quan hệ lợi ích giữa các chủ thể trong phát triển du lịch cộng đồng là sự thiếu vắng vai trò đại diện rõ ràng và cơ chế tự chủ của cộng đồng địa phương. Mặc dù trong nhiều văn kiện, cộng đồng được xác định là “chủ thể của du lịch cộng đồng”, nhưng thực tiễn triển khai tại các điểm du lịch cộng đồng ở Lào Cai cho thấy phần lớn cộng đồng vẫn giữ vai trò bị động, phụ thuộc vào sự tổ chức của doanh nghiệp hoặc quyết định hành chính từ chính quyền, thiếu năng lực giám sát, thương lượng và kiểm soát lợi ích phát sinh từ hoạt động du lịch ngay trên không gian sống của mình.

Việc tăng cường năng lực tự quản và thiết lập các thiết chế đại diện bản địa là một trong những giải pháp then chốt nhằm chuyển hóa cộng đồng từ vai trò “khách thể thụ hưởng” sang “chủ thể kiến tạo” trong mô hình du lịch cộng đồng bền vững. Giải pháp này cũng phù hợp với các khuyến nghị từ lý thuyết về quản trị cộng đồng và phát triển nội sinh, đặc biệt là tiếp cận thể chế của Elinor Ostrom (1990), theo đó, chỉ khi cộng đồng sở hữu năng lực tổ chức, có quy tắc nội bộ và thể

chế tham gia, thì tài nguyên bản địa mới được quản lý bền vững và lợi ích mới được phân bổ công bằng. Cụ thể, chính cộng đồng cần chủ động trong các nội dung sau:

Thứ nhất, thành lập và vận hành các tổ chức tự quản về du lịch tại cộng đồng. Các hình thức như tổ hợp tác homestay, nhóm hướng dẫn viên bản địa, câu lạc bộ nghệ nhân, hội đồng quản lý lễ hội cần được cộng đồng tự khởi xướng, điều hành và vận hành trên nguyên tắc dân chủ - tự chủ - minh bạch. Những tổ chức này đóng vai trò phân phối lợi ích, giám sát chất lượng dịch vụ, xử lý mâu thuẫn nội bộ và làm đầu mối liên hệ với doanh nghiệp, chính quyền hoặc đối tác ngoài cộng đồng.

Thứ hai, xây dựng và ban hành quy ước cộng đồng về phát triển du lịch. Đây là tập hợp các nguyên tắc ứng xử, quy định về chia sẻ tài nguyên, đảm bảo văn hóa, định hướng lợi ích và giải quyết tranh chấp do chính cộng đồng đề ra. Quy ước cần được thông qua bởi cuộc họp bản và được UBND cấp xã xác nhận để đảm bảo tính pháp lý, làm cơ sở để đối thoại với các chủ thể bên ngoài như doanh nghiệp hoặc cơ quan quản lý.

Thứ ba, nâng cao năng lực tổ chức và đại diện cho các nhóm nòng cốt trong cộng đồng. Cần lựa chọn, đào tạo các cá nhân có uy tín, phụ nữ, thanh niên và người biết ngoại ngữ để tham gia các nhóm nòng cốt điều phối du lịch. Những người này sẽ giữ vai trò đại diện trong các cuộc đàm phán, giám sát hợp đồng ba bên, hoặc tham gia điều hành quỹ cộng đồng. Chính họ là cầu nối giữa người dân với các chủ thể khác trong chuỗi giá trị du lịch.

Thứ tư, thực hành nguyên tắc “gắn trách nhiệm với quyền lợi”. Chỉ các hộ tham gia tổ chức và tuân thủ quy ước chung mới được phân chia lợi nhuận, hưởng ưu tiên trong tiếp cận vốn, đào tạo, quảng bá. Cách tiếp cận này không chỉ khuyến khích sự chủ động mà còn nâng cao tính kỷ luật tự thân trong tổ chức cộng đồng.

Thứ năm, tăng cường vai trò của cộng đồng trong phản biện chính sách và đối thoại với doanh nghiệp. Khi có thiết chế đại diện rõ ràng, cộng đồng có thể chủ động tham gia xây dựng quy hoạch phát triển du lịch cộng đồng tại địa phương, đề xuất thay đổi trong quy trình tổ chức tour, hoặc yêu cầu doanh nghiệp minh bạch hóa hợp đồng, tỷ lệ chia sẻ lợi nhuận và trách nhiệm xã hội.

Như vậy, trong tiến trình phát triển du lịch cộng đồng, chính cộng đồng phải là lực lượng giữ vai trò trung tâm - không chỉ trong cung ứng dịch vụ mà còn trong định hình thể chế phân phối lợi ích. Việc tăng cường vai trò tự quản và thiết lập thiết chế đại diện lợi ích bản địa không chỉ là giải pháp về mặt tổ chức, mà còn là tiền đề để kiến tạo một mô hình du lịch cộng đồng dân chủ, tự chủ và bền vững - nơi mỗi thành viên trong cộng đồng không bị gạt ra khỏi tiến trình phát triển, mà trở thành người thiết kế và gìn giữ chính tương lai của không gian sống và bản sắc văn hóa của mình.

4.3.3. Giải pháp từ phía doanh nghiệp

Để phát triển du lịch cộng đồng thực sự công bằng và có khả năng phát triển dài hạn, doanh nghiệp cần chuyển hóa từ tư duy khai thác sang tư duy đồng kiến tạo; từ lợi nhuận ngắn hạn sang trách nhiệm phát triển hệ sinh thái; từ tối đa hóa doanh thu sang phân phối lại giá trị một cách minh bạch và có trách nhiệm.

4.3.3.1. Cam kết minh bạch trong phân phối lợi ích

Một trong những biểu hiện rõ nhất của bất bình đẳng lợi ích là sự thiếu minh bạch trong cách chia sẻ doanh thu và phân bổ trách nhiệm giữa doanh nghiệp và cộng đồng. Nhiều trường hợp, doanh nghiệp tổ chức tour trọn gói, thu phí toàn bộ từ khách du lịch nhưng chỉ chi trả cho cộng đồng theo giá dịch vụ "cố định" (flat fee), không dựa trên tỷ lệ chia sẻ thực tế. Điều này làm cho cộng đồng chỉ được hưởng lợi rất nhỏ trong chuỗi giá trị, trong khi doanh nghiệp thu lợi lớn mà không phải báo cáo công khai. Để khắc phục tình trạng này, doanh nghiệp cần: Ký hợp đồng rõ ràng, minh bạch với hộ dân, tổ nhóm hoặc hợp tác xã tại bản, trong đó quy định cụ thể tỷ lệ chia sẻ doanh thu, trách nhiệm hỗ trợ kỹ thuật, và nghĩa vụ báo cáo định kỳ; Thống nhất phương án phân phối lợi ích qua tổ chức đại diện cộng đồng (tổ du lịch cộng đồng, hội đồng bản...) nhằm tránh tình trạng doanh nghiệp chỉ hợp tác với một số hộ thân quen hoặc dễ điều phối; Báo cáo định kỳ với chính quyền cấp xã và tổ chức trung gian về số lượt khách, doanh thu và tỷ lệ lợi ích chia sẻ, làm cơ sở giám sát và tăng cường trách nhiệm giải trình; Cam kết minh bạch không chỉ giúp tăng tính công bằng, mà còn tạo ra lòng tin lâu dài giữa doanh nghiệp và cộng đồng, là điều kiện để duy trì mối quan hệ hợp tác ổn định.

4.3.3.2. Đầu tư dài hạn vào bảo tồn văn hóa và nâng cao năng lực cộng đồng

Một sai lầm phổ biến của nhiều doanh nghiệp khi tham gia du lịch cộng đồng là chỉ tập trung vào lợi ích ngắn hạn thông qua tổ chức tour đơn lẻ, mà không đầu tư vào yếu tố cốt lõi giúp duy trì giá trị du lịch: văn hóa bản địa và năng lực cộng đồng. Trong khi đó, chính cộng đồng địa phương mới là người gìn giữ phong tục, kiến trúc, lễ hội, nghề thủ công và tri thức dân gian - những yếu tố không thể “sao chép” hoặc thay thế. Do vậy, doanh nghiệp cần coi đầu tư vào cộng đồng như một khoản “vốn đầu vào đặc biệt”, với các nội dung cụ thể: Tài trợ đào tạo kỹ năng cho người dân: đón tiếp khách, chế biến món ăn, thuyết minh văn hóa, làm truyền thông xã hội, xử lý tình huống du lịch...; Hỗ trợ cải tạo cơ sở vật chất homestay, nhà vệ sinh, biển chỉ dẫn... để đạt chuẩn phục vụ khách, thông qua mô hình “doanh nghiệp hỗ trợ - cộng đồng sở hữu - cùng vận hành”; Tham gia tổ chức lễ hội cộng đồng, truyền thông câu chuyện văn hóa địa phương, với sự đồng thuận và tham gia thực chất của người dân; Ưu tiên sử dụng lao động tại chỗ, nghệ nhân dân gian và sản phẩm thủ công địa phương trong hoạt động du lịch. Sự đầu tư dài hạn không chỉ thể hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, mà còn giúp duy trì môi trường hoạt động ổn định, giảm chi phí giao dịch, tăng tính chính danh khi doanh nghiệp làm việc với chính quyền và khách du lịch.

4.3.3.3. Tránh xu hướng “du lịch hóa rỗng ruột”.

Tại một số điểm du lịch cộng đồng, doanh nghiệp có xu hướng thương mại hóa hình ảnh văn hóa dân tộc theo cách phi bản địa: dựng mô hình nhà sàn “giả cổ”, thuê người mặc trang phục dân tộc biểu diễn “diễn lại”, xây dựng tour “săn ảnh” mà không cần sự đồng thuận của cộng đồng... Điều này không chỉ làm tổn thương tinh thần văn hóa bản địa, mà còn tạo ra sản phẩm du lịch “giả lập”, thiếu chiều sâu và khó bền vững. Doanh nghiệp cần nghiêm túc: Không sử dụng hình ảnh bản sắc dân tộc chỉ để “trang trí sản phẩm”, mà phải đảm bảo nội dung truyền tải là thật - có sự tham gia và đồng thuận từ cộng đồng; Tránh biến du lịch cộng đồng thành “phiên bản thương mại” của văn hóa, nơi khách đến để xem - chụp - đi, thay vì tham gia - cảm nhận - kết nối; Tôn trọng không gian linh thiêng, truyền thống sống, chu kỳ canh tác của người dân, không đưa khách vào những khu vực bị cộng đồng cấm kỵ

hoặc chưa sẵn sàng tiếp nhận du lịch. Việc tránh “du lịch hóa rỗng ruột” chính là một hình thức bảo vệ tài nguyên văn hóa - sinh thái, đồng thời giúp doanh nghiệp duy trì trải nghiệm nguyên bản - yếu tố ngày càng được du khách đánh giá cao.

