

# Hướng đến phát triển du lịch bền vững

■ Lê Cơ

Những năm gần đây, chúng ta nói nhiều về phát triển du lịch bền vững, nhưng làm thế nào để phát triển du lịch bền vững hay phát triển du lịch bền vững bắt đầu như thế nào thì lại là một vấn đề không dễ dàng. Phát triển du lịch bền vững không phải là một bước đi ngắn hạn, mà là cả một tầm nhìn, một chiến lược dài hạn, thậm chí qua nhiều thế hệ. Mỗi giai đoạn lại phải thay đổi cho phù hợp với bối cảnh cụ thể. Vậy nên, trong giai đoạn hiện nay, cần phải nhận thức lại sự phát triển của du lịch để từ đó đưa ra được những nhân tố nào sẽ giúp ích cho phát triển du lịch bền vững trong bối cảnh hiện tại. Đó cũng là một vài suy nghĩ mà tác giả muốn đặt ra trong bài viết này.



Du lịch cộng đồng ở Con Cuông

### **Xây dựng sản phẩm du lịch bền vững**

Sản phẩm du lịch là yếu tố quan trọng không chỉ quyết định doanh thu của ngành du lịch mà còn tác động mạnh mẽ đến sự bền vững của du lịch. Du lịch bền vững khi tạo ra được các sản phẩm du lịch bền vững.

Sản phẩm du lịch bền vững cần phải dựa trên nhiều tiêu chí đánh giá. Trong đó, theo tiêu chí của phát triển bền vững được hầu hết các quốc gia công nhận thì sản phẩm du lịch bền vững phải đảm bảo được các tiêu chí phù hợp về văn hóa, chính trị, kinh tế, xã hội, môi trường và con người. Như vậy, sản phẩm du lịch bền vững cần phải phù hợp với nền văn hóa của chủ thể, của cộng đồng địa phương. Sản phẩm đó phải gắn liền với văn hóa địa phương, được cộng đồng người bản địa tạo ra, sử dụng và chia sẻ. Nó cần phải là sản phẩm đặc trưng của văn hóa cộng đồng chủ thể. Sản phẩm đó cũng phù hợp với nền chính trị đương thời nhằm tránh các xung đột xã hội, nhất là trong xã hội mở đa văn hóa, đa cộng đồng và phức tạp. Tiếp đến, sản phẩm du lịch bền vững cũng phải đáp ứng được các tiêu chí về kinh tế, nghĩa là có sức hấp dẫn du khách, có tính hiệu quả về kinh tế để tạo ra doanh thu cho người dân địa phương và các bên liên quan. Sản phẩm đó cũng phải phù hợp với môi trường xã hội hiện tại. Môi trường xã hội tác động mạnh đến việc phát triển các sản phẩm du lịch. Nó bắt buộc sản phẩm phải có sự hài hòa, không tạo ra xung đột xã hội giữa các bên liên quan trong quá trình phát triển. Đặc biệt, sự hài hòa với môi trường tự nhiên, hạn chế ô nhiễm trở thành tiêu chí quan trọng để xây dựng các sản phẩm du lịch bền vững. Trong phát triển du lịch, người ta đề cao các ngành thủ công nghiệp nhằm tạo ra các sản phẩm bền vững hơn, ít tiêu hao tài nguyên và hạn chế ô

nhiễm môi trường. Cuối cùng, sản phẩm du lịch bền vững phải lấy con người làm trọng tâm, hướng đến giá trị nhân văn, giá trị cốt lõi của con người. Trước hết là thể hiện giá trị của người sản xuất, sáng tạo ra sản phẩm đó. Sau nữa là hướng đến giá trị cho những người thụ hưởng, sử dụng nó. Sản phẩm mà đi ngược lại với giá trị con người thì sẽ không thể tồn tại trong thế giới du lịch hiện nay.

