

Chuyển hóa vốn văn hóa thành nguồn lực kinh tế bền vững: Mô hình làng Mae Kampong, Thái Lan và hàm ý cho Việt Nam

Nguyễn Thị Giang¹

Ngày nhận bài: 16/3/2026 | Ngày gửi phản biện: 20/3/2026 | Ngày duyệt đăng: 10/4/2026

Tóm tắt: Bài viết phân tích mô hình du lịch cộng đồng (CBT) tại làng Mae Kampong, Thái Lan, một điển hình thành công trong khu vực. Sử dụng phương pháp nghiên cứu trường hợp kết hợp đối chiếu, bài viết chỉ ra ba trụ cột của mô hình: (i) Thương mại hóa tri thức bản địa gắn với trải nghiệm; (ii) Quản trị cộng đồng qua hợp tác xã tự chủ; (iii) Cân bằng giữa bảo tồn nguyên bản và khai thác kinh tế. Đóng góp của bài viết gồm: xây dựng khung phân tích “cơ chế chuyển hóa vốn văn hóa” tích hợp lý thuyết Bourdieu và Throsby; cung cấp bằng chứng so sánh giữa Thái Lan và thực tiễn tại Việt Nam. Bài viết đề xuất ba hàm ý chính sách nhằm chuyển đổi vai trò của cộng đồng từ “người tham gia thụ động” sang “chủ thể phát triển” trong chiến lược du lịch quốc gia.

Từ khóa: Vốn văn hóa, du lịch dựa vào cộng đồng, phát triển bền vững, Mae Kampong, Việt Nam.

Transforming Cultural Capital into Sustainable Economic Resources: The Mae Kampong Village Model (Thailand) and Implications for Vietnam

Abstract: This study analyzes the community-based tourism (CBT) model of Mae Kampong Village in Thailand, a recognized success story in the region. Employing a case study approach combined with comparative analysis, the research identifies three key pillars of this model: (i) The commercialization of indigenous knowledge through experiential activities; (ii) Community governance via autonomous cooperative institutions; and (iii) The balance between authentic preservation and economic utilization. The study's contributions include: developing an analytical framework for “cultural capital valorization mechanisms” integrating the theories of Bourdieu and Throsby; providing comparative empirical evidence between Thailand and current practices in Vietnam; and proposing three feasible policy implications aimed at transforming the community's role from “passive participants” to “development actors” within national tourism strategies.

Keywords: Cultural capital, community-based tourism, sustainable development, Mae Kampong, Vietnam.

1. Đặt vấn đề

Sự dịch chuyển từ nền kinh tế dựa vào tài nguyên thiên nhiên sang nền kinh tế trải nghiệm và sáng tạo đã đặt văn hóa vào vị trí trung tâm trong các chiến lược phát triển quốc gia và khu vực. Tại Đông Nam Á, với sự đa dạng văn hóa tộc người và quá trình hội nhập kinh tế sâu rộng, vốn văn hóa không chỉ là nền tảng bản sắc mà còn là lợi thế cạnh tranh quan trọng trong các ngành du lịch và công nghiệp văn hóa. Các tổ chức quốc tế như UNESCO, ADB và ASEAN đã nhấn mạnh vai trò của văn hóa như một động lực phát triển bền vững (UNESCO, 2013; ADB, 2020). Tuy nhiên, thách thức lớn đối với hầu hết các quốc gia đang phát triển trong khu vực là làm thế nào để chuyển hóa văn hóa, một thực thể vốn

¹ TS., Khoa Lý luận chính trị, Học viện Ngân hàng; Email: giangnt@hnhv.edu.vn

mang tính biểu tượng, phi thị trường thành nguồn lực kinh tế mà không làm biến dạng, xói mòn hoặc thương mại hóa quá mức các giá trị cốt lõi.