4.3.3.4. Phối hợp với chính quyền cấp xã trong quản lý điểm đến

Du lịch cộng đồng là mô hình hoạt động tại quy mô thôn bản, nơi chính quyền cấp xã đóng vai trò quản lý hành chính, điều phối lợi ích và giám sát hoạt động du lịch. Tuy nhiên, khảo sát cho thấy nhiều doanh nghiệp tổ chức tour mà không thông báo với chính quyền xã, tự ý đưa khách vào bản, dẫn đến tình trạng quản lý bị “qua mặt”, người dân bị động, khách du lịch không có cơ chế bảo vệ khi xảy ra rủi ro. Để khắc phục, doanh nghiệp cần: Thông báo trước kế hoạch tour, số lượng khách và nội dung trải nghiệm với UBND xã và tổ du lịch cộng đồng; Tham gia đóng góp vào quỹ cộng đồng hoặc hỗ trợ hoạt động xã hội địa phương, như nâng cấp trường học, hoạt động lễ hội, hỗ trợ hộ nghèo; Thống nhất lịch hoạt động và điều phối với các doanh nghiệp khác tại điểm đến, tránh tình trạng quá tải hoặc cạnh tranh không lành mạnh; Hợp tác trong thiết lập cơ chế phản hồi 2 chiều giữa khách - doanh nghiệp - cộng đồng - chính quyền, thông qua nền tảng số hoặc tổ giám sát địa phương.

4.2.3.5. Xây dựng chỉ số trách nhiệm doanh nghiệp trong du lịch cộng đồng

Để đo lường mức độ cam kết và lan tỏa lợi ích, doanh nghiệp cần chủ động xây dựng hoặc tham gia đánh giá theo bộ chỉ số trách nhiệm xã hội trong du lịch cộng đồng, gồm các tiêu chí: Tỷ lệ doanh thu chia sẻ lại cho cộng đồng; Tỷ lệ lao động tại chỗ trong hệ thống dịch vụ; Mức đầu tư cho bảo tồn văn hóa và đào tạo người dân; Số hợp đồng hợp tác công khai và đánh giá tín nhiệm từ cộng đồng; Số lượng kiến nghị được tiếp nhận - xử lý từ cộng đồng và khách du lịch. Các chỉ số này có thể tích hợp vào bảng xếp hạng doanh nghiệp du lịch tỉnh/thành, hoặc là tiêu chí để chính quyền lựa chọn đơn vị liên kết, ưu đãi tiếp cận quỹ hỗ trợ du lịch.

Việc doanh nghiệp cam kết chia sẻ lợi ích - đầu tư dài hạn không chỉ là yêu cầu về đạo đức kinh doanh, mà còn là chiến lược phát triển bền vững trong mô hình du lịch cộng đồng. Nếu thiếu trách nhiệm xã hội, doanh nghiệp sẽ làm tổn hại môi trường - văn hóa - cộng đồng, khiến điểm đến mất đi tính hấp dẫn nguyên bản, tạo

ra xung đột âm ỉ và giảm sút sự quay lại của khách du lịch. Ngược lại, khi doanh nghiệp hành xử với tư cách đối tác đồng kiến tạo, cùng bảo tồn, đầu tư, minh bạch hóa và tôn trọng cộng đồng, thì du lịch cộng đồng sẽ trở thành hệ sinh thái lợi ích bền vững, hài hòa và sinh lợi lâu dài cho tất cả các bên.

4.3.3.6. Doanh nghiệp cam kết chia sẻ lợi ích - đầu tư dài hạn trong phát triển du lịch cộng đồng

Trong mô hình phát triển du lịch cộng đồng, doanh nghiệp du lịch đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối thị trường, tổ chức sản phẩm và chuyên nghiệp hóa dịch vụ. Tuy nhiên, thực tiễn triển khai tại nhiều điểm du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai cho thấy mối quan hệ giữa doanh nghiệp và cộng đồng địa phương vẫn thiên lệch theo hướng doanh nghiệp chiếm ưu thế, trong khi cộng đồng chủ yếu giữ vai trò cung ứng thụ động, thiếu khả năng đàm phán và kiểm soát lợi ích. Tình trạng này phần lớn bắt nguồn từ việc thiếu các cam kết ràng buộc về chia sẻ lợi ích cũng như đầu tư lâu dài từ phía doanh nghiệp, dẫn tới bất bình đẳng trong quan hệ lợi ích và suy giảm động lực hợp tác từ phía người dân.

Kết quả khảo sát cho thấy phần lớn doanh nghiệp còn lại hoạt động theo cơ chế “thu lợi nhanh, rút lui sớm”, thiếu các kế hoạch đầu tư dài hạn và ít quan tâm đến việc tái đầu tư cho địa phương nơi mình khai thác dịch vụ. Tình trạng này không chỉ tạo ra sự bất mãn trong cộng đồng, mà còn ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ và tính bền vững của sản phẩm du lịch cộng đồng - vốn cần dựa vào sự đồng thuận, tin cậy và cam kết lâu dài giữa các bên. Để khắc phục tình trạng này, các doanh nghiệp cần chuyển đổi tư duy từ “khai thác thị trường” sang “đồng kiến tạo giá trị”, trong đó yếu tố cốt lõi là cam kết chia sẻ lợi ích một cách công bằng, có thể đo lường và được thể chế hóa bằng các cơ chế hợp tác dài hạn với cộng đồng và chính quyền. Cụ thể:

Thứ nhất, doanh nghiệp cần xây dựng và ký kết các thỏa thuận chia sẻ lợi ích bằng hợp đồng ba bên (doanh nghiệp - cộng đồng - chính quyền). Trong hợp đồng cần làm rõ tỷ lệ doanh thu chia lại cho cộng đồng, hình thức đóng góp cho phát triển hạ tầng, tài trợ sự kiện văn hóa, hỗ trợ kỹ thuật và đào tạo nghề cho người dân. Các cam kết này cần có tính pháp lý, được giám sát thực hiện bởi UBND xã hoặc Hội đồng cộng đồng để bảo đảm thực thi nghiêm túc.

Thứ hai, doanh nghiệp cần đầu tư dài hạn vào các điểm du lịch cộng đồng theo hướng gắn kết chuỗi giá trị địa phương. Thay vì tổ chức tour “đi - về” trong ngày, doanh nghiệp nên hợp tác với cộng đồng để đầu tư phát triển dịch vụ lưu trú, ẩm thực bản địa, thủ công mỹ nghệ và trải nghiệm nông nghiệp. Điều này không chỉ tạo việc làm bền vững cho người dân mà còn giúp doanh nghiệp xây dựng thương hiệu riêng biệt, gắn với bản sắc địa phương.

Thứ ba, cần đưa các tiêu chí về cam kết chia sẻ lợi ích vào hệ thống đánh giá và cấp phép hoạt động du lịch. Chính quyền địa phương cần xây dựng bộ tiêu chuẩn khuyến khích các doanh nghiệp có đóng góp cho cộng đồng, như: đầu tư hạ tầng bản làng, hỗ trợ khởi nghiệp du lịch bản địa, đồng tổ chức sự kiện văn hóa với người dân, và có hoạt động truyền thông tích cực về bản sắc địa phương. Những doanh nghiệp đạt tiêu chí có thể được ưu tiên cấp phép, quảng bá trên nền tảng tỉnh hoặc được hưởng chính sách ưu đãi về đất đai, thuế phí.

Thứ tư, doanh nghiệp cần tham gia xây dựng và đóng góp cho Quỹ phát triển du lịch cộng đồng. Quỹ này sẽ do chính quyền địa phương quản lý, có sự tham gia giám sát của cộng đồng, và dùng để hỗ trợ đào tạo, bảo tồn văn hóa, xử lý khủng hoảng (như dịch bệnh, thiên tai), cũng như hỗ trợ hộ nghèo tham gia làm du lịch. Việc đóng góp có thể quy định theo tỷ lệ phần trăm doanh thu hoặc mức cố định theo kỳ.

Thứ năm, doanh nghiệp cần tôn trọng và đồng hành cùng cộng đồng trong các quyết định có liên quan đến bản sắc văn hóa và không gian sinh hoạt. Không tự ý mô phỏng lễ hội, tổ chức chương trình biểu diễn mang tính “thương mại hóa quá mức” khi chưa có sự đồng thuận từ cộng đồng. Mọi hoạt động truyền thông, khai thác hình ảnh văn hóa bản địa cần đi kèm với cơ chế đồng sở hữu và quyền kiểm soát của người dân.

Thực tiễn tại một số điểm thành công như bản Tả Phìn (Sa Pa), Na Hối (Bắc Hà), nơi doanh nghiệp đã ký kết hợp tác dài hạn với cộng đồng và tham gia tài trợ cơ sở vật chất - quảng bá thương hiệu cho địa phương, cho thấy mô hình doanh nghiệp đầu tư lâu dài và chia sẻ lợi ích hiệu quả hơn hẳn về cả giá trị thương hiệu lẫn độ bền vững. Như vậy, để đảm bảo hài hòa lợi ích và phát triển bền vững du lịch

cộng đồng, các doanh nghiệp không chỉ đóng vai trò nhà tổ chức dịch vụ, mà cần trở thành đối tác phát triển có trách nhiệm. Việc cam kết chia sẻ lợi ích và đầu tư dài hạn là điều kiện cần thiết để tái lập lòng tin, tăng cường sự gắn bó với cộng đồng và góp phần xây dựng mô hình du lịch bao trùm - nhân văn - hiệu quả, phù hợp với định hướng phát triển du lịch xanh, đặc sắc và bền vững của tỉnh Lào Cai trong giai đoạn tới.

4.3.4. Giải pháp từ phía khách du lịch

Để phát triển du lịch cộng đồng theo hướng hài hòa và bền vững, khách du lịch không thể đứng ngoài các cam kết chính sách, mà cần được nhìn nhận là một chủ thể có trách nhiệm xã hội, có quyền được bảo vệ nhưng cũng có nghĩa vụ tôn trọng và đồng hành cùng cộng đồng địa phương trong việc giữ gìn bản sắc và công bằng lợi ích. Trên cơ sở đó, luận án đề xuất một số giải pháp sau:

4.3.4.1. Khách du lịch thực hành du lịch có trách nhiệm và tôn trọng bản sắc văn hóa

Trong môi trường du lịch cộng đồng, khách du lịch không chỉ là người tiêu dùng dịch vụ mà còn đóng vai trò như một tác nhân xã hội ảnh hưởng đến các chuẩn mực ứng xử, giá trị bản sắc và không gian văn hóa của các cộng đồng bản địa. Do đó, thông qua hành vi của mình, khách du lịch có thể trực tiếp đóng góp vào việc duy trì tính bền vững của du lịch cộng đồng hoặc gây ra sự xáo trộn, mai một giá trị văn hóa và gia tăng xung đột với cư dân địa phương. Trong bối cảnh đó, việc thực hành du lịch có trách nhiệm và tôn trọng bản sắc của khách du lịch cần được coi là một nội dung trung tâm trong chiến lược phát triển du lịch cộng đồng bền vững.

