

NHỮNG TÁC ĐỘNG KINH TẾ- XÃ HỘI CỦA DU LỊCH ĐỐI VỚI CÁC DÂN TỘC THIỂU SỐ Ở SA PA

LÂM MAI LAN- PHẠM MỘNG HOA

Sa Pa là một trong những trọng điểm du lịch của nước ta. Nằm ở độ cao 1500-1600m, trên dãy núi Hoàng Liên Sơn hùng vĩ, đồ sộ, Sa Pa chứa đựng những vẻ đẹp thiên nhiên phong phú, đa dạng, với những cảnh sắc núi rừng sắc sỡ, tương phản và đầy sức cuốn hút. Giá trị tài nguyên du lịch của Sa Pa còn được giàu lên gấp bội bởi sự hiện diện của những con người mà cuộc sống của họ đã tạo nên bản sắc văn hoá tinh thần độc đáo nơi đây.

Sự hấp dẫn kỳ thú của Sa Pa đã làm cho làn sóng khách du lịch trong và ngoài nước tới địa phương gia tăng nhanh chóng, kể từ sau ngày đất nước tiến hành công cuộc Đổi mới. Chỉ trong vòng 2 năm, từ năm 1995 đến năm 1997, số lượng khách du lịch tới Sa Pa đã tăng gần gấp đôi: từ 15.800 người lên 30.800 người, trong đó khách du lịch nước ngoài tăng hơn gấp hai lần, từ 4.000 lên 9.000 người⁽¹⁾. Sự phát triển mạnh mẽ của hoạt động du lịch ở Sa Pa đã đưa tới cho địa phương và cho những người dân của xứ sở sương mù này nhiều thay đổi.

Những cái được mà du lịch đem lại cho Sa Pa không khỏi xen lẫn những cái mất về tự nhiên, văn hoá môi trường. Sa Pa là một huyện có nhiều dân tộc. Các nhóm dân tộc thiểu số chiếm phần lớn dân số của huyện. Người Hmông và người Dao chiếm số đông trong tổng dân số chung của huyện, với tỷ trọng dân số tương ứng là 53% và 24%. Người Kinh chiếm vị trí thứ ba về tỷ trọng dân số (13,7%), Song lại là thành phần dân tộc chủ yếu của thị trấn Sa Pa. Người Tày chiếm 5,7%, người Giáy chiếm 1,5%, và người Phù Lá (nhóm Xá Phó) chiếm 1,2% dân số của huyện, còn lại là các nhóm dân tộc khác⁽²⁾. Tính nhạy cảm và dễ bị tổn thương của các hệ sinh thái tự nhiên, kinh tế và văn hoá của Sa Pa đã kiến nhiều người thuộc các nhóm xã hội khác nhau phải đặc biệt chú ý, quan tâm đến vấn đề bảo tồn các tài nguyên thiên nhiên và nhân văn của nó khỏi những tác động tiêu cực mà du lịch có thể gây nên. Đó cũng là lý do mà trong khuôn khổ của dự án Xây dựng năng lực phát triển du lịch bền vững, theo sáng kiến của IUCN Việt Nam, đã có phần dành sự quan tâm cho việc nghiên cứu tác động của du lịch đối với các dân tộc thiểu số và môi trường ở đây.

Phạm vi không gian ảnh hưởng của du lịch tới các cộng đồng cư dân địa phương và môi trường thiên nhiên còn tương đối hạn chế, chủ yếu được quan sát thấy dọc theo các tuyến du lịch chính của địa phương. Ngoài dân tộc Kinh tập trung ở thị trấn huyện, chỉ có 2 dân tộc Hmông và Dao là chịu ảnh hưởng mạnh hơn cả của sự phát triển du lịch ở Sa Pa trong những năm gần đây.

Do khuôn khổ có hạn nên bài báo này chỉ hạn chế trong phạm vi đánh giá những tác động kinh tế và xã hội của du lịch đối với các dân tộc thiểu số của Sa Pa. Đánh giá này được dựa trên kết quả nghiên cứu sâu vừa nhắc tới, sử dụng phương pháp điều tra bằng bảng hỏi đối với những tác nhân du lịch khác nhau và phương pháp đánh giá nhanh nông thôn, tiến hành trong tháng 4-6 năm 1998, tại thị trấn Sa Pa và ở địa bàn 4 xã được lựa chọn của huyện.

I. NHỮNG TÁC ĐỘNG TÍCH CỰC HAY LỢI ÍCH CỦA DU LỊCH

Mặc dầu phần lớn các nguồn lợi thu được từ du lịch đã tập trung trên địa bàn hạn hẹp của thị trấn, nơi chủ yếu người Kinh sinh sống, song vẫn có thể nói, du lịch đã có những tác động tích cực nhất định đối với các cộng đồng dân tộc thiểu số và môi trường cư trú của họ.

1. Tạo việc làm và tăng thu nhập

Sự phát triển của du lịch đã tạo nên nhu cầu tiêu thụ gia tăng của khách đã tạo nên những nguồn thu nhập quý giá cho những người dân tộc thiểu số ở đây. Có thể phân biệt ở Sa Pa nhiều loại hình thu nhập từ khách du lịch của các nhóm dân tộc thiểu số mà chủ yếu là của hai dân tộc Hmông và Dao.

a. Bán các sản phẩm có sắc thái văn hoá dân tộc

Bán trực tiếp và gián tiếp cho khách du lịch là loại hình hoạt động thu được nhiều lợi ích kinh tế nhất, phổ biến nhất, thu hút sự tham gia của những người dân thiểu số đông nhất. Lực lượng tham gia vào các loại hình này chủ yếu là những người bán rong mà đa số họ là người Hmông và Dao, gồm các phụ nữ cao tuổi, các chị và những đứa trẻ lang thang trên phố.

Chỉ trong vòng 3 đến 4 năm, việc làm và bán các sản phẩm thổ cẩm cũng như đồ trang sức cho khách du lịch ở Sa Pa đã trở nên phổ biến và có ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp không chỉ tới các xã ở Sa Pa mà còn tới cả người dân tộc thiểu số ở một số huyện lân cận như Bát Xát, Mường Khương, Bắc Hà, Mường Chải, thậm chí thu hút cả một vài huyện thuộc tỉnh Lai Châu. Một số người dân tộc ở các huyện này đã di thu mua quần áo thổ cẩm cũ và thường về Sa Pa vào những ngày cuối tuần để cung cấp một phần "đầu vào" cho những người bán hàng rong ở Sa Pa.

Theo kết quả điều tra, những loại hàng mà những người bán rong thường bán là hàng thổ cẩm bao gồm quần áo, dây thắt lưng, viền cổ áo, túi và mũ thổ cẩm, sau đó đến các sản phẩm dân tộc khác như đồ trang sức, khèn, sáo. Có những người bán quần áo thổ cẩm cũ, phẩm nhuộm với các dây vải viền công nghiệp làm phụ liệu để sản xuất hàng thổ cẩm để bán cho khách. Bên cạnh đó, một số khác bán các sản phẩm từ rừng như phong lan và cây cảnh, cây thuốc chữa bệnh. Cũng có người bán rong một số mặt hàng phục vụ nhu cầu thiết yếu như dầu cao, phẩm nhuộm, yếm, khăn đội đầu, khăn cô đầu...