Xin phân tích một ví dụ xây dựng một sản phẩm du lịch bền vững trong phát triển du lịch ở miền Tây Nghệ An chẳng hạn. Tôi từng có thời gian khảo sát thực tế tại bản Nura, xã Yên Khê, huyện Con Cuông để tìm hiểu về du lịch cộng đồng đang được người dân quan tâm. Du lịch cộng đồng ở bản Nura bắt đầu từ năm 2011 và đến nay đã hơn một thập kỷ trôi qua, nhưng việc xây dựng các sản phẩm du lịch bền vững hiện tại vẫn còn là thách thức lớn. Các sản phẩm du lịch tại bản Nura dù được đưa ra nhiều lần nhưng lại khó thực hiện vì có nhiều bất cập. Trong đó, các sản phẩm du lịch gắn với đặc trưng văn hóa của người dân bản địa chưa thật sự phát triển. Vậy nên có thể nói các sản phẩm du lịch ở đây chưa mang tính bền vững. Hầu hết các sản phẩm du lịch ở đây chủ yếu được mô phỏng, học theo kinh nghiệm của một số địa phương khác chứ chưa có tính sáng tạo dựa vào đặc trưng văn hóa cộng đồng bản địa. Những dịch vụ trải nghiệm còn chưa phát triển mạnh vì chưa có cơ chế hợp tác một cách phù hợp. Đặc biệt, người dân ở bản Nura chưa thể đa dạng hóa các sản phẩm phục vụ du lịch. Trong phát triển du lịch bền vững thì đa dạng hóa sản phẩm du lịch là một bước quan trọng. Và nó dựa trên nền tảng vốn văn hóa cộng đồng của nhóm chủ thể.

Nói đến phát triển du lịch cộng đồng thì phải nhấn mạnh đến vai trò của vốn văn hóa cộng đồng. Vốn văn hóa cộng đồng còn là cơ sở nền tảng quyết định đến quá trình đa dạng hóa các hoạt động kinh tế gắn liền với phát triển du lịch cộng đồng. Nếu như không thể phát triển được các sản phẩm hàng hóa nhằm đa

dạng hóa sản phẩm phục vụ du lịch thì sẽ khó để thu hút du khách, và cũng không thể giữ chân du khách. Muốn du lịch cộng đồng hiệu quả thì cần phải có nhiều dịch vụ, nhiều hàng hóa tại chỗ để đáp ứng nhu cầu của khách. Và những dịch vụ, hàng hóa đó cần gắn với bản sắc văn hóa của cộng đồng địa phương. Ở Tả Phìn, du lịch cộng đồng phát triển gắn với phát triển các dịch vụ và hàng hóa từ kinh tế được liệu mà thuốc tắm là tiêu biểu. Bên cạnh đó là các sản phẩm thủ công nghiệp như thổ cẩm. Hay ở bản Lác, sản xuất thổ cẩm giữ vai trò quan trọng, bên cạnh đó còn có 13 loại hàng hóa khác nhau được người dân sản xuất và buôn bán, cùng với 11 loại dịch vụ người dân xây dựng để phục vụ du khách. Ở bản Nưa, đang trong giai đoạn định hình sự phát triển nên việc lựa chọn dịch vụ, sản phẩm nào là một yếu tố quan trọng. Du lịch cộng đồng phát triển thì đương nhiên sẽ thu hút rất nhiều loại hàng hóa từ nhiều nơi khác đến. Cả Tả Phìn hay bản Lác đều có rất nhiều hàng hóa Trung Quốc và nhiều vùng khác đến, nhưng cũng phải có những sản phẩm đặc trưng của địa phương. Không xây dựng được sản phẩm dịch vụ, hàng hóa đặc trưng từ vốn văn hóa cộng đồng sẽ khó phát triển du lịch và cũng là điều kiện thuận lợi cho các loại hàng hóa khác nhập vào, gây ảnh hưởng và làm thất thu đối với người dân địa phương.

Nhìn lại sự phát triển của du lịch cộng đồng ở bản Nưa nói riêng và các địa phương khác ở Nghệ An nói chung vẫn còn gặp nhiều khó khăn trong việc đa dạng hóa các sản phẩm hàng hóa nhằm phục vụ du khách. Hầu hết ở các địa điểm phát triển du lịch cộng đồng, với sự tư vấn của nhiều chuyên gia nên cũng đã xây dựng được một hệ thống sản phẩm du lịch khá đa dạng. Từ tham quan thưởng ngoạn thắng cảnh thiên nhiên, trải nghiệm các sinh hoạt văn hóa sản xuất hay thưởng thức các đặc sản từ văn hóa ẩm thực và các sinh hoạt nghệ thuật truyền thống. Nhưng về cơ bản, nguồn thu của người dân vẫn tập trung vào dịch vụ ăn uống và có thêm nữa là dịch vụ biểu diễn văn nghệ hay vài thứ trải nghiệm văn hóa địa phương. Các sản phẩm hàng hóa, đặc biệt là các mặt hàng xa xỉ, hàng lưu niệm để đáp ứng nhu cầu của khách vẫn còn vô cùng hạn chế. Các mặt hàng thủ công nghiệp, hàng mỹ nghệ và cả những đặc sản để có thể trở thành hàng hóa phục vụ phát triển du lịch cần có một chiến lược