Thái Lan đã khẳng định vị thế tiên phong trong khu vực với mô hình du lịch cộng đồng (Community-Based Tourism - CBT), trong đó, làng Mae Kampong (tỉnh Chiang Mai) được quốc tế công nhận là một trong những trường hợp điển hình về tính bền vững, khả năng phục hồi và phân phối lợi ích công bằng (Kontogeorgopoulos, 2021; Sangpikul, 2017). Trong khi đó, Việt Nam dù sở hữu tiềm năng văn hóa và sinh thái to lớn, đặc biệt tại các vùng cao nguyên như Mộc Châu, Sa Pa hay Tây Nguyên... nhưng các mô hình du lịch cộng đồng vẫn đang đối mặt với những bất cập: sự tham gia của người dân mang tính hình thức, lợi ích kinh tế bị rò rỉ ra bên ngoài, và nguy cơ “san bằng văn hóa” (cultural homogenization) do phát triển thiếu kiểm soát (Lê và Trần, 2020).

Bài viết này hướng tới tập trung làm rõ: *Cơ chế nào giúp Mae Kampong chuyển hóa thành công vốn văn hóa thành nguồn lực kinh tế bền vững, và tại sao các địa phương có nguồn lực tương đồng tại Việt Nam lại chưa đạt được kết quả tương tự?* Khác với các nghiên cứu trước đây thường chỉ dừng lại ở mô tả đơn lẻ từng trường hợp hoặc đánh giá tác động kinh tế của du lịch, bài viết này áp dụng tiếp cận so sánh xuyên biên giới để làm rõ sự khác biệt mang tính thể chế và quản trị, yếu tố được luận giải là then chốt quyết định sự thành công hay thất bại trong chuyển hóa vốn văn hóa.

2. Cơ sở lý thuyết về chuyển hóa vốn văn hóa

Nghiên cứu này xây dựng khung lý thuyết dựa trên sự tích hợp ba luồng tư tưởng chính:

(i) *Vốn văn hóa*: Khái niệm này được kế thừa từ Bourdieu (1986) và phát triển dưới góc độ kinh tế học bởi Throsby (2001). Bourdieu phân biệt ba dạng vốn văn hóa: thể nhập (embodied) là tri thức, kỹ năng, thói quen được tích lũy qua xã hội hóa; khách thể hóa (objectified) là di tích, tác phẩm nghệ thuật, kiến trúc; và thể chế hóa (institutionalized) là bằng cấp, chứng nhận công nhận giá trị văn hóa. Throsby (2001) mở rộng khi khẳng định, vốn văn hóa vừa tạo ra giá trị kinh tế (economic value) vừa tạo ra giá trị văn hóa (cultural value), một đặc điểm kép (dual nature) khiến nó khác biệt so với các dạng vốn thông thường. Điều này đặt ra yêu cầu đặc thù: việc khai thác vốn văn hóa phải đồng thời bảo tồn được giá trị văn hóa, nếu không sẽ dẫn đến hiện tượng “ăn mòn tài sản” (asset erosion).

(ii) *Nguyên lý chuyển hóa*: Được hiểu là quá trình biến các thực thể vốn không nằm trong phạm vi giao dịch thị trường thành hàng hóa hoặc dịch vụ có giá trị thương mại, nhưng không làm mất đi chức năng biểu tượng và bản sắc văn hóa của chúng (Bourdieu, 1986; Callon, 1998). Trong bối cảnh du lịch cộng đồng, sự chuyển hóa diễn ra thông qua việc “đóng gói” trải nghiệm văn hóa, tri thức bản địa, sinh hoạt thường nhật, và không gian sống được tổ chức lại để trở thành đối tượng “tiêu thụ” của du khách, nhưng vẫn duy trì tính xác thực. Điểm mấu chốt nằm ở ai là người kiểm soát quá trình chuyển hóa: nếu cộng đồng giữ vai trò chủ thể, giá trị gia tăng sẽ ở lại với địa phương; nếu doanh nghiệp bên ngoài kiểm soát, văn hóa bị “khai thác” và lợi ích bị rò rỉ.

