VAI TRÒ HỢP TÁC GIỮA CÁC BÊN LIÊN QUAN TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH BỀN VỮNG: BẰNG CHỨNG THỰC NGHIỆM TRÊN THẾ GIỚI VÀ LIÊN HỆ VIỆT NAM(*)

Nguyễn Thị Đào

Tóm tắt: *Với phương pháp phân tích và tổng quan tài liệu thứ cấp, bài viết phân tích vai trò của các bên liên quan trong phát triển du lịch bền vững, bao gồm chính quyền địa phương, doanh nghiệp và cộng đồng từ các bằng chứng thực nghiệm trên thế giới. Cụ thể, nghiên cứu thực nghiệm về vai trò của chính quyền địa phương ở Kuakata - Bangladesh, vai trò của các doanh nghiệp lưu trú tại Alan - Thổ Nhĩ Kỳ và vai trò của cộng đồng địa phương La Fortuna ở Costa Rica. Các nghiên cứu thực nghiệm nói trên cho thấy sự hợp tác giữa các bên liên quan giúp bảo tồn tài nguyên, thúc đẩy kinh tế và nâng cao chất lượng du lịch của địa phương. Bài viết đã rút ra một số bài học cho các bên liên quan trong hợp tác phát triển du lịch bền vững ở Việt Nam và khẳng định rằng, sự phối hợp giữa các bên liên quan là chìa khóa phát triển du lịch bền vững cho thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng.*

Từ khóa: *Các bên liên quan; Hợp tác; Phát triển du lịch bền vững.*

Mở đầu

Gần đây, nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng, việc quản lý và triển khai phát triển du lịch bền vững đòi hỏi sự tham gia của nhiều đối tác khác nhau; đặc biệt cần có sự liên kết và hợp tác hiệu quả giữa các địa phương cũng như giữa các bên liên quan, trong đó vai trò của các tổ chức quản lý thuộc chính quyền nhà nước trong quản lý và tiếp thị điểm đến là rất quan trọng (Paskaleva, 2003; Presenza & Cipollina, 2008; Baggio & Cooper, 2008).

Sự liên kết và hợp tác giữa các bên liên quan không chỉ mang lại lợi ích cho từng chủ thể mà còn đem lại giá trị chung cho địa phương và toàn ngành du lịch. Các mối quan hệ hợp tác này giúp tạo ra các sáng kiến kinh doanh mới (Hwang et al., 2002), chia sẻ kiến thức, thông tin và nguồn lực (Telfer, 2000), phát triển sản phẩm du lịch mới, giảm chi phí xúc tiến, quảng bá, đồng thời thúc đẩy sự phát triển tổng thể của điểm đến (Tinsley & Lynch, 2001).

Nhiều học giả cũng nhấn mạnh rằng, sự hợp tác giữa các bên liên quan từ nhiều lĩnh vực khác nhau sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiếp cận một cách tích hợp các chiến lược phát triển, từ đó góp phần thúc đẩy du lịch bền vững (Lazzereti & Pettrilo, 2006). Theo đó, việc xác định rõ các bên liên quan và khuyến khích sự tham gia chủ động của họ được xem là bước đi thiết yếu nhằm đạt được sự đồng thuận, thiết lập quan hệ đối tác và xây dựng nền tảng hợp tác bền vững trong lĩnh vực du lịch. Các bên liên quan đóng vai trò trung tâm trong tiến trình này bao gồm: chính quyền địa phương, doanh nghiệp, cộng đồng địa phương và các tổ chức phi chính phủ (NGOs) (Bramwell & Lane, 2000).

(*) Bài viết là sản phẩm của nhiệm vụ cấp Bộ "Liên kết phát triển du lịch bền vững giữa các địa phương vùng Trung du và miền núi phía Bắc" do Viện Địa lý Nhân văn và Phát triển bền vững chủ trì.