Sản phẩm du lịch cộng đồng ở bản Nưa  
xã Yên Khê, huyện Con Cuông



phát triển gắn với nguồn vốn văn hóa cộng đồng. Nếu làm tốt việc này sẽ tạo ra một nguồn thu lớn cho người dân. Theo khảo sát ở Tả Phìn và bản Lác, khi một du khách tiêu 100 ngàn đồng tại đây, thì có 45 ngàn đồng cho các dịch vụ ăn uống, nghỉ ngơi và tham quan đã được cố định, 25 ngàn đồng cho các dịch vụ trải nghiệm và tắm thuốc, 25 ngàn đồng mua đồ lưu niệm và hàng hóa văn hóa địa phương, còn lại là chi phí cho các khoản khác. Như vậy có thể thấy việc tạo ra các sản phẩm hàng hóa và dịch vụ văn hóa đặc trưng chiếm đến một nửa doanh thu trong hoạt động du lịch cộng đồng. Và cũng dễ thấy, du lịch cộng đồng ở Nghệ An mới khai thác được 50% tiềm năng khi chưa thể đa dạng hóa các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ văn hóa du lịch.

Trong thời gian gần đây, sau khi dịch bệnh được kiểm soát, du lịch cộng đồng bắt đầu hồi phục và phát triển. Việc đa dạng hóa sản phẩm hàng hóa và dịch vụ văn hóa du lịch cũng bắt đầu được quan tâm. Nhiều nơi đã kết hợp các hoạt động nông nghiệp với hoạt động du lịch cộng đồng hay tạo sức hút từ các sinh hoạt văn hóa như các lễ hội truyền thống, tổ chức các lễ hội, các sinh hoạt văn hóa mới dựa trên nền tảng văn hóa truyền thống để hấp dẫn du khách. Và thực tế, các lễ hội hoa quả (mận, lễ hội cam...), lễ chơi trâu, các hội chợ phiên ở địa phương cùng nhiều sinh hoạt văn hóa khác đã thu hút được một lượng khách khá lớn. Tuy nhiên, doanh thu tăng chậm vì vẫn còn thiếu những sản phẩm hàng hóa và dịch vụ văn hóa hấp dẫn để du khách không ngại mà tiêu tiền. Có nhiều nguyên do trong đó có sự mất mát của các ngành nghề thủ công truyền thống cũng như thiếu sự sáng tạo, đổi mới, cách tân làm cho các sản phẩm thủ công vốn trước đây chỉ phục vụ sinh hoạt và sản xuất nay phải trở thành các sản phẩm hàng hóa, sản phẩm lưu niệm để buôn bán cho khách. Các hoạt động sản xuất đó cũng tạo ra được các dịch vụ trải nghiệm hấp dẫn như một số làng nghề truyền thống đã làm. Muốn làm được điều đó, cần đầu tư chất xám vào các hoạt động để không chỉ nghiên cứu về bản sắc văn hóa cộng đồng mà còn phải sáng tạo ra các loại hàng

hóa từ bản sắc văn hóa nhằm đa dạng hóa sản phẩm du lịch. Đó là con đường tất yếu phải đi, cũng là thách thức mà du lịch cộng đồng phải vượt qua để phát triển.

Để xây dựng các sản phẩm du lịch bền vững cần phải nghiên cứu kỹ về bản sắc văn hóa của cộng đồng bản địa, mà ở bản Nura là cộng đồng người Thái. Đặt người Thái vào trung tâm để xây dựng các sản phẩm du lịch. Dựa vào đặc trưng văn hóa của người Thái để tạo ra các sản phẩm du lịch độc đáo như người Dao đã làm được ở Tả Phìn hay người Thái đã làm ở bản Lác. Qua nghiên cứu các địa phương đã phát triển du lịch mạnh mẽ có thể thấy nguyên tắc của xây dựng sản phẩm du lịch bền vững là đặt con người làm trung tâm, đặt cộng đồng chủ thể nắm quyền quyết định, hài hòa lợi ích giữa các bên liên quan, phù hợp với môi trường văn hóa xã hội và bảo vệ môi trường một cách tích cực. Muốn xây dựng các sản phẩm du lịch bền vững cần có sự nghiên cứu, hợp tác giữa người dân chủ thể với nhà doanh nghiệp, nhà khoa học, nhà công tác xã hội, nhà quản lý phát triển, và cả du khách nữa. Sự tham gia của tất cả các bên liên quan giúp cho sản phẩm khi ra đời đáp ứng đầy đủ hơn về tính bền vững.