Thứ nhất, khách du lịch cần chấp hành nghiêm chỉnh các quy ước của bản làng và tôn trọng không gian linh thiêng của cộng đồng. Các bản du lịch của người H'Mông, Dao, Tày hay Giáy đều có những quy định bất thành văn về những không gian linh thiêng như rừng cấm, bàn thờ, bãi tha ma, hay các lễ cúng tổ tiên. Việc khách du lịch tự ý chụp ảnh, đứng chân, đốt nhang hay sờ mó vào các đồ vật linh thiêng mà không có hướng dẫn hoặc được mời là hành vi rất nhạy cảm, dễ gây xúc phạm niềm tin tâm linh của người dân. Khách du lịch cần được khuyến cáo tìm hiểu

trước về quy ước của bản, tuân thủ hướng dẫn của hướng dẫn viên hoặc chủ nhà homestay, và chỉ tham gia các nghi lễ khi được mời với tâm thế tôn trọng.

Thứ hai, việc tìm hiểu và điều chỉnh trang phục, hành vi ứng xử phù hợp với ngữ cảnh bản làng cũng là một hình thức thể hiện sự tôn trọng văn hóa của khách du lịch. Nhiều bản làng dân tộc thiểu số có quy định ngầm về sự kín đáo trong trang phục, kiêng kỵ việc đến chỗ linh thiên hoặc nhà dân với quần áo ngắn, hở hang. Khách du lịch cần chủ động lựa chọn trang phục đơn giản, lịch sự, tránh những biểu hiện thân mật quá mức, tiếu tùng ồn ào hoặc hành vi phản cảm tại không gian sinh hoạt của người dân. Ngay cả trong trường hợp được mời mặc trang phục truyền thống, du khách cũng cần được hướng dẫn cách mặc và sử dụng đúng nghi lễ, tránh biến tấu, dùng như đạo cụ vui chơi trên mạng xã hội.

Thứ ba, khách du lịch cần thực hiện nếp sống địa phương và tránh các hành vi lệch chuẩn tại điểm làng. Trong điều kiện sinh hoạt chung tại homestay, việc gây ồn ào, bật nhạc to, xả rác bừa bãi, sử dụng rượu bia quá mức hay hút thuốc là những hành vi gây khó chịu đối với các hộ dân bản địa. Tại nhiều điểm du lịch như Tả Van, Na Hối, Bán Phưng, người dân đã nhiều lần phản ánh về việc khách du lịch phụ nhận nhà dân như không gian cá nhân, tự ý quay phim, dùng bếp, vào phòng ngủ của chủ nhà, dẫm lên nệm đàn hay lên nóc nhà để chụp ảnh. Các hành vi tuy nhỏ nhưng tích tụ lâu dần đến sự thất vọng tâm lý và xa lánh giữa cộng đồng và khách.

Trong bối cảnh phát triển nhanh và thiếu điều phối như tại Lào Cai, trách nhiệm tự giác của khách du lịch là yếu tố giúp giảm thiểu xung đột, duy trì bản sắc, và góp phần tạo nên môi trường phát triển bao trùm. Do đó, các chương trình truyền thông, các tour và đối thoại văn hóa nên làm rõ vai trò của khách du lịch trong việc điều chỉnh hành vi, chứ không chỉ là trách nhiệm của chính quyền hay cộng đồng.

4.3.4.2. Khách du lịch tham gia giám sát chất lượng và phản hồi công khai - xây dựng

Trong bối cảnh du lịch cộng đồng ngày càng phát triển nhanh, vai trò của khách du lịch không chỉ dừng lại ở việc tiêu dùng dịch vụ mà còn đóng vai trò như một "tổ chức giám sát" đối với chất lượng dịch vụ và trải nghiệm tại điểm đến. Khi được thực hiện một cách trách nhiệm, việc phản hồi có xây dựng từ phía khách du

lịch sẽ góp phần đáng kể vào việc nâng cao năng lực của cộng đồng, đồng thời cải thiện độ tin cậy của điểm đến trên không gian trực tuyến.

Trước hết, khách du lịch cần thực hiện thái độ phản hồi có trách nhiệm, tránh các biểu hiện phán xét nặng nề, đánh giá phiến diện hoặc chia sẻ thông tin sai lệch. Việc đánh giá trên TripAdvisor, Google Maps, Facebook... nên được xem là công cụ thể hiện quyền giám sát của người tiêu dùng, nhưng đòi hỏi sự khách quan, trung thực và đóng góp thay vì chỉ trích một chiều.

Thứ hai, khách du lịch nên ưu tiên sử dụng các kênh phản hồi chính thức được thiết lập tại điểm du lịch, như: trung tâm thông tin du lịch cấp xã/huyện, app du lịch tỉnh, hộp góp ý trực tiếp tại homestay, hoặc tổ chức hội thảo nhỏ do các doanh nghiệp/tổ nhóm khởi nghiệp tổ chức. Việc phản hồi qua các kênh này sẽ giúp chính quyền và cộng đồng có thêm dữ liệu để cải thiện các chính sách điều chỉnh dịch vụ và nâng chất lượng điểm đến.

Thứ ba, cần khuyến khích khách du lịch viết nhật ký trải nghiệm, sáng tác video, ảnh và chia sẻ trên các nền tảng truyền thông xã hội một cách có trách nhiệm, với những góc nhìn tích cực, chân thực và tôn trọng bản sắc địa phương. Các chia sẻ này không chỉ góp phần quảng bá điểm đến, mà còn giúp doanh nghiệp và cộng đồng nhận biết điểm mạnh - yếu, từ đó có đối sách kịp thời.

Việc tham gia giám sát và phản hồi có trách nhiệm của khách du lịch là một trong những trụ cột để duy trì tính minh bạch, nâng cao hiệu quản lý và đảm bảo tính bền vững của du lịch cộng đồng. Chỉ khi các bên cùng được lắng nghe, thì quan hệ lợi ích mới được thiết lập trên nền tảng đồng thuận và tín nhiệm lâu dài.

4.3.4.3. Khách du lịch đồng kiến tạo trải nghiệm và đóng góp cho phát triển bền vững

Bên cạnh vai trò là người tiêu dùng dịch vụ, khách du lịch còn có thể trở thành chủ thể tích cực trong quá trình kiến tạo giá trị du lịch mới cùng với cộng đồng địa phương. Việc đồng kiến tạo trải nghiệm không chỉ góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, mà còn giúp gia tăng tính gắn kết văn hóa - xã hội giữa du khách và cư dân bản địa, từ đó thúc đẩy sự phát triển hài hòa và bền vững của mô hình du lịch cộng đồng.

Thứ nhất, khách du lịch nên chủ động tham gia vào các loại hình du lịch có tính tương tác cao như tour học nghề truyền thống (dệt vải, làm bánh, chế tác đồ thủ công...), tour trao đổi văn hóa (ở homestay, cùng nấu ăn, kể chuyện dân gian), và các hình thức du lịch xanh - hữu cơ (trải nghiệm nông nghiệp bền vững, trồng rau, chăm sóc vật nuôi...). Thông qua đó, khách không chỉ đóng vai trò người quan sát mà còn trở thành một phần của chuỗi hoạt động cộng đồng, từ đó hiểu sâu sắc hơn về giá trị văn hóa và sinh kế địa phương.

Thứ hai, khách du lịch cần ưu tiên sử dụng dịch vụ và sản phẩm do người dân bản địa trực tiếp cung cấp. Đây là cách hiệu quả nhất để bảo đảm lợi ích kinh tế được phân bổ công bằng cho cộng đồng sở tại. Những hành vi cụ thể bao gồm: ăn uống tại hộ dân hoặc nhà hàng địa phương thay vì các chuỗi thương mại hóa; mua sắm hàng thủ công mỹ nghệ, sản phẩm OCOP, đặc sản vùng miền từ các hợp tác xã, tổ phụ nữ hoặc nhóm khởi nghiệp địa phương. Việc tiêu dùng có định hướng như vậy sẽ khuyến khích cộng đồng duy trì bản sắc và nâng cao chất lượng dịch vụ từ chính nội lực của họ.

Thứ ba, khách du lịch có thể thể hiện trách nhiệm xã hội của mình bằng cách tham gia hoặc ủng hộ các sáng kiến phát triển cộng đồng tại điểm đến. Ví dụ: đóng góp cho Quỹ phát triển du lịch cộng đồng (nếu có), hỗ trợ các chương trình giáo dục - y tế - môi trường tại địa phương, hoặc chia sẻ những câu chuyện tích cực, truyền cảm hứng về điểm đến trên các nền tảng truyền thông. Việc lan tỏa hình ảnh thân thiện, chân thực và giàu tính nhân văn về điểm đến sẽ góp phần quan trọng trong việc xây dựng thương hiệu du lịch cộng đồng một cách bền vững.

Thứ tư, sự đồng kiến tạo không chỉ là hành vi hỗ trợ cộng đồng, mà còn là một trải nghiệm làm giàu chính bản thân du khách. Khi khách du lịch tham gia sâu vào cuộc sống bản địa, họ không chỉ được mở rộng thế giới quan, mà còn góp phần làm thay đổi cách phát triển du lịch theo hướng có trách nhiệm và công bằng hơn.

Khách du lịch không nên chỉ dừng lại ở vai trò người hưởng thụ, mà cần chủ động đồng hành, đồng kiến tạo và đồng chia sẻ cùng cộng đồng địa phương trong toàn bộ vòng đời của sản phẩm du lịch. Đây là điều kiện tiên quyết để đảm bảo rằng du lịch cộng đồng không bị thương mại hóa một chiều, mà trở thành một mô hình phát triển hài hòa, bao trùm và bền vững.

4.3.4.4. Khách du lịch truyền cảm hứng, thúc đẩy thay đổi nhận thức và lan tỏa giá trị tích cực

Trong bối cảnh truyền thông số phát triển mạnh mẽ, khách du lịch ngày nay không chỉ là người trải nghiệm mà còn là người kể chuyện, truyền cảm hứng và tạo lập dư luận xã hội về điểm đến. Với vai trò này, mỗi du khách đều có thể trở thành một “đại sứ thiện chí”, góp phần quảng bá hình ảnh điểm du lịch cộng đồng một cách chân thực, tích cực và đầy tính nhân văn.

Trước hết, khách du lịch cần chủ động chia sẻ những trải nghiệm tích cực, những câu chuyện cảm động về con người, văn hóa, phong cảnh và tinh thần hiếu khách tại các điểm du lịch cộng đồng. Việc viết blog, làm vlog, chụp ảnh có chú thích rõ ràng hoặc đăng bài trên mạng xã hội về hành trình tại Sa Pa, Bắc Hà, Bảo Yên hay Bát Xát không chỉ giúp lan tỏa giá trị của điểm đến mà còn củng cố thương hiệu địa phương trên bản đồ du lịch trong và ngoài nước. Đây chính là hình thức quảng bá miễn phí nhưng hiệu quả cao, mang tính lan tỏa mạnh trong cộng đồng mạng và các cộng đồng yêu du lịch có trách nhiệm.