(iii) *Phát triển bền vững*: Tiếp cận phát triển bền vững được vận dụng với ba trụ cột kinh tế - xã hội - môi trường, nhưng mở rộng thêm trụ cột thứ tư: bền vững văn hóa (Throsby, 2008; UNESCO, 2013). Bền vững văn hóa đòi hỏi quá trình phát triển không chỉ bảo tồn di sản ở trạng thái tĩnh, mà còn duy trì sức sống động của văn hóa thông qua truyền thống liên thế hệ và sự tham gia chủ động của cộng đồng. Trong bối cảnh Đông Nam Á, bền vững văn hóa gắn liền với bản sắc tộc người, quyền tự quyết của cộng đồng địa phương, và sự công bằng

Từ ba luồng lý thuyết trên, nghiên cứu đề xuất khung phân tích tổng hợp: *vốn văn hóa (đầu vào) → cơ chế chuyển hóa (quá trình) → tài sản kinh tế bền vững (đầu ra)*. Cơ chế chuyển hóa bao gồm ba yếu tố cấu thành: (i) *Thể chế quản trị*: ai quyết định, ai hưởng lợi; (ii) *Chiến lược thương mại hóa*: đóng gói giá trị văn hóa thành sản phẩm/trải nghiệm; (iii) *Cơ chế tái đầu tư*: đảm bảo vốn văn hóa không bị suy kiệt. Đây là khung phân tích xuyên suốt được áp dụng để soi chiếu cả trường hợp làng Mae Kampong và thực tiễn du lịch cộng đồng tại Việt Nam.

3. Nghiên cứu trường hợp chuyển hóa vốn văn hóa thành công: Làng Mae Kampong

Làng Mae Kampong, tọa lạc tại vùng núi phía Đông tỉnh Chiang Mai với khoảng 130 hộ dân, đã trải qua quá trình chuyển đổi ngoạn mục từ một cộng đồng nông nghiệp trồng chè và cà phê kém ổn định (giai đoạn những năm 1990) thành một điểm đến du lịch quốc tế nổi tiếng, được vinh danh là “Điểm đến du lịch trách nhiệm ASEAN” năm 2018. Phân tích dưới đây làm rõ cơ chế chuyển hóa qua ba trụ cột, đồng thời lý giải tại sao mô hình này đạt được tính bền vững vượt trội:

Trụ cột thứ nhất: Từ tri thức bản địa đến kinh tế trải nghiệm - Cơ chế tạo giá trị gia tăng văn hóa

Khác biệt cốt lõi của Mae Kampong so với nhiều điểm du lịch cộng đồng khác là sự chuyển đổi từ bán sản phẩm thô sang bán trải nghiệm gắn liền với tri thức. Truyền thống trồng chè, rang cà phê, làm mật ong rừng của người dân không chỉ được duy trì mà còn được “trình diễn hóa” như một phần không thể tách rời của hành trình du lịch. Du khách không chỉ mua trà hay cà phê làm quà, mà còn được tham gia trực tiếp vào quy trình sản xuất: từ hái chè trong vườn, sao chè bằng tay, đến pha chế và thưởng thức theo nghi thức truyền thống. Điều này tạo ra “giá trị gia tăng văn hóa, một khái niệm được đề xuất trong nghiên cứu này để chỉ phần giá trị vượt trội mà du khách sẵn sàng chi trả khi trải nghiệm được kết nối với tri thức bản địa đích thực. Số liệu khảo sát từ Chaiyawat, Browell (2019) cho thấy, mức chi tiêu trung bình của du khách tại Mae Kampong cao hơn 40% so với các điểm du lịch cộng đồng khác ở khu vực miền Bắc Thái Lan, trong đó phần chênh lệch được giải thích bởi sự sẵn sàng chi trả cho các hoạt động trải nghiệm văn hóa có hướng dẫn từ người dân địa phương.