Thu nhập trung bình một tuần từ buôn bán của một người bán rong từ khoảng 10.000đ tới 200.000đ/ tuần (từ 50 đến 800.000đ/tháng).

Số tiền thu được từ bán hàng được sử dụng trước hết cho những nhu cầu thiết yếu của gia đình. Thực vậy, 26/27 (96,3%) người bán rong nói rằng họ dùng tiền để mua gạo, dầu, mắm, muối, trước hết là gạo; 17 (63,0%) dành một phần khoản thu nhập để mua quà cho con, 10 người (37,0%) dành để tiết kiệm và 5 người (18,5%) dùng để mua phân bón ruộng, 1 người (3,7%) nói rằng dùng để thuê người làm ruộng thay mình. 23 trong số 26 trẻ lang thang (88,5%) trả lời rằng chúng đưa cho bố mẹ số tiền chúng kiếm được ở thị trấn, 17 em (65,4%) chi tiền để mua những thứ cần thiết hàng ngày của chúng, 14 em (53,8%) dùng tiền để tiết kiệm, chỉ một số ít dành để mua bánh kẹo (6 em, 23,1%) hay quần áo và các thứ khác (3 em, 11,5%).

Nếu so sánh với các nguồn thu nhập truyền thống khác của hộ gia đình thì mức thu từ bán hàng rong thường cao hơn hoặc rất cao trong khi công việc lại ít nặng nhọc, vất vả hơn.

Theo ý kiến chung của chính quyền các xã, các nhóm xã hội và những người dân tộc thiểu số được điều tra thì mức sống của tất cả các hộ có người đi bán rong đều được cải thiện. Ví dụ ở Tả Phìn trong số 7 gia đình người Hmông có bà già đi bán rong thường xuyên ngoài thị trấn thì cả 7 gia đình đều từ thiếu ăn hoặc thiếu ăn trầm trọng đã trở nên đủ ăn. Bữa ăn của họ đã được cải thiện. Họ đã làm được nhà lợp ngói phibrô- xi măng, mua được phân bón ruộng, có tiền thuê người làm ruộng, có giường, bàn ghế, tủ... Trong số đó có gia đình ít ruộng mà vẫn trở nên đủ ăn và sống sung sướng hơn hẳn trước kia. Cũng vì thế mà ngày càng có nhiều người trong thôn bản của các xã muốn tham gia vào hoạt động bán hàng này.

Theo ước tính của Hội Phụ nữ xã, cả xã Tả Phìn có khoảng 40-45 phụ nữ Dao và 7-10 phụ nữ Hmông của các hộ gia đình (chiếm trên 20% tổng số hộ của xã) tham gia bán hàng rong ngoài thị trấn, trong đó có một số người Hmông thường xuyên ở lại thị trấn. Đến nay, khoảng 1/2 số hộ này đã khá lên rõ rệt nhờ bán hàng cho khách du lịch. Cũng theo đánh giá của Hội, thu nhập từ du lịch có thể chỉ chiếm 5 đến 10% tổng thu nhập gia đình đối với những hộ có người đi bán rong không thường xuyên, song lại đóng góp tới 40-50% tổng thu nhập của các hộ có người tham gia nhiều và thường xuyên. Nếu tính trung bình cho tất cả các hộ tham gia bán hàng rong của xã thì tỉ lệ đóng góp ấy khoảng 25-30% thu nhập của hộ gia đình. Một số phụ nữ cao tuổi bán rong thường xuyên ở lại chợ đem lại thu nhập cao hơn của cả gia đình họ làm ra trong một năm.

Theo một số cán bộ xã, do kiếm được khá nhiều tiền so với mức thu nhập chung ở địa phương mà vai trò, vị trí của các bà, các chị trong gia đình được nâng lên khá rõ rệt. Mặt khác, do những người phụ nữ bận làm hoặc bán các sản phẩm du lịch mà sự phân công lao động trong gia đình đã có những sự thay đổi nhất định, một số nam giới đã gánh vác thay vợ một số công việc đồng áng và nội trợ.

b. Dịch vụ hướng dẫn khách du lịch leo núi

Trong số khách du lịch tới Sa Pa, có những người dự tính tới đây nhằm leo núi, chinh phục đỉnh Phanxipăng, phần lớn là người nước ngoài. Người dân tộc mà trước hết là người Hmông, là những người thổ dân nắm chắc địa bàn, có kinh nghiệm leo núi dày dặn đã đáp ứng nhu cầu dịch vụ cho loại hình du lịch này của khách.

Số người dân tộc thiểu số tham gia dịch vụ này không nhiều và có lẽ chỉ có ở một vài xã như San Sả Hồ, Lao Chải hoặc Tả Van, với số lượng thường chỉ vài ba người trong một xã. Họ được thuê trực tiếp hoặc gián tiếp bởi các chủ khách sạn, những người kinh doanh nhà hàng hay hướng dẫn viên du lịch làm công việc dẫn đường và khuân vác đồ dùng cho khách. Đây là công việc nặng nhọc và vất vả nhưng đem lại mức thu nhập cao nếu so sánh với mức sống chung của địa phương.

Theo chính quyền xã, trung bình thu nhập của những người Hmông dẫn đường này khoảng 100.000đ/ngày hoặc hơn nữa. Như vậy, mỗi chuyến đi khoảng 3-5 ngày, họ thu được tối thiểu từ 300.000-500.000đ. Thông thường mỗi hướng dẫn viên ở Sa Pa hay mỗi chủ khách sạn, nhà hàng thường thiết lập quan hệ chặt chẽ với những người dân tộc nhất định nào đó làm việc này. Bởi vậy, số lượng người Hmông tham gia loại hình này rất hạn chế, đặc biệt khi khi số khách có nhu cầu leo núi lại không nhiều. Do mức thu nhập từ dịch vụ này cao nên những gia đình có người dẫn khách đi leo núi đều khá giả lên nhanh chóng và có phần nổi bật lên trong xã.