Thứ hai, khách du lịch nên tích cực phản biện và lan truyền các thông điệp tích cực về bảo tồn văn hóa, du lịch xanh, tiêu dùng có đạo đức... từ chính trải nghiệm thực tế. Khi người tiêu dùng du lịch truyền đi những câu chuyện thành công về cộng đồng phục hồi nghề truyền thống, bảo tồn lễ hội dân tộc, phát triển du lịch hữu cơ hay tự tổ chức dịch vụ homestay chất lượng cao, họ sẽ góp phần thay đổi nhận thức của cộng đồng quốc tế về Việt Nam - không chỉ là nơi có danh lam thắng cảnh đẹp, mà còn là điểm đến có trách nhiệm, nhân văn và bền vững.

Thứ ba, du khách có thể góp phần nâng cao nhận thức xã hội về du lịch cộng đồng bằng cách tham gia các hoạt động truyền thông theo lời mời của chính quyền hoặc tổ chức xã hội. Những bài phát biểu tại hội thảo, phỏng vấn với báo chí, hoặc góp mặt trong các chiến dịch truyền thông địa phương đều giúp lan tỏa hình ảnh tích cực về sự gắn bó giữa khách du lịch và cộng đồng bản địa. Sự hiện diện và tiếng nói của du khách không chỉ là minh chứng cho sự thành công của mô hình du lịch cộng đồng, mà còn là một kênh truyền thông mạnh mẽ thúc đẩy chính sách và thu hút sự quan tâm của công chúng.

Thứ năm, khách du lịch cần hành xử như những người có ảnh hưởng xã hội tích cực (positive influencers), không lan truyền thông tin sai lệch, không tiếp tay cho các mô hình du lịch thiếu trách nhiệm, và biết cách định hướng dư luận theo chiều hướng xây dựng. Trong một thế giới mà mỗi lượt chia sẻ đều có thể tạo thành hiệu ứng lan tỏa lớn, hành vi có trách nhiệm của du khách sẽ góp phần quan trọng trong việc duy trì sự cân bằng giữa phát triển du lịch và gìn giữ bản sắc, môi trường, và giá trị sống của cộng đồng địa phương.

Như vậy, truyền cảm hứng và lan tỏa các giá trị tích cực không chỉ là hành động tự phát, mà cần được nâng lên thành một ý thức thường trực của mỗi du khách có trách nhiệm. Đây chính là nền tảng để phát triển một cộng đồng du lịch toàn cầu văn minh, nhân ái và gắn bó lâu dài với các giá trị văn hóa bản địa mà du lịch cộng đồng tại Lào Cai đang đại diện và gìn giữ.

4.4. KIẾN NGHỊ

Để các mô hình du lịch cộng đồng phát triển theo hướng công bằng, hài hòa lợi ích và bền vững tại các địa phương như Lào Cai, yêu cầu cấp thiết đặt ra là cần có một khuôn khổ thể chế quốc gia làm nền tảng thống nhất, đủ tính bắt buộc, nhưng linh hoạt để các địa phương triển khai phù hợp thực tiễn. Vì vậy, trên cơ sở phân tích thực trạng, luận án kiến nghị một số nội dung cụ thể đối với từng chủ thể Trung ương như sau:

4.4.1. Quốc hội

Trong vai trò cơ quan lập pháp, Quốc hội cần đặt nền tảng pháp lý vững chắc cho phát triển du lịch cộng đồng thông qua việc sửa đổi, bổ sung Luật Du lịch nhằm phản ánh đầy đủ đặc thù và yêu cầu của mô hình du lịch cộng đồng. Cụ thể:

Thứ nhất, bổ sung một mục riêng trong Luật Du lịch (sửa đổi) quy định về phát triển du lịch cộng đồng, xác lập rõ ràng cơ sở pháp lý cho hoạt động du lịch do cộng đồng tổ chức hoặc phối hợp thực hiện với doanh nghiệp và chính quyền. Mục này cần định nghĩa rõ mô hình du lịch cộng đồng, phạm vi hoạt động và nguyên tắc vận hành.

Thứ hai, quy định các nguyên tắc tổ chức du lịch cộng đồng theo hướng đồng kiến tạo, đồng tham gia và đồng chia sẻ. Tức là cộng đồng không chỉ cung

ứng dịch vụ mà còn tham gia xây dựng sản phẩm, điều hành hoạt động và hưởng lợi trực tiếp từ chuỗi giá trị du lịch.

Thứ ba, thiết lập cơ chế phân phối lợi ích công bằng giữa các chủ thể trong du lịch cộng đồng - bao gồm doanh nghiệp, cộng đồng và chính quyền. Luật cần đưa ra các nguyên tắc cụ thể về tỷ lệ phân chia doanh thu, nghĩa vụ tái đầu tư xã hội của doanh nghiệp và quyền quyết định của cộng đồng địa phương trong các hoạt động khai thác tài nguyên bản địa.

Thứ tư, quy định rõ vai trò và quyền của cộng đồng bản địa trong chuỗi giá trị du lịch cộng đồng, bao gồm: quyền tham gia giám sát, quyền phủ quyết đối với hoạt động xâm phạm không gian văn hóa, và quyền được hưởng lợi ưu tiên từ các chương trình đầu tư công hoặc hỗ trợ phát triển.

Thứ năm, quy định nghĩa vụ của doanh nghiệp khi khai thác tài nguyên du lịch do cộng đồng sở hữu, bao gồm: sử dụng lao động tại chỗ; ký hợp đồng minh bạch với cộng đồng; chia sẻ doanh thu theo tỷ lệ nhất định; bảo tồn giá trị văn hóa; và tham gia các hoạt động xã hội tại địa phương.

Việc thể chế hóa các nội dung này trong Luật Du lịch sẽ là bước đột phá nhằm đưa du lịch cộng đồng phát triển đúng hướng, bảo đảm vai trò trung tâm của người dân, đồng thời khắc phục tình trạng thương mại hóa thiếu kiểm soát đang làm tổn hại mô hình này tại nhiều địa phương.

4.4.2. Kiến nghị với Chính phủ

Để thúc đẩy phát triển du lịch cộng đồng trở thành một hướng đi chiến lược trong chính sách phát triển bền vững quốc gia, Chính phủ cần ban hành một văn bản chỉ đạo cấp cao nhằm thể chế hóa các mục tiêu, trách nhiệm và cơ chế phối hợp giữa các chủ thể liên quan. Cụ thể:

Thứ nhất, ban hành một Nghị quyết chuyên đề của Chính phủ hoặc Quyết định của Thủ tướng Chính phủ về “Phát triển du lịch cộng đồng giai đoạn 2026-2035”. Văn bản này cần xác lập rõ vai trò trung tâm của cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch cộng đồng; xác định du lịch cộng đồng là hợp phần quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế - văn hóa vùng dân tộc thiểu số; và là công cụ thúc đẩy sinh kế bền vững gắn với bảo tồn bản sắc văn hóa.

Thứ hai, giao trách nhiệm cụ thể cho các bộ, ngành và địa phương trong việc đảm bảo hài hòa lợi ích giữa các bên tham gia phát triển du lịch cộng đồng. Đồng thời, hướng dẫn thành lập và vận hành Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch cộng đồng cấp tỉnh/huyện để hỗ trợ các sáng kiến cộng đồng, bảo tồn không gian văn hóa và nâng cao năng lực tổ chức dịch vụ du lịch.

Với vai trò định hướng thể chế và điều phối nguồn lực vĩ mô, Chính phủ cần đi đầu trong việc kiến tạo môi trường pháp lý và chính sách thuận lợi để mô hình du lịch cộng đồng phát triển thực chất, hiệu quả và bền vững.

4.4.3. Kiến nghị với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

Là cơ quan chủ quản trong lĩnh vực văn hóa - du lịch, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch có vai trò định hình định hướng phát triển du lịch cộng đồng bền vững, hài hòa giữa phát triển kinh tế, bảo tồn văn hóa và đảm bảo công bằng lợi ích. Một số kiến nghị chính như sau:

Thứ nhất, soạn thảo và ban hành Bộ quy tắc tổ chức du lịch cộng đồng và chia sẻ lợi ích giữa các chủ thể tham gia. Bộ quy tắc này cần bao gồm các nội dung: (i) mẫu hợp đồng hợp tác giữa doanh nghiệp và cộng đồng bản địa; (ii) quy định về tỷ lệ tối thiểu tái đầu tư của doanh nghiệp vào cộng đồng; (iii) hướng dẫn tổ chức vận hành các mô hình du lịch cộng đồng, tổ hòa giải và tổ giám sát cộng đồng; và (iv) cơ chế phối hợp giữa chính quyền - doanh nghiệp - cộng đồng trong giám sát thực hiện.

Thứ hai, nghiên cứu và phát triển bộ chỉ số đánh giá điểm đến du lịch cộng đồng bền vững. Bộ chỉ số này không chỉ đo lường hiệu quả kinh tế, mà còn cần lồng ghép các tiêu chí về bảo tồn văn hóa, bảo vệ môi trường sinh thái, và công bằng trong phân phối lợi ích. Bộ tiêu chí nên được sử dụng như công cụ đánh giá, xếp hạng và làm căn cứ để xét duyệt các mô hình hỗ trợ đầu tư công trong lĩnh vực du lịch cộng đồng.

Thứ ba, chỉ đạo các cơ sở đào tạo về du lịch, đặc biệt là các trường cao đẳng - đại học, các trung tâm bồi dưỡng cán bộ quản lý văn hóa - du lịch xây dựng chương trình đào tạo và tập huấn ngắn hạn về quản lý du lịch cộng đồng. Chương trình này cần hướng tới hai nhóm đối tượng: (i) cán bộ cấp xã - huyện ở các vùng

có hoạt động du lịch cộng đồng; (ii) cộng đồng dân tộc thiểu số trực tiếp làm dịch vụ du lịch. Nội dung đào tạo bao gồm kỹ năng điều phối tour, quản trị dịch vụ, giao tiếp đa văn hóa, marketing số và xây dựng mô hình hợp tác du lịch - cộng đồng hiệu quả.

Với vai trò định hướng chiến lược và thể chế, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch chủ động tạo dựng hành lang pháp lý và tri thức hỗ trợ các địa phương, giúp mô hình du lịch cộng đồng phát triển bài bản, hài hòa và lâu dài.