Trụ cột thứ hai: Quản trị cộng đồng thông qua thể chế hợp tác xã tự chủ - Cơ chế ngăn chặn rò rỉ lợi ích

Thành công bền vững của Mae Kampong được duy trì bởi một hệ thống quản trị chặt chẽ, mà điểm then chốt là Hợp tác xã Du lịch Cộng đồng Mae Kampong, được thành lập từ năm 2002 với sự hỗ trợ bước đầu từ Tổng cục Du lịch Thái Lan. Hợp tác xã này không chỉ là tổ chức đại diện mà còn nắm quyền điều phối toàn bộ hoạt động du lịch trong làng, bao gồm:

+ *Phân bổ khách công bằng*: Khách đến làng được phân bổ luân phiên giữa các hộ thành viên, tránh cạnh tranh nội bộ và đảm bảo mọi hộ đều có cơ hội tham gia sinh kế.

+ *Kiểm soát chất lượng dịch vụ*: Hợp tác xã xây dựng bộ tiêu chuẩn nội bộ về homestay, an toàn vệ sinh thực phẩm, và kỹ năng hướng dẫn, đồng thời tổ chức đào tạo định kỳ.

Quản lý quỹ phát triển cộng đồng: 10% doanh thu du lịch được trích vào quỹ phúc lợi chung dùng để bảo tồn rừng đầu nguồn, tu bổ các công trình văn hóa, hỗ trợ học bổng cho trẻ em, và giúp đỡ các hộ khó khăn.

Cơ chế này tạo ra một vòng tuần hoàn khép kín: Du lịch phát triển → Doanh thu tăng → Quỹ cộng đồng được bổ sung → Tái đầu tư vào bảo tồn tài nguyên văn hóa và tự nhiên → Nâng cao chất lượng điểm đến → Thu hút thêm du khách. Khác với các mô hình du lịch do doanh nghiệp bên ngoài chi phối (thường dẫn đến hiện tượng rò rỉ lợi ích lên đến 70-80%), Mae Kampong đảm bảo hơn 90% giá trị kinh tế từ du lịch được giữ lại trong cộng đồng (Panyadee and Suwannarat, 2020).

Trụ cột thứ ba: Bảo tồn nguyên bản như một chiến lược kinh tế - Cơ chế dung hòa giữa phát triển và bảo tồn

Một điểm đặc biệt của Mae Kampong là chính sách kiên quyết duy trì kiến trúc và cảnh quan nguyên bản. Toàn bộ homestay trong làng tuân thủ nghiêm ngặt kiểu nhà sàn gỗ truyền thống của người Bắc Thái Lan; không có công trình bê tông hóa hay khách sạn cao cấp xa lạ với cảnh quan được phép xây dựng. Điều này không phải là sự “bảo thủ” trong phát triển, mà là một chiến lược định vị kinh tế có chủ đích: sự nguyên bản chính là lợi thế cạnh tranh độc nhất của Mae Kampong trong thị trường du lịch quốc tế, nơi du khách ngày càng tìm kiếm những trải nghiệm “thật” (authentic experiences) thay vì các khu nghỉ dưỡng tiêu chuẩn hóa.

Sangpikul (2017) chỉ ra rằng, quyết định duy trì quy mô nhỏ, không mở rộng ồ ạt, và không chấp nhận các khoản đầu tư lớn từ bên ngoài nếu chúng làm thay đổi cấu trúc làng, là một trong những yếu tố

then chốt giúp Mae Kampong tránh được “cái bẫy thành công”, hiện tượng một điểm đến phát triển quá nhanh dẫn đến mất bản sắc và suy thoái tài nguyên. Ở Mae Kampong, bảo tồn không đối lập với phát triển mà trở thành nền tảng của phát triển bền vững.