Thí dụ, thôn Cát Cát của xã San Sả Hồ có 2 người đưa khách đi leo núi từ năm 1995. Trước kia, cả hai gia đình đều nghèo, thiếu ăn, nhà ở lụp xụp, đến nay đời sống của họ đã cải thiện lên nhiều, không những đủ ăn mà đều đã xây dựng được nhà đẹp, lợp ngói, cùng mua sắm nhiều tiện nghi trong gia đình, ngoài ra còn giúp được người thân của mình nữa.

c. Mở quán bán hàng

Người dân tộc thiểu số có thể thu lợi được từ du lịch bằng việc mở quán bán hàng phục vụ khách tại các thôn bản trên các tuyến du lịch. Trong nhóm cư dân thiểu số, hoạt động này mới phát triển, xuất phát từ nhu cầu của khách đối với một số sản phẩm tiêu dung, chủ yếu là đồ giải khát, bánh kẹo hoặc một vài vật phẩm hàng ngày khác. Tuy nhiên, số lượng hộ tham gia vào dịch vụ này còn hạn chế, phần lớn là những hộ có lợi thế nằm trên các tuyến tham quan. Hơn nữa, mức thu nhập từ loại hình này không cao vì mức tiêu thụ của khách không nhiều. Theo lời của nhiều người dân, thường thì khách du lịch hay đem theo những đồ ăn, thức uống trong mỗi chuyến đi và chỉ mua thêm trong những trường hợp phát sinh do có sự cố nào đó.

d. Khách vào thăm gia đình và dịch vụ cho nghỉ trọ

Người dân tộc thiểu số có thể hưởng lợi được từ du lịch khi có khách ghé thăm gia đình họ và cho quà, đôi lúc, khách có thể trả một khoản tiền phí cho họ. Có 21 trong số 28 (75%) người nước ngoài và 13/27 (48,1%) khách Việt Nam nói rằng họ có vào thăm gia đình người dân tộc thiểu số. Tuy nhiên, thu nhập này mặc dầu là quý song lại không đáng kể nếu tính đến giá trị kinh tế của chúng và số lượng khách có nhu cầu. Chỉ có 2/27 (7,4%) khách Việt Nam và 4/28 (14,3%) khách nước ngoài nói rằng họ có cho quà hoặc tiền cho hộ gia đình khi vào thăm. Giá trị vật chất của quà biếu thường là nhỏ nên ít có tác động cải thiện kinh tế hộ.

Dịch vụ chỗ ngủ qua đêm có thể có thu nhập khá hơn: phí ngủ trọ qua đêm là từ 10.000 đến 20.000d/ một khách/ một đêm. Một số khách có thể yêu cầu chủ nấu ăn và trả tiền cho họ. Trong trường hợp này, chủ có thể bán một vài loại lương thực, thực phẩm thường là do gia đình sản xuất để phục vụ khách. Số hộ trong các thôn bản có khách nghỉ lại qua đêm rất hạn chế. Trung bình một xã chỉ vài ba hộ và chỉ những xã nằm trên các tuyến tham quan mới có khách nghỉ lại qua đêm. Đó thường là những hộ cố định nào đó có mối quan hệ đặc biệt với người dân đường hoặc chủ kinh doanh ngoài thị trấn. Tuy vậy, cũng có tới 55% số hộ gia đình được phỏng vấn cho rằng việc thu hút khách ở lại qua đêm cũng là một biện pháp tăng lợi ích kinh tế.

e. Đưa khách đi tham quan

Do mục đích chính đến Sa Pa giữa khách trong nước và nước ngoài là khác biệt nên tỉ lệ sử dụng hướng dẫn viên du lịch trong thời gian ở Sa Pa rất khác nhau: chỉ 2/27 (7,4%) khách Việt Nam nói rằng họ đã sử dụng, trong khi hơn một nửa số khách nước ngoài (15/28 hay 53,6%) sử dụng dịch vụ này. Phần lớn số hộ (8/15) đã sử dụng hướng dẫn viên người Kinh hoặc từ Hà Nội, nếu họ đi theo Tour, hoặc từ các khách sạn hay nhà hàng của thị trấn. Chỉ có 3/15 người là đi tham quan với sự giúp đỡ của người dân tộc. Sự tham gia vào loại hình dịch vụ du lịch này của người dân tộc thiểu số hiện còn rất hạn chế, chỉ gồm một số lượng rất ít ỏi thanh niên hay trẻ em, chủ yếu từ các xã thường xuyên có khách đến thăm. Tuy quy mô không đáng kể song việc này cũng tạo ra khoản thu nhập nhất định cho người dân tộc thiểu số, chủ yếu là đối với trẻ em gái người Hmông lang thang ngoài thị trấn và dưới các hình thức thu nhập khác nhau.

f. Cho khách chụp ảnh cùng

Người dân tộc là đối tượng mà đa số khách đến Sa Pa muốn tham quan, tìm hiểu. Hầu hết mọi khách đều muốn có những hiện vật kỷ niệm về người dân tộc bằng cách mua các sản phẩm dân tộc hay chụp ảnh chung với họ. Năm bắt được thị hiếu của khách, một số người đã chủ động mặc trang phục dân tộc sặc sỡ đến thị trấn để phục vụ chụp ảnh với khách nhằm thu tiền.

Việc yêu cầu khách du lịch trả tiền dịch vụ chụp ảnh chung đang trở nên một tiền lệ được chấp nhận trong đa số người dân thiểu số. Ví dụ, kể cả cán bộ xã được phỏng vấn (như ở xã Lao Chải) cũng ủng hộ quan điểm này. Trong số những người bán hàng rong trả lời rằng thích khách du lịch trong (21) và ngoài nước (22) thì tương ứng là 47,6% và 45,4% thích vì được chụp ảnh có trả tiền. Ngược lại, cũng tương ứng, 3/7 và 4/11 người không thích khách đã trả lời vì bị chụp ảnh mà không được trả tiền.

g. Biểu diễn văn nghệ dân tộc

Nhu cầu của khách về hiểu biết văn hoá của dân tộc thiểu số còn gồm cả ý muốn biết về loại hình sinh hoạt văn nghệ dân tộc. Nhà nghỉ Tre Xanh ở Sa Pa đã tập hợp một số người thiểu số, trong đó có cả trẻ em gái người Hmông đến biểu diễn ca nhạc và văn nghệ dân tộc phục vụ khách nước ngoài vào các tối thứ sáu hàng tuần. Ví dụ, 3/26 (11%) trẻ em được phỏng vấn đã tham gia biểu diễn phục vụ khách. Thù lao cho mỗi buổi biểu diễn trong khoảng 2 đến 3 tiếng là 20.000- 30.000đ/ người, ngoài ra chúng còn được thoải mái tiêu dùng đồ uống ở quán Bar và được hưởng tiền thưởng của khách.

Ngoài hình thức biểu diễn có tổ chức như của Tre Xanh, một số nam giới người Hmông cũng đến Sa Pa vào các kỳ cuối tuần là những ngày có nhiều khách du lịch, sẵn sàng tham gia biểu diễn phục vụ khách để thu tiền khi khách yêu cầu. Mức thu phí đối với mỗi khán giả chỉ khoảng 1.000-2.000đ, song nó cũng đem lại thu nhập đáng kể cho người biểu diễn. Kết quả phỏng vấn những người Hmông làm dịch vụ này cho thấy họ thường thu được trung bình từ 30.000- 50.000đ/ tuần, và rất có thể hơn.

h. Giới thiệu, chào mời khách

Những đứa trẻ lang thang ở thị trấn, ngoài các hoạt động trên có thể còn làm marketing cho các nhà hàng, khách sạn: giới thiệu với khách về các cơ sở và dịch vụ của họ, chào mời, dẫn khách tới đó. Thù lao mà chúng nhận được tính theo số khách mà chúng dẫn tới. Trong số 26 đứa trẻ lang thang được phỏng vấn, có 6 em (23,1%) tham gia marketing cho các nhà hàng, khách sạn.

i. Cung cấp lương thực, thực phẩm

Số lượng khách du lịch tăng không ngừng đã làm tăng nhu cầu về lương thực, thực phẩm đối với địa phương. Người dân thiểu số mà trước hết là của các vùng lân cận thị trấn chịu tác động và đang có những dấu hiệu chuyển đổi cơ cấu sản xuất để cung cấp lương thực, mà trước hết là thực phẩm cho khách.