### **Xây dựng hệ sinh thái du lịch bền vững**

Lâu nay khi bàn đến phát triển du lịch, chúng ta quan tâm quá nhiều đến số lượng du khách đến với địa phương. Và các chiến lược, chính sách phát triển du lịch đều dựa vào các số lượng du khách cũng như hướng đến số lượng du khách nhằm tăng doanh thu. Nhưng thực tế, số lượng du khách không quyết định doanh thu, dù rằng nó quan hệ chặt chẽ với nhau. Trong khi chúng ta đang quan tâm đến việc làm sao để số lượng du khách tăng lên nhiều hơn thì ở nhiều khu du

lịch lớn của nhiều quốc gia trên thế giới lại đang bàn chuyện làm sao để hạn chế, cắt giảm số lượng du khách đến tham quan. Nghe có vẻ nghịch lý, nhưng đó lại là thực trạng. Ví dụ: Nhật Bản phải chấp nhận giảm số lượng du khách từ 300 ngàn người mỗi năm xuống còn khoảng 33 ngàn người mỗi năm để bảo vệ môi trường sinh thái của đảo Iriomote - một trong những hòn đảo đẹp nhất thuộc tỉnh Okinawa. Tại Philippines, hòn đảo thiên đường nhỏ Boracay với diện tích 4 dặm vuông bị tràn ngập bởi 2 triệu du khách trong năm 2017, nhiều người đến bằng tàu du lịch. Năm ngoái, với hàng trăm doanh nghiệp và khu lưu trú đổ nước thải xuống biển, chính quyền cũng buộc đóng cửa hòn đảo trong 6 tháng để thực hiện hoạt động dọn dẹp quy mô lớn và lên kế hoạch cắt giảm 2/3 lượng du khách... Cắt giảm số lượng du khách chắc chắn sẽ giảm doanh thu. Nhưng tại sao người ta vẫn phải làm như vậy. Bởi ngoài doanh thu còn nhiều giá trị khác phải hướng đến. Và số lượng du khách không phải là nhân tố quyết định tất cả doanh thu.

Xin phân tích một chút về một hành trình du lịch và doanh thu của một đoàn du khách có 100 người vào Nghệ An chẳng hạn. Họ vào Cửa Lò ăn nghỉ, sau đó lên quảng trường Hồ Chí Minh dâng hương, xong lại lên khu di tích Kim Liên tham quan. Sau đó họ về Cửa Lò nghỉ ngơi và ăn uống. Ngành du lịch Cửa Lò thống kê có 100 khách du lịch đến tham quan. Quảng trường Hồ

Chí Minh cũng thống kê có 100 du khách đến tham quan. Khu di tích Kim Liên cũng thống kê có 100 du khách đến tham quan. Như vậy, số lượng du khách sẽ tăng lên thành 300 lượt khách tham quan. Nhưng thực tế vẫn chỉ có 100 người và họ chủ yếu chi tiêu cho nghỉ ngơi, ăn uống và các dịch vụ khác ở Cửa Lò, còn những nơi khác thì hầu như không đáng kể. Có nghĩa là có 200 du khách được thống kê thêm kia không tham gia vào các hoạt động kinh tế và gần như không góp phần tạo ra doanh thu thực tế. Đây là một ví dụ nhỏ để suy nghĩ về quan hệ số lượng du khách và doanh thu từ du lịch. Nói vậy để thấy số lượng du khách chỉ quyết định một phần trong doanh thu. Và đó cũng là lý do làm cho nhiều quốc gia, nhiều địa phương chấp nhận cắt giảm số lượng du khách nhưng bên cạnh đó họ cũng có những liệu pháp để tăng doanh thu qua việc nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch. Họ lựa chọn con đường phát triển như vậy là để bảo vệ và phát triển hệ sinh thái du lịch bền vững nhằm đảm bảo cho sự phát triển ổn định và lâu dài của ngành du lịch.