4. Thực tiễn tại Việt Nam

Việt Nam sở hữu tiềm năng to lớn để phát triển du lịch cộng đồng dựa trên vốn văn hóa. Các vùng trung du và miền núi phía Bắc (Sa Pa, Mộc Châu, Mai Châu, Hà Giang), khu vực miền Trung, Tây Nguyên (Kon Tum, Đắk Lắk), cũng như Đồng bằng sông Cửu Long (Châu Đốc, Trà Sư) đều hội tụ những điều kiện thuận lợi: khí hậu ôn hòa, cảnh quan thiên nhiên đặc sắc, và sự đa dạng văn hóa của các tộc người thiểu số với tri thức bản địa phong phú, kiến trúc truyền thống độc đáo. Từ năm 2015, du lịch cộng đồng đã được xác định là một trong những hướng phát triển kinh tế - xã hội quan trọng tại nhiều địa phương. Tuy nhiên, kết quả đạt được cho thấy những khác biệt cơ bản về chất so với mô hình Mae Kampong, đặc biệt ở ba khía cạnh trọng yếu.

Thứ nhất, về chuyển hóa tri thức bản địa: Thiếu chiều sâu trải nghiệm. Trên cả nước, các mô hình homestay cộng đồng đã xuất hiện ngày càng nhiều từ bản Lác, bản Pom Coong (Mai Châu), bản Áng, bản Ôn (Mộc Châu), các bản làng H'Mông, Dao (Sa Pa), đến các làng nghề truyền thống ở miền Trung và Nam Bộ. Tuy nhiên, phần lớn hoạt động du lịch vẫn mang tính tự phát và định hướng theo số lượng thay vì chất lượng trải nghiệm. Nghiên cứu khảo sát tại nhiều điểm du lịch cộng đồng cho thấy hơn 70% du khách chỉ dừng lại ở các hoạt động phổ biến như tham quan cảnh quan, chụp ảnh, ăn uống, và mua sắm nông sản thô, với thời gian lưu trú trung bình chỉ từ một đến một ngày rưỡi (Lê và Trần, 2020; Phạm và Bùi, 2021). Con số này thấp hơn đáng kể so với mức 2,5 ngày tại Mae Kampong, nơi du khách sẵn sàng lưu trú dài hơn nhờ các hoạt động trải nghiệm có chiều sâu.

Sự thiếu vắng các hoạt động “trải nghiệm tri thức” là điểm nghẽn phổ biến. Du khách hiếm khi được tham gia trực tiếp vào quy trình sản xuất thủ công truyền thống, tìm hiểu tri thức canh tác bản địa, hay đồng hành trong sinh hoạt nghi lễ, lễ hội cộng đồng. Hệ quả là giá trị gia tăng văn hóa chưa được khai thác. Các điểm du lịch cộng đồng tại Việt Nam vẫn chủ yếu cạnh tranh bằng giá rẻ và số lượng khách, dẫn đến hiệu quả kinh tế trên mỗi lượt khách thấp, đồng thời gia tăng áp lực lên hạ tầng và môi trường địa phương.

Thứ hai, về quản trị cộng đồng: Vai trò chủ thể bị lu mờ và rò rỉ lợi ích phổ biến

Khác biệt mang tính thể chế sâu sắc nhất giữa Việt Nam và mô hình Mae Kampong nằm ở mức độ tự chủ và năng lực tự quản của cộng đồng. Trong khi Mae Kampong có hợp tác xã du lịch do người dân bầu ra, nắm quyền điều phối toàn bộ hoạt động, từ phân bổ khách, định giá dịch vụ, đến kiểm soát chất lượng và quản lý quỹ cộng đồng thì tại Việt Nam, sự tham gia của cộng đồng trong du lịch còn mang tính hình thức và bị chi phối mạnh mẽ bởi các chủ thể bên ngoài.

Các nghiên cứu thực địa tại nhiều điểm du lịch cộng đồng cho thấy thực trạng phổ biến: hợp tác xã hoặc tổ hợp tác du lịch được thành lập theo yêu cầu của chính quyền địa phương hoặc các dự án hỗ trợ, nhưng thực tế không có thực quyền trong việc quyết định giá dịch vụ, phân bổ khách, hay kiểm soát chất lượng (Lê và Trần, 2020; Nguyễn và Phạm, 2022). Quyền điều phối thường nằm trong tay chính quyền cấp xã hoặc các doanh nghiệp lữ hành bên ngoài, những đơn vị có lợi thế về vốn và năng lực tiếp thị nhưng không gắn bó trực tiếp với tài nguyên văn hóa và sinh thái địa phương.