Ví dụ, một số hộ trong thôn bản như của San Sả Hồ chuyển một phần đất canh tác sang trồng ngô để đáp ứng nhu cầu của khách du lịch Việt Nam về ngô bắp tươi. Có thể nói về xu hướng tương tự đối với việc trồng khoai tây ở một số xã trong huyện. Quá trình này trên thực tế

không diễn ra độc lập mà cùng với sự hỗ trợ vốn và kỹ thuật từ các chương trình định canh định cư, chương trình khuyến nông, chương trình phát triển lâm nghiệp... Mặt khác, nhờ nhu cầu gia tăng về hàng nông sản mà chủ yếu là lương thực, thực phẩm nên giá bán các hàng nông sản, thực phẩm của địa phương cũng tăng lên và dễ tiêu thụ hơn.

j. Cung cấp nhân công lao động

Sự phát triển xây dựng nhà cửa và các cơ sở hạ tầng trước sự gia tăng của lượng khách du lịch cùng với việc tiến hành các dự án đầu tư cho du lịch đã làm tăng nhu cầu sử dụng nhân công ở địa phương, tạo thêm và mở rộng cơ hội việc làm cho cả những người thiểu số. Phần lớn họ là những người không có kỹ thuật trong nghề này nhưng lại có sức khoẻ khá tốt và dẻo dai. Bởi vậy, họ thường được thuê làm các công việc giản đơn nhưng nặng nhọc, tuy giá trị ngày công lao động còn thấp.

2. Sự hoà nhập vào kinh tế thị trường

Sự gia tăng ô ạt của lượng khách tới Sa Pa trong một khoảng thời gian rất ngắn, kéo theo sự phát triển nhanh chóng của các nhà hàng, khách sạn và các dịch vụ kèm theo, sự mở rộng các cơ hội tiếp xúc với những con người mới, sự tăng các nguồn và lượng thông tin trao đổi mới đã thổi một luồng sinh khí cho những cư dân bản địa, làm cho họ như bừng tỉnh và phải thừa nhận về sự tồn tại của thế giới bên ngoài hoàn toàn khác biệt với những gì mà họ đã quen sống. Chính trong quá trình này, những nhận thức và quan niệm về hiện tượng, sự việc và xã hội của người dân địa phương cũng đang có những biến đổi sâu sắc mà trong chừng mực nào đó những người bên ngoài cho rằng họ và văn hoá của họ đang bị thương mại hoá.

Trên thực tế, chính sự thương mại hoá này là nhân tố thúc đẩy người dân địa phương vượt ra khỏi bức rào chắn của nền kinh tế tự cấp, tự túc, kích thích và khích lệ họ nắm bắt và tận dụng các cơ hội làm ăn mới, hiệu quả hơn, hình thành nên những nhận thức và phương pháp tư duy kinh tế mới để thoả mãn những nhu cầu vật chất, tinh thần hiện tại của họ, mà những nhu cầu này sẽ biến đổi trong tương lai, và để thích nghi, hoà nhập vào cuộc sống chung của một xã hội rộng lớn hơn rất nhiều so với xã hội mà họ đang sống.

Nhờ trao đổi thông tin qua thị trường mà người dân có thể có khả năng đáp ứng được nhiều hơn cho những nhu cầu cá nhân của mình. Họ đã bắt đầu chú ý đến những nhu cầu thay đổi của thị trường để từ đó định hướng hay điều chỉnh hệ thống sản xuất của mình, nhằm tạo ra những sản phẩm hàng hoá cung cấp cho thị trường, tham gia vào quá trình phân công lao động xã hội nói chung.

Trước nhu cầu khách du lịch, người dân nhận thấy rằng họ có thể sản xuất nhiều loại sản phẩm dân tộc truyền thống để bán cho khách trên thị trường. Điều này đã kích thích nghề sản xuất thủ công của người dân tộc: 23/27 (85%) bà bán rong và 7/26 (26,9%) em gái Hmông nói rằng họ bán sản phẩm mà họ hay gia đình họ tự làm lấy, và 11/27 (40,7%) bà và 1/26 (3,8%) em mua trực tiếp từ những người sản xuất trong bản. Tuy nhiên, nhiều trong số các sản phẩm đó, được sản xuất bằng phương pháp thủ công truyền thống, mặc dù có rất nhiều phẩm chất, chất lượng tốt và độc đáo, song đòi hỏi rất nhiều thời gian lao động. Trong điều kiện, người dân tộc thiểu số đã tìm được một phương án thích ứng là tận dụng các sản phẩm cũ, hết giá trị sử dụng

để gia công lại thành các sản phẩm có giá trị hàng hoá trên thị trường, bán cho khách với mức giá mà cả hai đều có thể chấp nhận.

Ngoài ra, nhu cầu tiêu thụ về rau quả, sản phẩm chăn nuôi của khách du lịch đã khuyến khích một số hộ thay đổi phần nào cơ cấu sản xuất của hộ.

Không những chỉ đổi mới tư duy trong sản xuất trực tiếp, tham gia trao đổi trên thị trường những sản phẩm của mình làm ra được mà người dân tộc thiểu số ở Sa Pa còn đã nhận biết được rằng việc buôn bán thuần tuý trên thị trường cũng là một lĩnh vực thu nhập và cơ hội việc làm đầy hứa hẹn, ít vất vả hơn các công việc truyền thống nhưng lại cho thu lợi nhanh hơn và thường là thu nhập cao hơn. Chính vì thế, ngày càng nhiều người dân thiểu số tham gia buôn bán ở thị trấn, mua đi bán lại hoặc bán uỷ thác các sản phẩm hàng hoá- một công việc mà trước kia chỉ có những người dân tộc đa số mới làm. Người dân thiểu số đã bước đầu biết tính lỗ lãi, hạch toán được cá hoạt động kinh tế của mình, thích nghi dần với điều kiện kinh tế thị trường.

Chính nhờ sự thương mại hoá trong tư duy này mà người dân thiểu số của Sa Pa đang cố gắng tìm cho mình những cơ hội việc làm mới, nguồn thu nhập mới, mở ra những nghề kinh doanh mới, đa dạng hoá những hoạt động kinh tế của mình, trong đó kể cả việc mở quán bán hàng dịch vụ giải khát phục vụ khách du lịch trên các tuyến tham quan. Ví dụ, theo ý kiến của Hội Phụ nữ xã San Sả Hồ, cả xã hiện có 13 hộ đang bán quán, nhiều gia đình khác trong thôn cũng muốn mở quán bán hàng, tạo thu nhập để cải thiện kinh tế gia đình song lý do chưa làm được việc này là chưa có điều kiện kinh tế. Hoặc ví dụ ở xã Lao Chải, cán bộ chính quyền địa phương đã bàn tới việc cho con em mình đi học tiếng Anh để phát triển các hoạt động du lịch vì cho rằng học tiếng Anh hợp với người Hmông. Ngoài ra, họ sẵn sàng phát triển bò sữa nếu khả năng cho phép để cung cấp các sản phẩm cho thị trấn du lịch Sa Pa. Hầu hết cán bộ các thôn bản có tuyến du lịch đều mong muốn xây dựng nhà nghỉ tại xã, thôn để kinh doanh và thu lợi từ dịch vụ cho khách.