Tuy nhiên, cần lưu ý rằng, thái độ và quan điểm của các nhóm bên liên quan như doanh nghiệp và người dân địa phương không phải lúc nào cũng thống nhất, do chịu ảnh hưởng bởi lợi ích, mục tiêu và mức độ tham gia khác nhau. Chính vì vậy, việc thiết lập một cơ chế giao tiếp thường xuyên và hiệu quả giữa các bên liên quan về phát triển du lịch bền vững là cần thiết. Hệ thống giao tiếp này sẽ giúp tăng cường sự hiểu biết, phối hợp hành động và đem lại lợi ích lâu dài cho tất cả các chủ thể tại điểm đến (Hardy & Pearson, 2001).

Từ những phân tích trên, có thể thấy rằng, khi các bên liên quan cùng phối hợp hành động hướng tới mục tiêu chung, ngành du lịch sẽ gặt hái được nhiều lợi ích vượt trội. Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt toàn cầu, các điểm đến buộc phải tìm kiếm giải pháp hợp tác để tồn tại và phát triển bền vững, Brooker & Burge (2008) nhấn mạnh rằng, để xây dựng một hình thức phát triển bền vững cho điểm đến, các bên liên quan trong ngành du lịch cần thiết phải hợp tác chặt chẽ. Sự hợp tác lâu dài, hiệu quả giữa các bên không chỉ góp phần thúc đẩy phát triển bền vững mà còn là nền tảng quan trọng trong việc xây dựng và củng cố thương hiệu điểm đến.

1. Tổng quan nghiên cứu

Ngay từ năm 1985, nhu cầu thiết lập các mối liên kết giữa các bên liên quan trong ngành du lịch đã được thừa nhận rộng rãi (Hall, 2007; Simpson, 2008). Nhiều nghiên cứu khẳng định rằng, quan hệ đối tác cùng có lợi là yếu tố then chốt trong quá trình lập kế hoạch du lịch. Mặc dù vai trò của các bên liên quan có thể khác nhau tùy theo bối cảnh, song không thể phủ nhận tác động đáng kể của họ đối với các sáng kiến phát triển du lịch. Vì vậy, việc thừa nhận và lắng nghe các quan điểm khác nhau của các bên liên quan là điều kiện tiên quyết để quản lý du lịch theo hướng bền vững (Bramwell & Sharman, 2000; Getz & Timur, 2005; Hardy & Beeton, 2001).

Các bên liên quan không chỉ là những đối tượng chịu tác động từ các kế hoạch phát triển bền vững mà còn là chủ thể tích cực tham gia vào quá trình lập kế hoạch đó (Byrd, 2003; Southgate & Sharpley, 2002). Theo Freeman (1984), các bên liên quan là một phần cấu thành quan trọng trong môi trường của bất kỳ tổ chức nào. Từ đó đến nay, nhiều học giả đã mở rộng và củng cố khái niệm này trong các bối cảnh khác nhau (Friedman & Miles, 2002).

Trong phát triển du lịch nói chung và du lịch bền vững nói riêng, sự tham gia của các bên liên quan là không thể thiếu (Dwyer & Edwards, 2010; Waligo et al., 2013). Mạng lưới hợp tác và quan hệ đối tác giữa các tổ chức được xem là cấu trúc quan trọng nhằm hướng tới mục tiêu phát triển bền vững, đồng thời đảm bảo hiệu quả kinh tế, khả năng cạnh tranh và sự tồn tại lâu dài của điểm đến (Murphy & Price, 2005; Volgger & Pechlaner, 2015).

Do tính chất liên ngành của du lịch, các bên liên quan rất đa dạng, bao gồm cả các thực thể trong và ngoài ngành, với mức độ ảnh hưởng khác nhau (Nicolaides, 2015). Các nhóm cốt lõi thường bao gồm: khách du lịch, cộng đồng địa phương, doanh nghiệp, chính quyền và các tổ chức quản lý hoặc tiếp thị điểm đến (Liu & Ma, 2017). Việc phân bổ lợi ích công bằng giữa các bên liên quan là điều cần thiết, bởi ngành du lịch phụ thuộc vào sự phối hợp chặt chẽ với các lĩnh vực khác. Do đó, để hướng tới phát triển bền vững, cần thúc đẩy sự phối hợp giữa nhiều bên liên quan như chính quyền, doanh nghiệp, cộng đồng và du khách (Heslinga et al., 2019).