Hệ quả trực tiếp là hiện tượng rò rỉ lợi ích diễn ra phổ biến. Doanh nghiệp lữ hành bên ngoài thu phần lớn lợi nhuận từ tour du lịch, trong khi người dân địa phương chỉ đóng vai trò cung ứng dịch vụ cơ bản (cho thuê phòng, phục vụ ăn uống) với thu nhập khiêm tốn và vị thế thương lượng yếu. Các quỹ cộng đồng dành cho bảo tồn di sản, hỗ trợ sinh kế, hoặc tái đầu tư phát triển hầu như không tồn tại hoặc hoạt động cầm chừng do thiếu cơ chế trích lập và quản lý minh bạch.

Thứ ba, về bảo tồn và phát triển: Nguy cơ san bằng văn hóa và bê tông hóa cảnh quan

Một thách thức lớn khác đối với du lịch cộng đồng tại Việt Nam là mâu thuẫn giữa mục tiêu thu hút đầu tư và yêu cầu bảo tồn bản sắc. Tại nhiều địa phương, áp lực phát triển nhanh đã dẫn đến sự xói mòn

các giá trị văn hóa và cảnh quan vốn là nền tảng của du lịch bền vững. Các nghiên cứu gần đây chỉ ra rằng tốc độ phát triển các khu nghỉ dưỡng, khách sạn, và công trình bê tông hóa tại nhiều điểm du lịch cộng đồng trọng điểm đang gia tăng nhanh chóng mà thiếu sự kiểm soát chặt chẽ về quy hoạch và bảo tồn (Nguyễn và Phạm, 2022; Trần, 2019).

Điều này dẫn đến nguy cơ “san bằng văn hóa” (cultural homogenization), hiện tượng các bản làng dần mất đi kiến trúc truyền thống (nhà sàn bị thay thế bằng nhà bê tông), sinh hoạt văn hóa bị thương mại hóa hời hợt (lễ hội được “trình diễn” cho du khách thay vì diễn ra trong đời sống tâm linh của cộng đồng), và bản sắc địa phương bị xói mòn. Trong khi Mae Kampong kiên quyết duy trì nguyên bản như một chiến lược kinh tế có chủ đích, coi sự nguyên bản là lợi thế cạnh tranh độc nhất thì tại Việt Nam, sự thiếu vắng một chiến lược phát triển gắn kết giữa bảo tồn và khai thác đang đẩy nhiều điểm đến vào nguy cơ “thành công ngắn hạn, suy thoái dài hạn”.

Tổng hợp từ ba khía cạnh trên, có thể nhận diện sự khác biệt cốt lõi giữa bức tranh du lịch cộng đồng tại Việt Nam và mô hình Mae Kampong không nằm ở tiềm năng văn hóa hay tài nguyên thiên nhiên, những yếu tố mà Việt Nam hoàn toàn không thua kém mà nằm ở khung thể chế vận hành. Mae Kampong thành công nhờ hợp tác xã tự quản có thực quyền, chiến lược phát triển hướng đến giá trị gia tăng văn hóa, và cơ chế tái đầu tư bền vững. Ngược lại, tại Việt Nam, sự tham gia hình thức của cộng đồng, định hướng phát triển chạy theo số lượng, và thiếu cơ chế tái đầu tư đang là những điểm nghẽn thể chế cần được giải quyết để chuyển hóa thành công vốn văn hóa thành tài sản kinh tế bền vững.