Lẽ dĩ nhiên trong quá trình tham gia vào nền kinh tế thị trường những người dân thiểu số còn ít kinh nghiệm, nên phải chịu nhiều bất lợi trong cuộc cạnh tranh với những nhóm dân tộc khác mà trước hết là với người Kinh của thị trấn. Họ cũng nhận biết được điều này và bản thân họ cũng đã và đang có những nỗ lực nhất định vươn lên để dành lấy chỗ đứng của mình trên thị trường địa phương. Điều này là nhân tố tạo sự bình đẳng của họ với nhóm người đa số khác. Vấn đề ở đây là làm thế nào để có những chính sách và biện pháp đúng đắn, tạo điều kiện cho người dân thiểu số ở địa phương nâng cao năng lực kinh doanh của bản thân họ hay hỗ trợ vật chất trực tiếp hoặc gián tiếp cho họ, giảm bớt sự bất bình đẳng về thông tin, tài chính và trình độ cũng như hạn chế những mặt trái của quy luật thị trường, ví dụ, bằng cách phân phối lại lợi nhuận qua những khoản đầu tư xã hội lấy từ nguồn thuế kinh doanh.

3. Mở rộng giao lưu, hiểu biết

Sự phát triển của du lịch Sa Pa đã đem lại cơ hội giao tiếp, tăng sự hiểu biết của những người dân thiểu số và thúc đẩy sự hình thành ở họ những nhu cầu mới về văn hoá tinh thần lẫn vật chất. Những điều này đến lượt chúng lại là những động lực phát triển của những người dân thiểu số trong tương lai.

Theo kết quả điều tra, những giao tiếp tinh thần như tham quan bản dân tộc thiểu số, nhà người dân tộc thiểu số hay nói chuyện với họ trên đường phố và kết bạn với họ, ở cả hai nhóm khách du lịch nước ngoài và Việt Nam đều chiếm tỷ lệ cao hơn so với các giao tiếp vật chất khác với người dân tộc thiểu số. Trong nhóm giao tiếp vật chất thì chỉ có giao tiếp mua các sản phẩm dân tộc thủ công hay truyền thống là quan trọng. Chỉ một số ít khách có những giao tiếp đặc biệt khác.

Giao tiếp của những người kinh doanh ngoài thị trấn với những người dân tộc thiểu số chỉ ở khía cạnh hàng hoá là chính. Có trường hợp chủ kinh doanh giúp đỡ người dân tộc trong việc làm ăn: hướng dẫn họ theo các mẫu hoa văn cho phù hợp với thị hiếu của khách. Trên thực tế, quan hệ của những người kinh doanh với người thiểu số trong nhiều trường hợp đã vượt khỏi phạm vi kinh doanh mua bán đơn thuần, được thiết lập một cách khá chặt chẽ, bền vững và mang tính chất trợ giúp lẫn nhau khi cần thiết.

Số liệu điều tra cho thấy, đa số những người thiểu số cũng có nhu cầu giao tiếp với khách để mở mang tầm nhìn của mình, và họ cảm thấy có khách du lịch, cuộc sống trở nên kỳ thú, sôi động, hấp dẫn hơn: trong số 110 thành viên hộ gia đình được phỏng vấn thì 78 người (70,9%) thích khách du lịch nước ngoài và 56 (50,9%) thích khách du lịch Việt Nam vì cho rằng họ đem lại những tư tưởng mới và những người thiểu số có cơ hội giao lưu văn hoá với khách. Cũng tương tự, 82 người (74,5%) thích khách nước ngoài và 55 người (50%) thích khách Việt Nam vì cảm thấy có khách du lịch cuộc sống trở nên kỳ thú và sôi động hơn. Những nhu cầu tinh thần này thường có tần suất gặp lặp lại cao hơn so các nhu cầu khác về vật chất.

Kết quả điều tra và thảo luận với các nhóm xã hội cho thấy, nhu cầu giao tiếp của người dân tộc thiểu số với khách đã kích thích mong muốn của họ biết ngoại ngữ và tiếng phổ thông để làm ăn, trao đổi, trò chuyện và giới thiệu với khách về cuộc sống và văn hoá dân tộc: 86,4% số hộ được hỏi có mong muốn được học hỏi thêm ngoại ngữ, trong đó 88,4% muốn học tiếng Anh, 8,4% muốn học tiếng Anh lẫn Việt. Hầu hết các chị phụ nữ của xã khi được hỏi đều nói là rất muốn học tiếng phổ thông, còn trẻ em và thanh niên thì ngoài tiếng Kinh còn muốn học thêm ngoại ngữ để trò chuyện với khách nước ngoài. Những người bán rong trên đường phố thì quan tâm đến ngoại ngữ vì mong muốn có khả năng bán được nhiều hàng hơn, với giá cao hơn, song lại ít quan tâm hơn đến khía cạnh tinh thần của giao tiếp.

Bên cạnh nhu cầu bán hàng cho khách nước ngoài, hầu hết trẻ em lang thang trên phố đều muốn giao tiếp, trò chuyện, đi chơi với khách, chính vì thế mà các em cũng nhanh chóng học được tiếng Anh, chủ yếu từ du khách, và có khả năng học hỏi, hiểu biết được nhiều hơn về khách và về đất nước của họ.

Sự giao tiếp với khách du lịch và thị trường hàng hoá rộng mở cho du lịch đã kích thích những nhu cầu tiêu dùng sản phẩm mới ở dân tộc thiểu số. Điều này có ảnh hưởng nhất định tới kích thích phát triển sản xuất và trao đổi hàng hoá với mong muốn tạo năng lực thoả mãn các nhu cầu ngày càng tăng của họ.

4. Tăng cường đầu tư

Sự bùng nổ của du lịch Sa Pa từ đầu những năm 90 đã thúc đẩy Nhà nước và chính quyền địa phương có cách nhìn nhận mới, đánh giá lại tiềm năng và tài nguyên du lịch Sa Pa. Sa Pa đã

được đánh giá như một trong những địa bàn du lịch đa mục tiêu quan trọng nhất trong hệ thống du lịch chung của cả nước. Du lịch Sa Pa được coi là một trong những thế mạnh kinh tế của huyện và của tỉnh Lào Cai. Cũng nhờ vậy mà Sa Pa đã được lựa chọn ưu tiên đầu tư về cơ sở hạ tầng nhằm tạo điều kiện và khả năng khai thác lợi thế phát triển của du lịch.