4.4.4. Kiến nghị với Bộ Tài Chính

Để thúc đẩy du lịch cộng đồng trở thành một hợp phần chiến lược trong phát triển kinh tế địa phương và bảo tồn văn hóa, Bộ Tài chính cần chủ động điều tiết nguồn lực, lồng ghép chính sách và tạo điều kiện tài chính công bằng cho các cộng đồng yếu thế. Các kiến nghị cụ thể bao gồm:

Thứ nhất, lồng ghép nội dung phát triển du lịch cộng đồng vào quy hoạch tổng thể phát triển du lịch quốc gia, quy hoạch vùng và định hướng đầu tư công trung hạn, đặc biệt tại các vùng sâu, vùng xa, khu vực có tiềm năng du lịch gắn với văn hóa dân tộc thiểu số.

Thứ hai, bố trí vốn sự nghiệp từ các chương trình mục tiêu quốc gia (xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững...) để hỗ trợ xây dựng hạ tầng du lịch cộng đồng cơ bản, bao gồm giao thông nội bản, biển chỉ dẫn du lịch, nhà vệ sinh đạt chuẩn, trung tâm thông tin du lịch xã và hệ thống xử lý rác thải sinh hoạt.

Thứ ba, xây dựng cơ chế khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào du lịch cộng đồng gắn với trách nhiệm xã hội, thông qua các chính sách ưu đãi tín dụng, giảm thuế, đồng thời thúc đẩy hình thành các mô hình doanh nghiệp xã hội hoặc liên minh doanh nghiệp - cộng đồng - hợp tác xã.

Thứ tư, ban hành hướng dẫn sử dụng quỹ phát triển du lịch cộng đồng cấp tỉnh/huyện, cho phép trích một phần từ nguồn thu du lịch (vé tham quan, phí dịch vụ, tài trợ...) để tái đầu tư vào cộng đồng. Việc quản lý quỹ cần đảm bảo minh bạch, có sự tham gia giám sát của người dân và chính quyền địa phương.

Thứ năm, nghiên cứu và ban hành cơ chế miễn giảm thuế (thu nhập cá nhân, lệ phí môn bài...) cho các hộ đồng bào dân tộc thiểu số kinh doanh dịch vụ du lịch

tại vùng khó khăn. Cơ chế này cần đơn giản hóa thủ tục hành chính, đồng thời khuyến khích hoạt động kinh doanh có đăng ký, góp phần đưa du lịch vào khuôn khổ quản lý bền vững.

Thứ sáu, hướng dẫn xây dựng cơ chế đối ứng tài chính khi cộng đồng tham gia dự án du lịch cộng đồng: có thể được hỗ trợ tài chính ban đầu (hạ tầng, đào tạo), nhưng có nghĩa vụ đóng góp tương ứng vào quỹ cộng đồng hoặc chương trình phát triển sau khi có doanh thu. Cơ chế đối ứng giúp nâng cao ý thức làm chủ và trách nhiệm tài chính của cộng đồng trong việc duy trì mô hình du lịch cộng đồng.

Những điều chỉnh này sẽ giúp hoàn thiện khung tài chính công trong phát triển du lịch cộng đồng, bảo đảm nguyên tắc công bằng - bền vững và tăng cường khả năng tự chủ của các cộng đồng địa phương.

4.4.5. Kiến nghị với Hiệp hội Du lịch Việt Nam

Để tăng cường vai trò điều phối và nâng cao đạo đức nghề nghiệp trong hoạt động du lịch, đặc biệt trong phát triển du lịch cộng đồng, Hiệp hội Du lịch Việt Nam cần chủ động hơn nữa trong việc thiết lập các chuẩn mực và thúc đẩy sự tham gia trách nhiệm của doanh nghiệp. Các kiến nghị cụ thể bao gồm:

Thứ nhất, phối hợp với các tổ chức nghề nghiệp, liên hiệp hội và các chuyên gia độc lập để xây dựng và ban hành Bộ quy tắc ứng xử giữa doanh nghiệp du lịch với cộng đồng bản địa. Bộ quy tắc này không chỉ mang tính đạo đức mà còn định hướng hành vi ứng xử minh bạch, tôn trọng và hài hòa lợi ích giữa doanh nghiệp và cư dân địa phương. Các nội dung cần tập trung bao gồm: cơ chế tham vấn cộng đồng, cam kết chia sẻ lợi ích, trách nhiệm tái đầu tư xã hội và bảo vệ bản sắc văn hóa.

Thứ hai, xây dựng và phổ biến chỉ số “doanh nghiệp du lịch có trách nhiệm xã hội” như một công cụ đánh giá độc lập, có thể được sử dụng trong xếp hạng sao doanh nghiệp, xét thưởng, cấp phép hoặc ưu đãi chính sách. Chỉ số này nên dựa trên các tiêu chí như: mức độ tham gia cộng đồng, minh bạch thông tin tài chính, mức đầu tư vào bảo tồn văn hóa, tôn trọng quyền lao động và cam kết bảo vệ môi trường. Việc đưa chỉ số này vào hệ thống đánh giá chính thức sẽ tạo động lực cạnh tranh lành mạnh và nâng cao đạo đức kinh doanh trong toàn ngành.

Thứ ba, phát động các chiến dịch truyền thông rộng khắp trên các nền tảng báo chí, mạng xã hội, và các hội chợ du lịch về chủ đề “Du lịch cộng đồng công bằng và bền vững”. Các chiến dịch này cần tập trung vào việc nâng cao nhận thức của doanh nghiệp, cộng đồng và du khách về trách nhiệm xã hội, bảo vệ tài nguyên cộng đồng, và lên án các hành vi khai thác quá mức, bóc lột giá trị bản địa. Cùng với đó, Hiệp hội cần thúc đẩy hình thành mạng lưới doanh nghiệp tiêu biểu, chia sẻ mô hình tốt và hình thành áp lực xã hội tích cực nhằm thúc đẩy thay đổi hành vi trong toàn ngành.

Với vai trò là tổ chức xã hội nghề nghiệp có ảnh hưởng toàn quốc, Hiệp hội Du lịch Việt Nam có thể trở thành đầu mối quan trọng trong việc điều phối, lan tỏa và thể chế hóa các chuẩn mực mới trong phát triển du lịch cộng đồng - nơi mà quan hệ lợi ích giữa các chủ thể không chỉ dừng lại ở kinh tế mà còn bao hàm trách nhiệm văn hóa và đạo đức xã hội.

Tóm tắt chương 4

Chương 4 đề xuất hệ thống quan điểm và giải pháp bảo đảm hài hòa quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai đến năm 2030, tầm nhìn 2035. Trên cơ sở phân tích bối cảnh, mục tiêu và các vấn đề đặt ra, luận án xác lập sáu quan điểm định hướng và bốn nhóm giải pháp theo từng chủ thể: chính quyền, cộng đồng, doanh nghiệp và khách du lịch. Mỗi nhóm giải pháp nhấn mạnh vai trò thể chế, cơ chế phối hợp, đại diện lợi ích và trách nhiệm xã hội. Cuối chương, tác giả đưa ra các kiến nghị đối với Quốc hội, Chính phủ, bộ ngành, tỉnh Lào Cai và các bên liên quan nhằm tạo nền tảng chính sách - pháp lý phát triển du lịch cộng đồng bền vững.

KẾT LUẬN

Luận án “Quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai” là công trình nghiên cứu chuyên sâu nhằm góp phần làm rõ cơ sở lý luận và thực tiễn, đồng thời đề xuất hệ thống quan điểm, giải pháp và kiến nghị có căn cứ khoa học nhằm bảo đảm hài hòa lợi ích giữa các chủ thể trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai. Trên cơ sở tiếp cận Kinh tế chính trị, luận án đã hoàn thành các nhiệm vụ nghiên cứu sau:

Thứ nhất, luận án đã xây dựng được khung lý luận và thực tiễn về quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng. Trên nền tảng kế thừa và phát triển các quan điểm của Chủ nghĩa Mác - Lênin, Tư tưởng Hồ Chí Minh và quan điểm của Đảng Cộng sản Việt Nam về lợi ích, luận án đã tiếp cận quan hệ lợi ích như một cấu trúc kinh tế - xã hội trong mô hình du lịch cộng đồng. Tác giả đã hệ thống hóa khái niệm quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng, xác định rõ bốn chủ thể chính (chính quyền, cộng đồng, doanh nghiệp, khách du lịch), làm rõ đặc điểm, nội dung các mối quan hệ lợi ích giữa các chủ thể. Từ đó, luận án xây dựng bộ tiêu chí đánh giá gồm: mức độ tham gia, tính minh bạch, tính công bằng, cơ chế phối hợp - phản hồi và khả năng tái sản sinh quan hệ lợi ích. Đồng thời, luận án cũng xác định các nhân tố ảnh hưởng đến quan hệ lợi ích như thể chế, năng lực, chênh lệch quyền lực - thông tin, thiết chế giám sát và đặc trưng văn hóa bản địa.

Thứ hai, luận án đã phân tích thực trạng quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng tại Lào Cai giai đoạn 2019-2024. Thông qua khảo sát định lượng và phỏng vấn sâu tại các huyện Sa Pa, Bắc Hà, Bát Xát và Bảo Yên, luận án chỉ ra một số kết quả tích cực như: mức độ tham gia của các bên được cải thiện, chính quyền bước đầu đóng vai trò kiến tạo, xuất hiện các mô hình hợp tác doanh nghiệp - cộng đồng hiệu quả, và mối quan hệ giữa khách du lịch - dịch vụ tại bản ngày càng chuyên nghiệp. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng chỉ ra những hạn chế đáng lưu ý như: bất bình đẳng lợi ích giữa các chủ thể; thiếu minh bạch trong chia sẻ lợi ích; cơ chế phối hợp còn mang tính hành chính; cộng đồng thiếu năng lực tổ chức; doanh nghiệp chưa cam kết đầu tư dài hạn; khách du lịch thiếu kênh phản hồi chính thức. Luận án cũng phân tích rõ các nguyên nhân chủ quan và khách quan của thực trạng

này, từ nhận thức, năng lực cho đến thể chế điều phối và giám sát.

Thứ ba, luận án đã đề xuất hệ thống quan điểm và giải pháp nhằm bảo đảm hài hòa quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai. Các quan điểm định hướng nhấn mạnh: lấy lợi ích cộng đồng làm trung tâm; phát triển du lịch cộng đồng trên cơ sở đồng thuận - đồng kiến tạo - đồng tham gia; bảo đảm công bằng, minh bạch; tôn trọng bản sắc văn hóa; tăng cường vai trò điều tiết của Nhà nước và liên kết công - tư - cộng đồng. Từ đó, luận án đề xuất sáu nhóm giải pháp khả thi gồm: (i) hoàn thiện thể chế điều phối; (ii) nâng cao năng lực cộng đồng; (iii) tăng cường trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp; (iv) nâng cao hiệu lực quản trị nhà nước và thể chế phản hồi; (v) ứng dụng chuyển đổi số trong phát triển du lịch cộng đồng; (vi) bảo vệ quyền lợi và nâng cao trải nghiệm du khách. Các giải pháp đều xác định rõ chủ thể thực hiện, điều kiện triển khai và cơ chế phối hợp.