5. Hàm ý chính sách

Từ phân tích so sánh giữa mô hình Mae Kampong và thực tiễn du lịch cộng đồng tại Việt Nam, ba nhóm hàm ý chính sách được đề xuất hướng đến mục tiêu cốt lõi: chuyển đổi thể chế vận hành để cộng đồng thực sự trở thành chủ thể trong quá trình chuyển hóa vốn văn hóa thành tài sản kinh tế bền vững:

Một là, hoàn thiện thể chế quản trị: Trao quyền thực chất cho cộng đồng

Sự khác biệt mang tính thể chế sâu sắc nhất giữa Mae Kampong và các điểm du lịch cộng đồng tại Việt Nam nằm ở mức độ tự chủ của cộng đồng. Tại Mae Kampong, hợp tác xã do người dân bầu ra nắm quyền điều phối toàn bộ hoạt động, từ phân bổ khách, định giá dịch vụ, đến kiểm soát chất lượng và quản lý quỹ cộng đồng. Trong khi đó, tại Việt Nam, sự tham gia của cộng đồng thường mang tính hình thức, quyền quyết định thực tế nằm trong tay chính quyền địa phương hoặc doanh nghiệp bên ngoài, dẫn đến rò rỉ lợi ích và thiếu gắn kết giữa phát triển với bảo tồn.

Để khắc phục, cần thực hiện ba điều chỉnh: *Thứ nhất*, chuyển vai trò của Nhà nước từ “chủ đạo” sang “kiến tạo”. Chính quyền không trực tiếp điều hành du lịch cộng đồng mà tập trung vào tạo lập khung pháp lý, hỗ trợ đào tạo, và thực hiện giám sát, thanh tra. *Thứ hai*, thúc đẩy hợp tác xã du lịch thực quyền. Cần hỗ trợ thành lập hợp tác xã với tư cách pháp nhân đầy đủ, được trao quyền tự quyết về giá dịch vụ, phân bổ khách, và kiểm soát chất lượng. Luật Hợp tác xã đã tạo hành lang pháp lý, nhưng cần bổ sung chính sách ưu đãi thuế, hỗ trợ kỹ thuật, và ưu tiên tiếp cận tín dụng. *Thứ ba*, thiết lập cơ chế tham vấn cộng đồng bắt buộc trong quy hoạch du lịch, đảm bảo tiếng nói của người dân được lắng nghe trước khi các quyết định phát triển được phê duyệt.

Hai là, đổi mới chiến lược phát triển sản phẩm: Từ số lượng sang giá trị gia tăng văn hóa. Thành công của Mae Kampong được xây dựng trên triết lý tối đa hóa giá trị trên mỗi lượt khách thông qua trải nghiệm có chiều sâu, thay vì chạy theo số lượng. Ba điều chỉnh chiến lược cần thực hiện: *Thứ nhất*, phát triển sản phẩm “trải nghiệm tri thức bản địa”. Thay vì chỉ cung cấp dịch vụ lưu trú và ăn uống, các điểm du lịch cộng đồng cần được hỗ trợ thiết kế hoạt động cho phép du khách tham gia vào quy trình sản xuất thủ công, canh tác nông nghiệp, và sinh hoạt văn hóa cộng đồng. Điều này đòi hỏi đào tạo người dân kỹ năng “kể chuyện” và hướng dẫn trải nghiệm. *Thứ hai*, xây dựng bộ tiêu chuẩn chất lượng dựa trên nguyên tắc “bảo tồn nguyên bản là lợi thế cạnh tranh”. Cần có quy định chặt chẽ về bảo tồn kiến trúc truyền thống, kiểm soát mật độ xây dựng, và yêu cầu đánh giá tác động đến cảnh quan, bản sắc văn hóa trước khi phê duyệt dự án mới. *Thứ ba*, giảm phụ thuộc vào doanh nghiệp lõi hành bên ngoài bằng cách

hỗ trợ hợp tác xã xây dựng thương hiệu, phát triển kênh đặt phòng trực tuyến, và tiếp cận trực tiếp thị trường khách.