Tổng quan của Waligo và cộng sự (2013) đã chỉ ra bảy nhóm bên liên quan chính trong du lịch: cộng đồng địa phương, khu vực công (chính quyền), khu vực tư nhân (doanh nghiệp), các cơ sở đào tạo, tổ chức truyền

thông, tổ chức phi chính phủ và khách du lịch. Tuy nhiên, trong phạm vi nghiên cứu này, trọng tâm phân tích sẽ đặt vào ba nhóm chủ chốt: chính quyền địa phương, doanh nghiệp và cộng đồng địa phương.

Chính quyền địa phương: có vai trò trung tâm trong lập kế hoạch, điều phối, kiểm soát và quảng bá du lịch bền vững. Chính quyền cung cấp dịch vụ công, thông tin, tổ chức đào tạo, định hướng sự tham gia của cộng đồng và thực hiện các hướng dẫn về phát triển bền vững (Kim, 2013; Yodsuwan, 2009; Fatimath, 2015). Hunter (1997) và Godfrey (1998) đều nhấn mạnh rằng, các hướng dẫn bền vững chỉ có thể thành công nếu được hỗ trợ bởi quy hoạch và quản lý chặt chẽ từ phía chính quyền địa phương - chủ thể được pháp luật trao quyền kiểm soát đất đai và quản lý hành chính.

Doanh nghiệp: là cầu nối giữa du khách với điểm đến, có vai trò lớn trong tạo việc làm, đóng góp vào nền kinh tế địa phương và tham gia vào quá trình sáng tạo giá trị tại điểm đến (Hardy & Beeton, 2001; Spenceley & Rozga, 2007). Các doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp lưu trú và lữ hành, có thể đóng vai trò tích cực trong bảo vệ môi trường, quảng bá hình ảnh điểm đến và nâng cao trải nghiệm du lịch nếu họ cam kết thực hiện các chuẩn mực phát triển bền vững.

Cộng đồng địa phương: là nhân tố thiết yếu trong việc đảm bảo tính bền vững lâu dài cho du lịch. Nhiều nghiên cứu khẳng định cộng đồng có vai trò quan trọng trong hình thành hình ảnh điểm đến và quản lý điểm đến (Bramwell & Sharman, 2000; Tosun, 2000; Fatimath, 2015). Kim (2013) lưu ý rằng, tại nhiều quốc gia đang phát triển, các chính sách du lịch nếu thiếu sự tham gia thực chất của cộng đồng địa phương thì khó đạt được tính bền vững.

2. Vai trò của các bên liên quan trong phát triển du lịch địa phương từ các nghiên cứu thực nghiệm trên thế giới

2.1. Vai trò của chính quyền địa phương: bằng chứng thực nghiệm từ Kuakata, Bangladesh

Chính quyền địa phương đóng vai trò là một bộ phận quan trọng và có ảnh hưởng mạnh mẽ trong cơ cấu quyền lực của chính quyền trung ương tại mỗi quốc gia. Với chức năng phân bổ và thực thi quyền lực hành chính trên cơ sở lãnh thổ, chính quyền địa phương giúp hạn chế sự áp đặt mang tính cứng nhắc và đồng nhất của hệ thống hành chính trung ương, đồng thời phát huy hiệu quả nguồn tri thức bản địa trong giải quyết các vấn đề cụ thể tại từng địa phương. Chính quyền địa phương chịu trách nhiệm chính trong việc quy hoạch sử dụng đất, phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng, xây dựng và thực thi các quy định kinh tế cũng như cung cấp các dịch vụ công thiết yếu, qua đó hỗ trợ phát triển kinh tế địa phương và tạo dựng môi trường sống, làm việc và kinh doanh hấp dẫn cho cộng đồng (Siddiqui, 2005).

Trong bối cảnh phát triển du lịch, một ngành có tính liên ngành và đa chiều, hiệu quả quản trị của chính quyền địa phương có thể tạo ra tác động tích cực đối với phát triển kinh tế và phát triển bền vững ở cấp cơ sở. Nhờ vào sự am hiểu sâu sắc về điều kiện địa phương, tiếp xúc trực tiếp với người dân và khả năng truyền đạt thông tin hiệu quả, chính quyền địa phương có thể rút ngắn quá trình ra quyết định và nâng cao chất lượng dịch vụ công trong lĩnh vực du lịch (Siddiqui, 2005).