Thứ tư, luận án đã kiến nghị các giải pháp hỗ trợ thực thi chính sách ở cả cấp Trung ương và địa phương. Cụ thể, kiến nghị Trung ương (Quốc hội, Chính phủ, các Bộ ngành, Hiệp hội Du lịch) hoàn thiện khung pháp lý về chia sẻ lợi ích, ban hành hướng dẫn triển khai du lịch cộng đồng, hỗ trợ lồng ghép du lịch cộng đồng vào các chương trình mục tiêu quốc gia, xây dựng cơ chế giám sát độc lập. Kiến nghị tỉnh Lào Cai lồng ghép du lịch cộng đồng vào quy hoạch tổng thể phát triển du lịch, điều phối liên ngành, xây dựng cơ chế tài chính đặc thù. Đồng thời, kiến nghị doanh nghiệp cần cam kết chia sẻ lợi ích và đầu tư dài hạn; cộng đồng cần nâng cao năng lực, tính chủ động và tinh thần hợp tác; khách du lịch cần tiêu dùng có trách nhiệm và tuân thủ quy tắc ứng xử tại điểm đến.

Dưới góc tiếp cận Kinh tế chính trị, luận án đã làm rõ các mối quan hệ kinh tế - xã hội trong không gian phát triển đặc thù của du lịch cộng đồng, đóng góp vào việc nâng cao chất lượng hoạch định chính sách phát triển bền vững du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lào Cai thời gian tới.

DANH MỤC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU CỦA TÁC GIẢ
ĐÃ CÔNG BỐ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU LUẬN ÁN

1. Hứa Tân Hưng (2025), “Phát triển du lịch theo xu hướng xanh và thông minh ở tỉnh Lào Cai: Thực trạng và giải pháp”, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, (01), tr.144-147.
2. Hứa Tân Hưng (2025), “Liên kết vùng trong phát triển du lịch tỉnh Lào Cai: Thực trạng và giải pháp”, *Tạp chí nghiên cứu Tài chính kế toán*, tháng 01(280) tr.41-45.
3. Hứa Tân Hưng (2025), “Vai trò của chính quyền địa phương trong phát triển du lịch cộng đồng ở tỉnh Lào Cai”, *Tạp chí nghiên cứu Tài chính kế toán*, 02 (281), tr.73-76.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tham khảo tiếng Việt:

1. Ban thường vụ Tỉnh ủy Lào Cai (2021), *Nghị quyết số 11 - NQ/TU ngày 27/8/2021 của về phát triển du lịch tỉnh Lào Cai đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050*, Lào Cai.
2. Ban thường vụ Tỉnh ủy (2021), *Nghị quyết số 18-NQ/TU ngày 01/10/2021 của về lãnh đạo xây dựng Sa Pa phát triển toàn diện đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050*, Lào Cai.
3. Lương Ngọc Bích (2016), *Kiên Giang phát triển du lịch văn hóa*. Tạp chí Du lịch. Truy cập tại địa chỉ <http://www.vtr.org.vn/kien-giang-phat-trien-du-lich-vanhua.html>
4. C.Mác (1962), *Hệ tư tưởng Đức*, Nxb Sự thật, Hà Nội.
5. C.Mác và Ph.Ăngghen (1995), *Toàn tập, tập 1*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
6. C.Mác và Ph.Ăngghen (1995), *Toàn tập, tập 4*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
7. C.Mác và Ph.Ăngghen (1995), *Toàn tập, tập 18*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
8. C.Mác và Ph.Ăngghen (1995), *Toàn tập, tập 19*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
9. C.Mác, Ph.Ăngghen (2002), *Toàn tập, Tập 21*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
10. Cục Thống kê tỉnh Lào Cai (2018 - 2024), *Niên giám thống kê tỉnh từ năm 2018 - 2024*, Lào Cai.
11. Chu Thành Huy, Trần Đức Thanh (2013), "Đề xuất mô hình phát triển du lịch dựa vào cộng đồng tại các di sản thế giới ở Việt Nam", *Tạp chí Khoa học và công nghệ, Đại học Thái Nguyên* T. 109 (9), tr. 161-167.
12. Cục du lịch quốc gia Việt Nam (2023), *Hà Giang: Giải pháp để phát triển du lịch cộng đồng bền vững*, <https://vietnamtourism.gov.vn>.
13. D.Ricardo (2002), *Những nguyên lý của kinh tế chính trị học và thuế khóa*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
14. Mạnh Dũng - Ngọc Bằng (2023), Công bố quy hoạch chung xây dựng Khu du lịch Quốc gia Sa Pa, <https://baolaocai.vn>
15. Đặng Quang Định (2011), *Thống nhất lợi ích kinh tế giữa giai cấp công nhân,*

nông dân và tầng lớp trí thức trong điều kiện kinh tế thị trường ở Việt Nam hiện nay, Luận án Tiến sĩ Triết học, Học viện Chính trị - Hành chính quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.

16. Đặng Quang Định (2010), *Quan hệ lợi ích kinh tế giữa công nhân, nông dân và trí thức ở Việt Nam hiện nay*, Nxb Chính trị quốc gia-Sự thật, Hà Nội.
17. Tạ Thị Đoàn (2023), *Phát triển du lịch cộng đồng: Từ lý luận đến thực tiễn (Qua khảo sát các tỉnh vùng Tây Bắc Việt Nam)-Sách chuyên khảo*, Nxb Lý luận chính trị, Hà Nội.
18. Đỗ Huy Hà (2013), *Giải quyết quan hệ lợi ích kinh tế trong quá trình đô thị hóa ở nước ta hiện nay*, Nxb Chính trị quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
19. Nguyễn Hồng Hà và Hà Minh Thảo (2020), “Giải pháp phát triển du lịch cộng đồng của hộ gia đình tại Quần đảo Nam Du, tỉnh Kiên Giang”, *Tạp chí Du lịch*, (7).
20. Trần Thị Bích Huệ (2018), *Mâu thuẫn về lợi ích giữa các nhóm xã hội trong quá trình phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam*, Nxb Chính trị quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
21. Lê Huy Hải (2019), *Phát triển du lịch cộng đồng ở xã đảo Tiên Hải*. Truy cập tại địa chỉ <https://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/30650>
22. Dương Thị Hiền ó *Luận án Nghiên cứu xung đột giữa cư dân và các bên liên quan tại điểm đến du lịch cộng đồng khu vực miền núi Thanh Hóa của tác*
23. Hứa Tân Hưng (2021), *Nghiên cứu phát triển du lịch cộng đồng tại Sa Pa*, Đề tài khoa học cấp tỉnh, Lào Cai.
24. Nguyễn Đức Hưng (2002), *Quan hệ lợi ích trong thực hiện tự chủ tài chính ở các bệnh viện quân y (qua thực tế bệnh viện quân y 103)*, Luận án tiến sĩ, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
25. Nguyễn Thị Hương, Nguyễn Thị Tâm (2021), *Du lịch Lào Cai tìm hướng phục hồi tăng trưởng và phát triển bền vững*, <https://tapchitaichinh.vn>
26. Nguyễn Thị Thu Hường (2008), *Mối quan hệ giữa lợi ích cá nhân và lợi ích xã hội trong điều kiện nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam hiện nay*, Đề tài khoa học - công nghệ cấp Đại học quốc gia Hà Nội, mã

số NCKH. QTCT.07.09, tại trang
https://repository.vnu.edu.vn/flowpaper/simple_document.php?subfolder=55/00/20/&doc=55002062197718972615036425856527165388&bitsid=d67d97dc-93f2-4758-9040-f7c597cf77d6&uid=, [truy cập ngày 4/3/2022].

27. Tuyết Hoa Niê Kdăm (2023), *Liên kết chuỗi giá trị hình thành sản phẩm du lịch cộng đồng gắn với giảm nghèo trên địa bàn tỉnh Đắk Nông*, Đề tài khoa học cấp tỉnh, Trung tâm Phát triển nông thôn Tây Nguyên.
28. Hoàng Văn Khải (2019), *Giải quyết quan hệ giữa lợi ích cá nhân và lợi ích xã hội trong điều kiện kinh tế thị trường ở Việt Nam hiện nay*, Luận án tiến sĩ Triết học, Học viện chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
29. Nguyễn Linh Khiếu (1999), *Lợi ích - động lực phát triển xã hội*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.
30. Thuỳ Linh (2024), *Phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai*, <https://laocai.gov.vn>
31. Phạm Hồng Long và Nguyễn Thị Thanh Kiều (2019)
32. Vũ Nam (2022), *Đề tài nghiên cứu khoa học Nghiên cứu xây dựng môi trường văn hóa gắn với phát triển bền vững tại các điểm du lịch cộng đồng*, Vụ Thị trường du lịch, Tổng cục Du lịch.
33. Đỗ Thị Nga (2024), *Quan hệ lợi ích trong lĩnh vực thương mại điện tử ở Việt Nam*, Luận án tiến sĩ kinh tế, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội
34. Thái Thảo Ngọc (2016), “Lợi ích và các định hướng sự phát triển du lịch cộng đồng tại Quảng Nam”, *Tạp chí Khoa học ĐHSP TPHCM*, Số 2(80) năm 2016, Tr.191-200.
35. Ngô Tuấn Nghĩa (2011), *Bảo đảm quan hệ lợi ích trên lĩnh vực sở hữu trí tuệ trong hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam*, Nxb Chính trị quốc gia-Sự thật, Hà Nội.
36. Nguyễn Nguyễn và cộng sự (2020) với đề tài “*Giải pháp phát triển du lịch cộng đồng của hộ gia đình tại Quần đảo Nam Du, tỉnh Kiên Giang*”
37. Lâm Thị Phượng (2024), *Lợi ích của nông dân trong phát triển nông nghiệp*

sinh thái ở các huyện ngoại thành, thành phố Hà Nội, Luận án tiến sĩ, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh.