Tuyến đường quốc lộ 4D từ Lào Cai đã được cải thiện, trải nhựa, nâng cấp, mở rộng những đoạn hẹp, giảm cua và độ dốc, thông suốt quanh năm. Các tuyến tham quan thắng cảnh quan trọng và là đường liên xã, đường cấp huyện đã làm xong (như Sa Pa- Tả Phìn, Sa Pa- Bản Dền), hoặc hiện đang được đầu tư xây dựng (như Sa Pa- San Sấn Hồ). Nhiều lối đi trong trong các khu tham quan hay thắng cảnh cũng được bê tông hoá như lối đi văn cảnh Hàm Rồng trong dự án đầu tư khu công viên núi núi Hàm Rồng, đường đến trạm thuỷ điện Cát Cát với nguồn vốn định canh định cư... Những đầu tư cho du lịch, bao gồm giao thông nói trên, cấp thoát nước, vệ sinh môi trường đô thị, điện cho thị trấn và thông tin bưu điện, dự án đào hồ, xây dựng các làng và trung tâm văn hoá dân tộc... đã và đang cải thiện điều kiện sống và sản xuất của cư dân địa phương.

Nhờ có du lịch mà thông tin về Sa Pa với những cư dân bản địa cùng sắc thái văn hoá của họ đã được nhiều người, nhiều tổ chức chính phủ, phi chính phủ biết tới hơn. Giá trị các tài nguyên du lịch về khoa học, về cảnh quan sinh thái và nhân văn, cũng như sự e ngại về những tác động tiêu cực đối với tài nguyên thiên nhiên được bảo tồn và đối với những truyền thống văn hoá của cư dân bản địa, tình cảm từ những cuộc tiếp xúc với những người dân thiểu số qua các chuyến du lịch và nhận thức về cuộc sống đầy khó khăn của họ đã thu hút sự chú ý, quan tâm của nhiều khách và tổ chức trong và ngoài nước, khiến họ tới nghiên cứu, đặc biệt là tiến hành các dự án đầu tư hỗ trợ trực tiếp cho phát triển sản xuất cũng như nâng cao năng lực của các cộng đồng người thiểu số, nhằm bảo tồn các truyền thống văn hoá và các ngành nghề thủ công truyền thống của người dân tộc.

Tất cả những điều này chắc chắn đã, đang và sẽ đem lại nhiều lợi ích cho người dân tộc thiểu số, góp phần cải thiện, nâng cao đời sống và bảo tồn những di sản thiên nhiên và văn hoá độc đáo của họ. Theo kết quả điều tra, 14/29 (48,3%) người kinh doanh ở thị trấn cho rằng người dân tộc được hưởng lợi từ du lịch nên chất lượng cuộc sống tốt hơn. Tuy nhiên chỉ có 2/26 (7,7%) khách du lịch Việt Nam và 3/28 (10,7%) khách nước ngoài có chung ý kiến này. Có 4/26 (15,4%) khách Việt Nam, 6/28 (21,4%) khách nước ngoài và 3/29 (19,3%) người kinh doanh cho rằng người dân tộc được hưởng lợi ích hiện đại hoá từ du lịch.

Sự cải thiện hệ thống giao thông, cả đường liên tỉnh tới Sa Pa và nội huyện của Sa Pa đã tác động tích cực thúc đẩy giao lưu hàng hoá liên vùng và nội vùng. Hàng hoá đến Sa Pa cũng như đến các thôn bản được nhiều hơn, rẻ hơn. Nhiều kiốt được mở khiến người dân có thể mua bán thuận tiện hơn những đồ dùng thiết yếu mà không phải đi xa hàng chục cây số và phải đợi đến kỳ cuối tuần mới đi được. Sản phẩm làm ra dễ vận chuyển, tiêu thụ hơn.

II. NHỮNG TÁC ĐỘNG TIÊU CỰC CỦA DU LỊCH

Ngoài những lợi ích đem lại cho các dân tộc thiểu số, du lịch Sa Pa cũng chứa đựng những tác động tiêu cực, tiềm ẩn những hậu quả lâu dài và khó ngăn ngừa.

1. Vấn đề người bán rong

Bán hàng rong không phải là điều mới lạ đối với người dân tộc thiểu số của Sa Pa. Nó đã tồn tại từ lâu và là hình thức bán hàng phổ biến giữa những người dân tộc và cho cả khách du lịch. Tuy nhiên, hiện tượng bán hàng rong đến nay lại mang một sắc thái mới có tính tiêu cực và điều quan trọng là đang có quy mô ngày càng mở rộng.

Cách thức bán hàng chạy theo khách và nài nỉ họ mua hàng cho mình đã gây phiền hà cho khách. Nhiều khách du lịch đã phàn nàn và mong muốn hiện tượng này được chấm dứt.

Để kéo dài thời gian bán hàng nhiều người dân tộc thiểu số đã phải ở lại qua đêm trong thị trấn, chịu những điều kiện ăn ở không đảm bảo vệ sinh, sức khỏe. Có người ngủ tại các quán trọ với chi phí 1.000d/đêm, có người ngủ nhờ những người quen, song nhiều người ngủ ngay trên vỉa hè đường phố gây ảnh hưởng nhất định đến mỹ quan của thị trấn. Những người này còn rất tiết kiệm trong chi tiêu ăn uống và ít chú ý đến việc bảo vệ sức khỏe của mình.

Kết quả điều tra cho thấy, một số khách tỏ ý lo ngại, đặt câu hỏi liệu rằng việc ở lại thị trấn để bán rong của người dân tộc có thể làm phá vỡ những chức năng kinh tế, xã hội và nét đẹp truyền thống văn hoá gia đình và xã hội của người dân tộc hay không, đồng thời họ cũng băn khoăn về nguy cơ và hậu quả của việc gia tăng áp lực cạnh tranh trong chính nhóm những người dân tộc thiểu số khi số lượng người bán hàng rong ngày một tăng nhanh. Điều kiện sinh hoạt và ăn ở của những người bán hàng rong tại thị trấn cũng thu hút mối quan tâm lo ngại của khách du lịch và chính quyền địa phương.

Tuy nhiên, vấn đề những người bán hàng rong trước hết chỉ là hậu quả trước sức ép của đời sống kinh tế khó khăn. Trong số 27 người bán hàng rong được phỏng vấn, có tới 11 người (40,7%) nói rằng nếu đủ ăn thì họ sẽ ở nhà với gia đình con cái mà không đi bán hàng nữa. Một số người khác (15/27 hay 55,6%) nói rằng nếu đủ ăn họ vẫn đi bán hàng để mua những đồ dùng thiết yếu khác và để cải thiện đời sống gia đình.

Thực tế thì trong số những người bán hàng rong, nhiều người, đặc biệt là những người trẻ khoảng từ 45 tuổi trở xuống cũng mong muốn được bán hàng ở nơi cố định, tại một khu vực riêng. Ngoài lý do không phải chịu xấu hổ, để người khác than phiền, thì những người được phỏng vấn cho rằng việc bán hàng tại địa điểm cố định còn có những lợi thế cho phép họ có điều kiện kết hợp làm thêm các công việc thuê thùa, làm hàng thủ công. Hơn nữa số lượng mặt hàng được bày biện sẽ nhiều hơn và khả năng bán được nhiều hơn.