Nhật Bản giới hạn du lịch để bảo vệ môi trường sinh thái đảo Iriomote  
Ảnh: Khung cảnh tự nhiên hoang sơ của đảo Iriomote

Hệ sinh thái du lịch được hiểu như là tổng thể môi trường liên quan đến các hoạt động du lịch. Từ môi trường tự nhiên, môi trường văn hóa, môi trường xã hội, hành lang pháp lý... cũng như các nhân tố quan trọng liên quan đến các hoạt động du lịch. Hệ sinh thái du lịch là yếu tố quan trọng, là tiêu chí cần thiết để đánh giá về du lịch bền vững. Sở dĩ một số quốc gia hay địa phương chấp nhận hạn chế số lượng du khách đến một điểm du lịch dù sẽ ảnh hưởng nhất định đến doanh thu bởi vì họ phải bảo vệ hệ sinh thái du lịch. Mỗi một hệ sinh thái đều có một sức chứa riêng và vượt quá giới hạn đó nhiều lần thì nó sẽ bị suy thoái và bị hủy hoại. Để phát triển bền vững, người ta buộc phải chấp nhận hạn chế số lượng du khách nhằm không vượt quá sức chứa của hệ sinh thái du lịch đó quá nhiều. Đó là nguyên do mà Nhật Bản hay Philippines phải giảm số lượng du khách vào các khu du lịch quan trọng của họ, dù doanh thu có thể bị ảnh hưởng nhưng giữ được hệ sinh thái du lịch bền vững.

Hệ sinh thái du lịch bền vững bên cạnh đảm bảo sự phù hợp văn hóa, hài hòa lợi ích xã hội, tạo ổn định chính trị, bảo vệ môi trường tự nhiên thì còn phải đảm bảo được tính cân bằng và sự ổn định của các hoạt động du lịch. Nó đòi hỏi từ hệ thống chính trị, chính quyền địa phương, các tổ chức xã hội, các công ty du lịch, du khách và người dân địa phương cùng hợp tác, chia sẻ và hỗ trợ lẫn nhau. Làm sao để mọi bên liên quan cùng hài lòng và cũng không ảnh hưởng đến môi trường là một điều không dễ. Nhưng để phát triển bền vững thì cần thiết phải thực hiện được những tiêu chí đó. Bởi lâu nay, ngành du lịch làm ăn chộp giật, chặt chém du khách bằng các chiêu trò hay để nạn hàng giả, hàng nhái tràn lan thị trường làm mất lòng tin của cả du khách lẫn doanh nghiệp. Vậy nên cải thiện hệ sinh thái du lịch cần phải được quan tâm để tạo động lực phát triển du lịch bền vững.

Muốn cải thiện hệ sinh thái du lịch theo hướng phát triển bền vững thì trước hết phải thay đổi cách tư duy về làm du lịch. Thay vì tư duy làm ăn chộp giật thì cần phải đảm bảo lợi ích của mọi người, lấy sự bền vững làm nền tảng. Cùng với đó là sự thay đổi về chính sách,

pháp luật liên quan đến du lịch. Phải có chiến lược phát triển du lịch một cách đầy đủ, có tầm nhìn sâu rộng và kiên định dài hơi, thay vì liên tục đặt ra các dự án, đề án, rồi chưa xong đề án này lại làm đề án khác khiến ngân sách thì hao hụt nhiều nhưng kết quả thu lại thì vô cùng ít ỏi. Hệ thống chính sách quản lý lại cần phải linh động, phù hợp với điều kiện cụ thể của địa phương cũng như bối cảnh phát triển cụ thể của ngành. Một nhân tố quan trọng là phải nâng cao ý thức, trách nhiệm và cả kỹ năng, năng lực cho người dân tham gia hoạt động du lịch. Cần phải tổ chức tập huấn, hỗ trợ người dân hoàn thiện các kỹ năng phục vụ trong phát triển du lịch. Từ đó, nâng cao sự hợp tác giữa người dân chủ thể với các bên liên quan trong phát triển du lịch để nâng cao chất lượng và hiệu quả ngành du lịch theo hướng bền vững. Cuối cùng, vẫn phải tạo ra được các sản phẩm du lịch bền vững thì mới tạo ra được hệ sinh thái du lịch bền vững.

Tóm lại, du lịch bền vững là một định hướng phát triển đúng đắn và cần phải quan tâm. Nhưng để phát triển du lịch bền vững thì thật sự không đơn giản. Cần phải nhận thức rõ hơn về các hoạt động du lịch để không bị sự tương đối của số liệu hay sự đa nghĩa của các thuật ngữ che đậy, lừa dối làm mất đi sự tinh táo cần thiết. Hay cần phải nhận thức rõ mối quan hệ giữa số lượng du khách với doanh thu để không bị các con số làm hoa mắt. Vượt qua những vấn đề đó thì tiến đến xây dựng các sản phẩm du lịch bền vững và tạo ra hệ sinh thái du lịch bền vững. Đó là một chiến lược dài để đi đến phát triển du lịch bền vững mà chúng ta đang nỗ lực bao nhiêu năm nay./.