38. Quốc hội Việt Nam (2017), *Luật Du lịch Việt Nam*, Hà Nội.
39. Võ Quế (2006), *Du lịch cộng đồng lý thuyết và vận dụng*, Nhà xuất bản Khoa học và Kỹ thuật, Hà Nội.
40. Lê Thị Tố Quyên, Lý Mỹ Tiên và Huỳnh Tấn Mãi (2019) đã nghiên cứu các nhân tố tác động đến sự phát triển du lịch tại quần đảo Nam Du, huyện Kiên Hải, tỉnh Kiên Giang theo định hướng phát triển du lịch cộng đồng
41. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Sơn La
42. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Lào Cai (2019), *Báo cáo tổng kết năm 2019*, Lào Cai.
43. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Lào Cai (2020), *Báo cáo tổng kết năm 2020*, Lào Cai.
44. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Lào Cai (2021), *Báo cáo tổng kết năm 2021*, Lào Cai.
45. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Lào Cai (2022), *Báo cáo tổng kết năm 2022*, Lào Cai.
46. Sở Du lịch tỉnh Lào Cai (2023), *Báo cáo tổng kết năm 2023*, Lào Cai.
47. Sở Du lịch tỉnh Lào Cai (2024), *Báo cáo tổng kết năm 2024*, Lào Cai.
48. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Sơn La (2024), *Báo cáo số 17/BC-SVHTT&DL ngày 14/01/2024 về tiềm năng, thực trạng và định hướng phát triển du lịch cộng đồng gắn với phát triển nông thôn mới trên địa bàn tỉnh Sơn La*, Sơn La.
49. Nguyễn Thanh Tùng, Trương Trí Thông (2019), “Nghiên cứu phát triển du lịch homestay vùng ven biển huyện An Biên, tỉnh Kiên Giang”, *Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ*, 55(4), 101-112.
50. Đào Duy Tùng, Phạm Thành, Vũ Hữu Ngoạn, Lê Xuân Tùng, Nguyễn Duy Bảy (1982), *Bàn về các lợi ích kinh tế*, Nxb Sự thật, Hà Nội.
51. Bùi Thị Tiến (2022), *Quan hệ lợi ích trong phát triển nông nghiệp hữu cơ trên địa bàn thành phố Hà Nội*, Luận án tiến sĩ, Học viện Chính trị quốc gia Hồ

Chí Minh, Hà Nội.

52. Lục Văn Toán (2020), *Lào Cai: Xây dựng NTM gắn với phát triển du lịch cộng đồng*, <http://nongthonmoilaocai.vn>
53. Hoàng Thị Thịnh (2024), *Quan hệ lợi ích trong phát triển năng lượng tái tạo ở Việt Nam*, Luận án tiến sĩ kinh tế chính trị, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
54. Trương Văn Thủy Luận án tiến sĩ “*Quan hệ lợi ích trong phát triển chuỗi giá trị cà phê ở tỉnh Đắk Lắk*” (2021) của tác giả
55. Ủy ban nhân dân tỉnh Lào Cai (2024), *Quyết định số 2247/QĐ-UBND ngày 05/9/2024 phê duyệt Đề án phát triển du lịch cộng đồng gắn với việc xây dựng nông thôn mới trên địa bàn tỉnh Lào Cai đến năm 2030*.
56. V.I.Lênin (1981), *Toàn tập, Tập 29*, Nxb Tiến bộ, tr.82
57. Chư Thánh Văn và cộng sự (2014)
58. www.Cổng Thông tin điện tử tỉnh Sơn La

Tài liệu tham khảo tiếng nước ngoài

59. Aang Afandi et al (2014), "Analysis of Sustainable Tourism Livelihoods in Batu (East Java, Indonesia): SLFT Approach (Sustainable Livelihood Framework for Tourism)", *Journal of Economics and Sustainable Development*, Vol.5, No.10.
40. Adam Smith (1997), *Của cải của các dân tộc*, Nxb Giáo dục, Hà Nội, tr.123, 41, 270, 460, 5.
41. Alexander S.E. (2000), “Resident attitudes towards conservation and black howler monkeys in Belize: The Community Baboon Sanctuary”, *Environmental Conservation* Vol. 27 (4), pp. 341-350.
42. Anna Spenceley và Zachary Rozga (2007), 'IFC Tourism Training Network', International Finance Corporation, New York, NY.
43. ASEAN Secretariat (2016), *ASEAN Community Based Tourism Standard*, Public Outreach and Civil Society Division.
44. Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) (2000), *Towards Knowledgebased Economies in APEC*, Economic Committee, APEC Secretariat, Singapore.

45. Binns Tony và Etienne Nel (2002), 'Tourism as a local development strategy in South Africa', *Geographical Journal*, Số 168, Tập 3, tr. 235-247.
46. Butler R.W. (1980), "The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources Change on a remote island over half a century View project", *Canadian Geographer* Vol. 24 (1), pp. 5-12.
47. Caroline Ashley And Elizabeth Garland (1994), *Promoting CommunityBased Tourism Development: Why, What And How?*, Research Discussion Paper Number 4
48. Colin Michael Hall (1996), [1991] *Introduction to tourism in Australia: impacts, planning and development*, Longman Cheshire, Melbourne, Australia.
49. Coser L.A. (1956), *The functions of social conflict*, Glencoe, New York.
50. D Tolkach, B King (2015), *Strengthening Community-Based Tourism in a new resource-based island nation: Why and how?*, *Tourism Management* 48, 386-398.
51. Equations (2008), *Community-based rural tourism in developing countries: Some insights & lessons from the Endogenous Tourism project in India*. In *Making a difference. Dossier on community engagement on nature based tourism in India*
52. Giampiccoli A. and Nauright, J.P(2010), "Problems and Prospects for Community-based Tourism in the New South Africa: The 2010 FIFA World Cup and Beyond", *African Historical Review* 42(1): 42-62
53. Giampiccoli and Kalis (2012), "Community-based tourism and local culture: the case of the Mpondo", *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(1).
54. Goodwin H., Santilli R. (2009), "Community-Based Tourism: a success?", *ICRT Occasional Paper* Vol. 11 (1), pp. 1-37
55. Hall Colin Michael (1996), [1991] *Introduction to tourism in Australia: impacts,*
56. Jamal TB, Getz D (1995), *Collaboration theory and community tourism planning*, *Annals of Tourism Research* 22: 186-204.
57. Janis (2009) chưa tìm ra
58. Jinsheng Z., Siriphon A. (2019), "Community-based Tourism Stakeholder

- Conflicts and the Co-Creation Approach", *Journal of Mekong Societies* Vol. 15 (2), pp. 37-54.
59. Kim, S., Kang Y. (2020), "Why do residents in an overtourism destination develop anti-tourist attitudes? An exploration of residents' experience through the lens of the community-based tourism", *Asia Pacific Journal of Tourism Research* Vol. 25 (8), pp. 858-876.
 60. Mtapuri O., Giampiccoli A., Spershott C. (2015), "Community-based tourism research in academic journals: A numerical Community-based tourism research in academic journals: A numerical analysis", *African Journal for Physical Health Education, Recreation and Dance* Vol. 21 (2), pp. 688-705.
 61. Muhanna E. (2007), "The contribution of sustainable tourism development in poverty alleviation of local communities in South Africa", *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism* Vol. 6 (1), pp. 37-67
 62. Murphy P. (1985), *Tourism: A Community Approach*. Routledge.
 63. Ndlovu, N and Rogerson, C.M.p(2003), "Rural local economic development through community-based tourism: the Mehlooding hiking and horse trail, Eastern cape, South Africa", *Africa Insight*, 33: 124-129.
 64. Okazaki E. (2008), "A Community-Based Tourism Model: Its Conception and Use a Community-Based Tourism Model, *Journal of Sustainable Tourism* Vol. 16 (5), pp. 511-529.
 65. Pachamama (2019), *Community-Based Tourism*, Truy cập ngày 12/6/2024, từ liên kết: <http://www.pachamama.org/community-based-tourism>
 66. Pérez, F. J., Barrera, O. D., Peláez, A. V. and Lorío, G. (2010), *Turismo Rural Comunitario Como Alternativa de educción de la Pobreza Rural en Centroamérica*, Edicio Nitlapan Campus de la UCA Managua, Nicaragua
 67. Rogerson, C. (2004) "Tourism, Small Firm Development and Empowerment", In: Rhodri, T. (ed.), *Small Firms in Tourism International Perspectives* (pp. 13-34). St. Louis: Elsevier Science.
 68. Scheyvens, R. (2002), *Tourism for Development Empowering Community*, Harlow: Prentice Hall.

69. Sebele L.S. (2010), "Community-based tourism ventures, benefits and challenges: Khama Rhino Sanctuary Trust, Central District, Botswana", *Tourism Management* Vol. 31 (1), pp. 136-146.
70. Shen H., Li X., Luo, J.M., Chau K.Y. (2017), "One country, two strata: Implications of social and cultural conflicts of Chinese outbound tourism to Hong Kong", *Journal of Destination Marketing and Management* Vol. 6 (3), pp. 166-169.
71. Singh, L. K. (2008), *Ecology, Environment and Tourism*, ESHA Books: Delhi.
72. Stephen Wearing and Matthew McDonald, *JOURNAL OF SUSTAINABLE TOURISM*, vol.10, no.3, 2002.
73. Storey, D. (2004) "A sense of place: rural development, tourism and place promotion in the republic of Ireland". In Holloway, L. and Kneafsey, M. (eds.), *Geographies of rural cultures and societies* (pp. 197-213). Aldershot: Ashgate.
74. Telfer, D. J. and Sharpley, R.p(2008), *Tourism and Development in the Developing World*, London: Routledge.
75. Tsaur S.H., Yen C.H., Teng H.Y. (2018), "Tourist-resident conflict: A scale development and empirical study", *Journal of Destination Marketing and Management* (10), pp. 152-163.
76. Wang, L., & Yotsumoto, Y. (2019), "Conflict in tourism development in rural China", *Tourism Management* (70), pp. 188-200
77. WWF (2001), *Guidelines for community-based ecotourism development*, WWF International Gland, Switzerland.
78. Xu K., Zhang J., Tian F. (2017), "Community leadership in rural tourism development: A tale of two ancient Chinese villages", *Sustainability (Switzerland)* Vol. 9 (12), pp. 1-22.
79. Xue L., Kerstetter D. (2018), "Discourse and Power Relations in Community Tourism", *Journal of Travel Research* Vol. 57 (6), pp. 757-768.
80. Yang J., Ryan C., Zhang L. (2013), "Social conflict in communities impacted by tourism", *Tourism Management* (35), pp. 82-93.
81. Ye B.H., Zhang H.Q., Yuen P.P. (2013), "Cultural conflicts or cultural cushion?", *Annals of Tourism Research* (43), pp. 321-349.