Ba là, định chế hóa cơ chế tái đầu tư: Bảo đảm tính bền vững và công bằng. Tính bền vững của Mae Kampong được đảm bảo bởi vòng tuần hoàn khép kín: du lịch phát triển → doanh thu tăng → trích quỹ cộng đồng → tái đầu tư bảo tồn → nâng cao chất lượng điểm đến. Đây là cơ chế then chốt ngăn chặn hiện tượng “ăn mòn tài sản” khi khai thác vốn văn hóa mà không có tái đầu tư tương xứng. Ba giải pháp cần định chế hóa: *Thứ nhất*, quy định bắt buộc trích lập quỹ phát triển cộng đồng từ doanh thu du lịch. Quỹ được sử dụng cho bảo tồn di sản, bảo vệ môi trường, hỗ trợ hộ yếu thế, và đào tạo nâng cao năng lực. *Thứ hai*, xây dựng cơ chế ưu đãi cho doanh nghiệp có cam kết chia sẻ lợi ích. Các doanh nghiệp tuân thủ trích nộp quỹ, ưu tiên lao động địa phương, và sử dụng sản phẩm địa phương được hưởng ưu đãi thuế và hỗ trợ xúc tiến. *Thứ ba*, thiết lập hệ thống giám sát đa chiều, đánh giá không chỉ dựa trên số lượng khách và doanh thu, mà còn bao gồm các chỉ số về mức độ tham gia của cộng đồng, tỷ lệ lợi ích giữ lại địa phương, và tình trạng bảo tồn di sản. Kết quả giám sát cần được công khai để điều chỉnh chính sách kịp thời.

6. Kết luận

Nghiên cứu trường hợp làng Mae Kampong (Thái Lan) và đối chiếu với thực tiễn du lịch cộng đồng tại Việt Nam cho thấy một bài học quan trọng: *Sự thành công trong việc chuyển hóa vốn văn hóa thành tài sản kinh tế bền vững không phụ thuộc vào quy mô tài nguyên hay mức độ đầu tư, mà quyết định bởi thể chế quản trị và năng lực tự chủ của cộng đồng.* Trong bối cảnh hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới và định hướng phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, việc học hỏi từ mô hình Mae Kampong không chỉ dừng lại ở việc sao chép các giải pháp kỹ thuật đơn lẻ, mà cần tiếp thu bài học về triết lý phát triển: phát triển dựa trên bản sắc, lấy cộng đồng làm chủ thể, và coi bảo tồn là nền tảng cho khai thác bền vững. Nếu làm được điều đó, văn hóa sẽ không chỉ là di sản được bảo tồn mà thực sự trở thành động lực nội sinh cho phát triển, một bài học có giá trị không chỉ cho Việt Nam mà cho nhiều quốc gia trong khu vực đang tìm kiếm mô hình tăng trưởng bao trùm, bền vững dựa trên bản sắc văn hóa.

Tài liệu tham khảo

1. Lê, T. H., và Trần, T. H. (2020). Phát triển du lịch cộng đồng bền vững tại vùng cao nguyên Mộc Châu, tỉnh Sơn La. *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội: Kinh tế và Kinh doanh*, *36*(3), 56-68.
2. Nguyễn, T. T., và Phạm, H. C. (2022). Vai trò của vốn văn hóa trong phát triển du lịch cộng đồng tại các tỉnh miền núi phía Bắc Việt Nam. *Tạp chí Nghiên cứu Đông Nam Á*, *7*(259), 45-54.
3. Phạm, V. T., và Bùi, T. H. (2021). Rò rỉ lợi ích trong du lịch cộng đồng: Nghiên cứu trường hợp tại bản Áng, Mộc Châu. *Tạp chí Du lịch và Phát triển*, *4*(2), 112-125.
4. *International Journal of Tourism Sciences*, *17*(4), 256-269.
5. Trần, V. A. (2019). *Du lịch dựa vào cộng đồng: Lý thuyết và thực tiễn tại Việt Nam*. Nhà xuất bản Khoa học xã hội.
6. Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Greenwood Press.
7. Kontogeorgopoulos, N. (2021). Community-based tourism in Thailand: The role of small-scale enterprises in sustainable development. *Tourism Planning and Development*, *18*(3), 267-285.
8. Throsby, D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge University Press.
9. UNESCO. (2013). *Creative economy report 2013: Widening local development pathways*. United Nations Development Programme.