2. Trẻ em lang thang ở thị trấn

Vấn đề trẻ em lang thang ở thị trấn đang thu hút sự quan tâm lo ngại lớn của đa số mọi người, thuộc tất cả các nhóm xã hội khác nhau. Số trẻ em này có nguy cơ ngày càng tăng, điều này đã được phản ánh một phần tần suất số lượng em đến Sa Pa lần đầu với xu hướng tăng dần theo thời gian.

Động lực chủ yếu khiến các em đến Sa Pa bán hàng và lang thang một mặt, là do bố mẹ yêu cầu đi bán sản phẩm: 18/26 em được phỏng vấn chiếm 69,2% nói rằng em đi vì bố mẹ em yêu cầu, và mặt khác do bạn bè khích lệ (10/26 em hay 38,5%). Chỉ 6 em (23,1%) là đến Sa Pa một cách tự nguyện. Những công việc chính mà bọn trẻ này thường làm ở Sa Pa là bán hàng

(25/26 em, hay 96,2%) và đi chơi với khách (24 em, hay 92,3%). 23/26 (88,5%) trẻ lang thang được hỏi nói rằng chúng có ngủ qua đêm ở Sa Pa (trong khi đó 12 em, hay 52,2% ở lại thường xuyên). Hầu hết những em này (22/23) ngủ tại nhà trọ của người Kinh với giá 1.000d/1tối/1em. Những nhà trọ này là nơi các em đi về và cũng là nơi khi cần thiết thiếu tiền có thể vay của chủ.

a. Giáo dục

Bất chấp những mặt tích cực như đóng góp vào thu nhập của hộ gia đình và có điều kiện tiếp xúc học hỏi được ngoại ngữ, giáo dục từ khách và xu hướng tư duy theo kinh tế thị trường, việc lang thang ngoài thị trấn chứa đựng rất nhiều mặt tiêu cực, có hậu quả lâu dài và trầm trọng mà hầu như tất cả mọi người đều phải thừa nhận và lo ngại. Hầu hết những em này đều từ 7 đến 15 tuổi, trong độ tuổi đến trường. Theo kết quả điều tra, trong số 26 đứa trẻ này chỉ có 6 (23,1%) là đã hoặc đang đi học, trong đó 4 đứa trẻ có trình độ lớp 1 hoặc lớp 2. Việc rời bỏ xóm thôn ra thị trấn sẽ tước đi cơ hội đến trường của chúng. Hơn nữa, số lượng các em ở độ tuổi 7-8 tuổi ngày càng gia tăng.

b. Quan hệ gia đình

Việc rời bỏ gia đình để thường xuyên lang thang ngoài thị trấn đe dọa phá vỡ sự gắn kết chặt chẽ vốn có giữa trẻ với các thành viên trong gia đình và dòng tộc, làm tổn hại đến các truyền thống xã hội tốt đẹp đã được thiết lập. Điều này tiềm ẩn những hậu quả không tốt với những đứa trẻ này và dẫn đến việc giảm mức đánh giá của xã hội và cộng đồng đối với chúng.

c. Sự cố kết cộng đồng

Lang thang trên phố, thích nghi và ham muốn một cuộc sống sôi động hơn, có vật chất đầy đủ hơn, tiếp xúc với nhiều thông tin qua khách du lịch, xa rời đời sống vật chất hiện thực của gia đình và cộng đồng của chính mình, nhiều đứa trẻ đã trở nên mặc cảm với cuộc sống đầy khó khăn thiếu thốn và những con người nghèo khó vất vả, lam lũ nơi quê hương mình. Có những trẻ em gái người Hmông đã biểu lộ ý muốn không trở về thôn bản hoặc không muốn sau này lấy những chàng trai cùng dân tộc ở làng quê chúng. 7 trong số 28 khách nước ngoài (25%) được hỏi đã bày tỏ mối e ngại, lo lắng đặc biệt về sự thay đổi không được mong đợi này của các trẻ em gái người Hmông. Họ cho rằng cần phải làm gì đó để tránh cho những em gái Hmông có thể làm những điều không tốt như hiện nay chúng đang làm.

d. Tệ nạn xã hội

Việc trẻ em gái lang thang ở thị trấn không có sự kiểm soát của gia đình và cộng đồng xã hội, không tránh khỏi một trong số những đứa trẻ này có ảnh hưởng của những tư tưởng xấu và có thể bị lợi dụng làm những việc xấu, có thể bị lạm dụng tình dục, có thể bị nhiễm căn bệnh thế kỷ AIDS là những điều mà xã hội đang ra sức phòng tránh.

Trên thực tế, các cấp chính quyền huyện, xã cũng đã nhận thức và báo động về vấn đề trẻ lang thang, đã có những hành động cụ thể nhằm giải quyết, ngăn chặn sự phổ biến hơn nữa những vấn đề này. Họ đã cùng đại diện của các đoàn thể dân tộc, cộng đồng hợp hành, thông báo, huy động và tham gia trong việc giáo dục cha mẹ các em và cả cộng đồng nhận thức được những hậu quả tiêu cực của vấn đề và bàn tìm những biện pháp giải quyết. Hội phụ nữ là một trong những tổ chức đóng vai trò tích cực nhất: họ đã tham gia giải thích, vận động các gia đình,

bà mẹ có trẻ lang thang hiện nay cần chú ý giáo dục và quản lý con cái cho tốt, nhằm tránh những hậu quả bất lợi sau này.

Lãnh đạo huyện Sa Pa đã có kế hoạch kiểm kê và phân loại số trẻ em lang thang về hoàn cảnh của từng em để tìm những biện pháp phù hợp cho từng trường hợp cụ thể. Họ dự tính sẽ trả các em về thôn bản cho gia đình. Đối với những em có hoàn cảnh khó khăn đặc biệt, huyện sẽ đưa vào danh sách của trung tâm giáo dục thường xuyên hoặc trường nội trú, cấp học bổng, đào tạo văn hoá; những em có năng lực sẽ được đào tạo về ngoại ngữ, kỹ thuật nghiệp vụ du lịch và bồi dưỡng về chính trị để trở thành các hướng dẫn viên dân tộc hoặc hoạt động trong các loại hình phục vụ du lịch khác.

3. Nguy cơ "thương mại hoá"

Một trong những vấn đề môi trường và xã hội hiện nay của Sa Pa như là hậu quả của du lịch được nhiều người lo ngại là hiện tượng "thương mại hoá".