PHỤ LỤC

Nhóm đối tượng	Câu hỏi khảo sát	Thang đo (1-5)
Cán bộ chính quyền	1. Anh/chị đánh giá mức độ hài lòng về cơ chế phân phối lợi ích tại địa phương?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	2. Anh/chị có được tham gia vào các quyết định liên quan đến hoạt động du lịch không?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	3. Mức độ công khai, minh bạch thông tin tài chính trong hoạt động du lịch tại địa phương?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	4. Mức độ hài hòa trong mối quan hệ giữa các bên liên quan (chính quyền - doanh nghiệp - cộng đồng - du khách)?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	5. Đánh giá của anh/chị về khả năng giải quyết mâu thuẫn lợi ích tại địa phương?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	6. Tỷ lệ doanh thu hoặc lợi ích mà anh/chị hoặc đơn vị mình nhận được từ hoạt động du lịch?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	7. Anh/chị có biết đến kênh phản hồi chính thức từ chính quyền hoặc doanh nghiệp không?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	8. Mức độ hài lòng tổng thể của anh/chị với hoạt động du lịch cộng đồng tại địa phương?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
Doanh nghiệp du lịch	1. Anh/chị đánh giá mức độ hài lòng về cơ chế phân phối lợi ích tại địa phương?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	2. Anh/chị có được tham gia vào các quyết định liên quan đến hoạt động du lịch không?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	3. Mức độ công khai, minh bạch thông tin tài chính trong hoạt động du lịch tại địa phương?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	4. Mức độ hài hòa trong mối quan hệ giữa các bên liên quan (chính quyền - doanh nghiệp - cộng đồng - du khách)?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	5. Đánh giá của anh/chị về khả năng giải quyết mâu thuẫn lợi ích tại địa phương?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	6. Tỷ lệ doanh thu hoặc lợi ích mà anh/chị hoặc đơn vị mình nhận được từ hoạt động du lịch?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	7. Anh/chị có biết đến kênh phản hồi chính thức từ chính quyền hoặc doanh nghiệp không?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	8. Mức độ hài lòng tổng thể của anh/chị với hoạt động du lịch cộng đồng tại địa phương?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
Cộng đồng địa phương	1. Anh/chị đánh giá mức độ hài lòng về cơ chế phân phối lợi ích tại địa phương?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	2. Anh/chị có được tham gia vào các quyết định liên quan đến hoạt động du lịch không?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	3. Mức độ công khai, minh bạch thông tin tài chính trong	Rất không hài lòng

	hoạt động du lịch tại địa phương?	→ Rất hài lòng
	4. Mức độ hài hòa trong mối quan hệ giữa các bên liên quan (chính quyền - doanh nghiệp - cộng đồng - du khách)?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	5. Đánh giá của anh/chị về khả năng giải quyết mâu thuẫn lợi ích tại địa phương?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	6. Tỷ lệ doanh thu hoặc lợi ích mà anh/chị hoặc đơn vị mình nhận được từ hoạt động du lịch?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	7. Anh/chị có biết đến kênh phản hồi chính thức từ chính quyền hoặc doanh nghiệp không?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	8. Mức độ hài lòng tổng thể của anh/chị với hoạt động du lịch cộng đồng tại địa phương?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
Khách du lịch	1. Anh/chị đánh giá mức độ hài lòng về cơ chế phân phối lợi ích tại địa phương?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	2. Anh/chị có được tham gia vào các quyết định liên quan đến hoạt động du lịch không?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	3. Mức độ công khai, minh bạch thông tin tài chính trong hoạt động du lịch tại địa phương?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	4. Mức độ hài hòa trong mối quan hệ giữa các bên liên quan (chính quyền - doanh nghiệp - cộng đồng - du khách)?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	5. Đánh giá của anh/chị về khả năng giải quyết mâu thuẫn lợi ích tại địa phương?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	6. Tỷ lệ doanh thu hoặc lợi ích mà anh/chị hoặc đơn vị mình nhận được từ hoạt động du lịch?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	7. Anh/chị có biết đến kênh phản hồi chính thức từ chính quyền hoặc doanh nghiệp không?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng
	8. Mức độ hài lòng tổng thể của anh/chị với hoạt động du lịch cộng đồng tại địa phương?	Rất không hài lòng → Rất hài lòng

PHỤ LỤC 2

CÁC CÂU HỎI PHỎNG VẤN SÂU

1. Đối tượng: Cán bộ chính quyền địa phương (xã, huyện, Sở Du lịch)

Chủ đề: Thể chế - Điều phối - Giám sát

1. Theo ông/bà, đâu là rào cản lớn nhất trong việc bảo đảm công bằng lợi ích giữa các chủ thể trong du lịch cộng đồng hiện nay?
2. Cơ chế chia sẻ thông tin và phản hồi giữa chính quyền và người dân/doanh nghiệp đã vận hành như thế nào? Có gặp khó khăn gì không?
3. Chính quyền địa phương có thực sự đóng vai trò “trọng tài lợi ích” giữa các bên hay chưa? Vì sao?
4. Việc xây dựng quy hoạch, kế hoạch du lịch cộng đồng hiện nay có sự tham gia thực chất từ phía cộng đồng không?
5. Ông/bà đánh giá thế nào về hiệu quả phối hợp giữa chính quyền cấp xã với doanh nghiệp và cộng đồng trong quản lý điểm du lịch?

2. Đối tượng: Doanh nghiệp du lịch hoạt động tại địa phương

Chủ đề: Đầu tư - Trách nhiệm xã hội - Phân phối lợi nhuận

1. Động cơ chính của doanh nghiệp khi đầu tư vào du lịch cộng đồng tại Lào Cai là gì?
2. Doanh nghiệp có chia sẻ lợi nhuận hoặc hỗ trợ cộng đồng bản địa bằng cách nào? Có gặp khó khăn hoặc vướng mắc gì không?
3. Doanh nghiệp có tham vấn cộng đồng trước khi xây dựng sản phẩm hoặc tổ chức hoạt động tại điểm du lịch không?
4. Theo ông/bà, việc thiết lập mối quan hệ lâu dài với cộng đồng có tác động thế nào đến hình ảnh và phát triển bền vững của doanh nghiệp?
5. Mức độ tin cậy và hợp tác giữa doanh nghiệp và chính quyền hiện nay ra sao? Có những kênh chính thức nào?

3. Đối tượng: Cộng đồng dân cư tại các điểm du lịch cộng đồng

Chủ đề: Tham gia - Quyền lợi - Xung đột

1. Gia đình ông/bà có tham gia hoạt động du lịch cộng đồng không? Nếu có thì tham gia ở khâu nào?
2. Ông/bà có được chia sẻ thông tin về giá tour, lợi nhuận hoặc chi phí từ các hoạt động du lịch không?
3. Có khi nào ông/bà cảm thấy lợi ích của mình bị xâm phạm trong quá trình tổ chức du lịch? Nếu có, ông/bà xử lý ra sao?
4. Ông/bà mong muốn chính quyền hoặc doanh nghiệp hỗ trợ gì thêm để cải thiện

điều kiện tham gia và hưởng lợi từ du lịch?

5. Theo ông/bà, đâu là cách tốt nhất để giải quyết bất đồng giữa người dân với doanh nghiệp hoặc chính quyền trong hoạt động du lịch?

4. Đối tượng: Khách du lịch (nội địa và quốc tế)

Chủ đề: Trải nghiệm - Hải lòng - Phản hồi

1. Ông/bà có cảm thấy trải nghiệm du lịch cộng đồng tại đây là “bản sắc” và “chân thực” không? Vì sao?
2. Khi gặp sự cố hoặc cần trợ giúp tại điểm đến, ông/bà có dễ dàng liên hệ với chính quyền địa phương hoặc trung tâm hỗ trợ không?
3. Ông/bà đánh giá như thế nào về thái độ, chất lượng dịch vụ do cộng đồng cung cấp?
4. Nếu có bất cập, ông/bà thường phản ánh qua đâu: trực tiếp, mạng xã hội, ứng dụng du lịch, hay không phản ánh?
5. Ông/bà có sẵn sàng quay lại điểm đến này? Điều gì khiến ông/bà suy nghĩ lại?

Bảng: Chỉ tiêu đánh giá quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai (2019-2024)

Chỉ tiêu đo lường	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Tỷ lệ hộ dân tham gia trực tiếp vào hoạt động du lịch (%)	10.0	12.0	14.0	20.0	25.0	28.0
Tỷ lệ hộ tiếp cận hỗ trợ từ chính quyền hoặc chương trình	9.0	10.0	11.0	14.0	15.0	18.0
Tỷ lệ khách hài lòng với giá trị trải nghiệm so với chi phí	70.0	75.0	77.0	83.0	88.0	90.0
Số lượng tranh chấp/xung đột lợi ích phát sinh mỗi năm	7.0	6.0	5.0	5.0	5.0	4.0
Tỷ lệ người được tham vấn về cơ chế	8.0	10.0	12.0	18.0	20.0	25.0

phân phối lợi ích						
Tỷ lệ khách du lịch phản ánh được tiếp nhận và phản hồi	13.0	30.0	35.0	50.0	65.0	70.0
Tỷ lệ quyết định quan trọng có sự tham gia cộng đồng	15.0	18.0	25.0	30.0	35.0	40.0
Số sản phẩm du lịch do cộng đồng tổ chức	25.0	28.0	35.0	50.0	60.0	75.0
Mức độ hài lòng của cộng đồng về quyền tham gia (thang điểm 1-5)	3.0	3.3	3.5	3.8	4.0	4.2
Số hoạt động giao lưu do cộng đồng và khách cùng tổ chức	10.0	12.0	18.0	22.0	28.0	35.0

PHỤ LỤC

Hệ thống bảng chỉ tiêu đánh giá quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Lào Cai (2019-2024)

Phụ lục 1 Chính quyền cộng đồng

Chỉ tiêu	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Tỷ lệ hộ dân được tham vấn chính sách (%)	15.0	18.0	22.0	28.0	30.0	35.0
Số cuộc đối thoại công khai giữa chính quyền và dân	10.0	12.0	15.0	18.0	20.0	24.0
Mức độ đồng thuận cộng đồng (1-5)	3.1	3.3	3.5	3.8	4.0	4.2

Phụ lục 2 Chính quyền doanh nghiệp

Chỉ tiêu	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Số dự án có ký thỏa thuận chia sẻ lợi ích	3	4	6	9	11	13
Tỷ lệ doanh nghiệp hài lòng với thủ tục hành chính (%)	45	50	55	63	68	70

Phụ lục 3 Chính quyền khách du lịch

Chỉ tiêu	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Tỷ lệ khách biết kênh phản ánh chính thức (%)	20	25	35	45	60	70
Tỷ lệ phản ánh được phản hồi đúng hạn (%)	30	35	40	50	65	75

Phụ lục 4 Doanh nghiệp cộng đồng

Chỉ tiêu	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Tỷ lệ doanh thu chia lại cho cộng đồng (%)	5.0	8.0	10.0	15.0	18.0	20.0
Số hợp đồng hợp tác có giám sát cộng đồng	2.0	3.0	4.0	5.0	6.0	8.0
Mức độ hài lòng của cộng đồng (1-5)	2.8	3.0	3.2	3.6	3.9	4.1

Phụ lục 5 Doanh nghiệp khách du lịch

Chỉ tiêu	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Tỷ lệ khách hài lòng dịch vụ doanh nghiệp (%)	60	65	70	78	85	88
Tỷ lệ khiếu nại chất lượng dịch vụ (%)	12	10	9	7	5	4
Tỷ lệ khách quay lại sử dụng dịch vụ (%)	20	23	28	33	38	42

Phụ lục 6 Cộng đồng khách du lịch

Chỉ tiêu	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Tỷ lệ khách sử dụng dịch vụ do cộng đồng cung cấp (%)	40.0	45.0	55.0	65.0	75.0	80.0
Mức độ đánh giá tích cực (1-5)	3.2	3.4	3.6	3.9	4.2	4.4
Số lượt tương tác văn hóa giữa khách và cộng đồng	10.0	12.0	15.0	20.0	26.0	30.0