Thực vậy, không chỉ cái đói, cái nghèo khiến người dân tộc và trẻ em của họ phải rời bỏ gia đình thôn bản tới Sa Pa bán rong, lang thang trên phố, mà còn cả sự hấp dẫn của phương thức kiếm tiền dễ dàng hơn, ít nặng nhọc hơn đang khiến những người dân địa phương đổ xô đến thị trấn ngày một nhiều, với số lượng không kiểm soát được, điều này dường như đang ảnh hưởng tiêu cực đến sự hấp dẫn khách. Vấn đề trẻ lang thang, biểu hiện của một số người bán rong nói dối khách về nguồn gốc, chất lượng hàng để bán với giá cao hơn hay hiện tượng tranh giành khách của nhau trong nhóm họ là những mầm mống đe dọa ảnh hưởng đến truyền thống văn hoá, gây tổn hại đến sự cố kết cộng đồng trong những người dân tộc.

Sự "thương mại hoá" có thể biểu hiện ở những lĩnh vực sản xuất hay hoạt động văn hoá nghệ thuật... Để thích nghi với thị trường một số đường nét hoa văn trong trang phục dân tộc đang có nguy cơ bị mai một, những ngành nghề thủ công truyền thống có thể bị thay đổi, mất đi, những lễ hội truyền thống hay một số yếu tố nghệ thuật cũng đang bị đơn giản hoá, biến dạng...

Trước sự "thương mại hoá" này, một số khách nước ngoài đã bày tỏ ý kiến e ngại rằng người dân tộc thiểu số đang phụ thuộc quá vào du lịch và lối sống du lịch, rằng sự "thương mại hoá" thái quá trong những người dân tộc thiểu số sẽ triệt tiêu khả năng phát triển của du lịch Sa Pa cũng như vai trò của người thiểu số trong du lịch nói riêng...

Trên thực tế, người dân tộc thiểu số đang bị lôi kéo vào du lịch hơn là chủ động quyết định sự phát triển của nó do họ bị hạn chế về tài chính về trình độ văn hoá và kỹ thuật nghiệp vụ. Họ cũng chưa được quan tâm hỗ trợ đúng mức hay tham khảo ý kiến, nguyện vọng trong kế hoạch phát triển của ngành. Sự phát triển tự phát, ô ạt của du lịch hiện nay lại cản trở những người dân tộc thiểu số thích nghi để hoà hợp vì sự phát triển lành mạnh của du lịch. Để du lịch được phát triển bền vững, trước hết cần phải có những hoạt động giáo dục tất cả các cư dân, làm cho họ hiểu hơn về ngành công nghiệp này, về những mặt phải và mặt trái của nó, về vai trò của họ, dân tộc thiểu số, trong du lịch, về lợi ích của nó cũng như về những gì mà họ cần phải tích cực làm để bảo vệ những bản sắc và truyền thống văn hoá độc đáo của họ trước những tác động tiêu cực mà du lịch có thể gây nên. Những thông tin về bài học kinh nghiệm và một số hậu quả tiêu cực của du lịch từ các nước khác nhau trong khu vực (ví dụ về trường hợp của du lịch Thái Lan) sẽ là rất bổ ích đối với họ.

Nhà nước cũng cần có những chính sách kinh tế, xã hội đúng đắn, biện pháp quản lý phù hợp và hỗ trợ tài chính kỹ thuật cần thiết cho cộng đồng dân tộc địa phương để nâng cao nhận thức, năng lực và vai trò của họ trong ngành công nghiệp non trẻ, đầy hứa hẹn này.

4. Những tác động tiêu cực khác

Sự ra đi của "chợ tình" mà nhiều bài báo và những nghiên cứu khác đã đề cập tới là một trong những hậu quả tác động của du lịch. Cũng như ở nhiều vùng dân tộc khác, chợ Sa Pa là nơi diễn ra không chỉ sự kiện kinh tế mà còn là hình thức sinh hoạt văn hoá của những người dân tộc sau những ngày làm việc mệt nhọc vất vả của tuần, là dịp gặp mặt, tìm hiểu và giao duyên với nhau của đồng bào thể hiện ở các cuộc gặp gỡ và hát đối giữa nam nữ thanh niên hoặc đôi khi giữa những phụ nữ, nam giới đã có gia đình. Tuy nhiên, mấy năm gần đây, sự tò mò, thiếu tế nhị của khách du lịch đã làm cho nam nữ thanh niên, đặc biệt là người Dao không còn tụ tập giao duyên một cách tự nhiên như trước nữa. Nhiều người không còn muốn sinh hoạt giao duyên tại chợ Sa Pa nữa, họ ít tập trung ở chợ hơn và nhiều người đã tìm nơi khác bên ngoài thị trấn, kín đáo hơn để gặp gỡ giao duyên. Đáng tiếc, chính quyền huyện cũng chưa nghiên cứu kỹ đặc điểm này khi thiết kế xây dựng chợ cho phù hợp với truyền thống của người dân tộc nên đã làm ảnh hưởng phần nào tới hình thức sinh hoạt văn hoá của họ.

III. KẾT LUẬN

Sự phát triển nhanh chóng của du lịch Sa Pa từ sau "Đổi mới" đã có nhiều tác động, cả tích cực lẫn tiêu cực, trên cả phương diện kinh tế lẫn văn hoá, xã hội, tới các cộng đồng dân tộc thiểu số của địa phương. Du lịch đã tạo nên những cơ hội việc làm mới và tăng thu nhập cho người dân. Du lịch đã góp phần làm tăng khả năng nhận thức, mở rộng giao lưu và thế giới quan của họ, thúc đẩy tư duy kinh tế mới. Trong quá trình phát triển và dưới tác động của du lịch, những người dân tộc thiểu số của Sa Pa đang từng bước hoà nhập vào sự phát triển chung của đất nước, vào nền kinh tế thị trường. Du lịch đã kích thích và làm tăng đầu tư vào địa phương, cải thiện điều kiện sống của người dân.

Bên cạnh những lợi ích rõ rệt mà du lịch đem lại cho Sa Pa, người ta cũng nhận thấy những dấu hiệu tiềm ẩn của những tác động tiêu cực về văn hoá và xã hội đang đe dọa sự phát triển bền vững của chính ngành công nghiệp này. Những bản sắc văn hoá dân tộc độc đáo của Sa Pa có nguy cơ bị mai một, các truyền thống văn hoá và tính cố kết cộng đồng có thể bị tổn thương. Sự thương mại hoá có thể trở thành thách thức đối với các quan hệ cộng đồng. Vai trò của những người dân tộc thiểu số trong du lịch có thể bị suy giảm, lợi ích mà họ nhận được từ du lịch có thể giảm sút, những hậu quả tiêu cực về môi trường cũng có thể đè nặng hơn lên vai họ.

Để tham gia tích cực hơn nữa vào sự phát triển của du lịch và chia sẻ những thành quả của phát triển và những lợi ích mà du lịch có thể đem lại, một mặt, bản thân những người dân tộc thiểu số của Sa Pa phải tự phấn đấu vươn lên, nhưng mặt khác, Nhà nước và chính quyền địa phương cũng cần có những chính sách hỗ trợ, đầu tư cho những người dân tộc thiểu số ở đây, huy động sự tham gia của đông đảo cộng đồng, giúp họ vượt khỏi những hạn chế về tài chính, năng lực của bản thân và từng bước hoà nhập vào tiến trình phát triển chung của đất nước.