Gorica và cộng sự (2012) cho rằng, trong khi chính quyền trung ương thường tập trung vào các vấn đề và chính sách vĩ mô, thì chính quyền địa phương – với vị trí gần gũi nhất với người dân – có điều kiện hiểu rõ hơn về nhu cầu cộng đồng và tài nguyên thiên nhiên sẵn có. Từ đó, họ có thể đóng vai trò trung gian

quan trọng trong việc truyền tải các chính sách đến từng cộng đồng cụ thể, tạo ra sự kết nối hiệu quả giữa chính quyền và người dân, đồng thời đảm bảo rằng các chính sách được điều chỉnh phù hợp với đặc điểm và nhu cầu riêng biệt của từng địa phương.

Theo Hastings và cộng sự (2016), chính quyền địa phương giữ vai trò như một "người định hình không gian sống" (place-shaper), có ảnh hưởng lớn đến sự hài lòng và mức độ gắn bó của người dân với nơi họ sinh sống. Đặc biệt, trong các khu vực cần cải thiện chất lượng sống, chính quyền địa phương cần chủ động thúc đẩy các kết quả xã hội, kinh tế, cộng đồng và phúc lợi. Do xu hướng tập trung quyền lực của chính quyền trung ương, vai trò của chính quyền địa phương càng trở nên quan trọng trong việc phản ánh và truyền tải nguyện vọng của người dân đến các cấp cao hơn, từ đó góp phần cải thiện hiệu quả quản trị và phát triển địa phương.

Một minh chứng cụ thể cho vai trò tích cực của chính quyền địa phương trong phát triển du lịch là trường hợp Kuakata - một điểm đến ven biển đầy tiềm năng tại Bangladesh (Anika et al., 2020). Trước đây, Kuakata phải đối mặt với tình trạng xói mòn bãi biển nghiêm trọng, đe dọa đến sức hấp dẫn của khu vực này đối với khách du lịch. Nhằm giải quyết vấn đề trên, Chính phủ Bangladesh đã phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển du lịch cho Kuakata, trong đó sự phối hợp và cam kết mạnh mẽ của chính quyền địa phương đóng vai trò quyết định. Mặc dù kế hoạch tổng thể cần thời gian dài để triển khai, chính quyền địa phương đã chủ động cắt giảm các rào cản hành chính, khắc phục điểm yếu nội tại và tích cực tham gia vào tiến trình thực hiện.

Bên cạnh việc tham gia thực hiện quy hoạch tổng thể, chính quyền địa phương tại Kuakata cũng triển khai nhiều sáng kiến linh hoạt nhằm thu hút khách du lịch trong ngắn hạn. Cụ thể, các hoạt động du lịch mạo hiểm như lướt sóng, chèo thuyền kayak, đi bộ đường dài, đạp xe dưới nước... được đưa vào khai thác nhằm gia tăng trải nghiệm du lịch cả ban ngày lẫn ban đêm. Đồng thời, các chương trình văn hóa như hòa nhạc dân gian, trình diễn nghệ thuật truyền thống của người Rakhine cũng được tổ chức thường xuyên để thu hút du khách và giữ chân họ lâu hơn tại điểm đến. Mọi thông tin về lịch trình và các hoạt động giải trí đều được công khai qua các nền tảng trực tuyến của chính quyền thành phố, thể hiện tính minh bạch và năng lực truyền thông của chính quyền địa phương.

Có thể khẳng định rằng, thành công bước đầu của Kuakata trong việc phục hồi tiềm năng du lịch không thể tách rời vai trò trung tâm của chính quyền địa phương. Sự tham gia tích cực và phối hợp hiệu quả giữa các bên liên quan với chính quyền địa phương là lực lượng dẫn dắt, đã đóng góp đáng kể vào cải thiện sinh kế và thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội bền vững tại cộng đồng này thông qua du lịch.

2.2. Vai trò của các doanh nghiệp trong phát triển du lịch bền vững: bằng chứng từ vai trò của các doanh nghiệp lưu trú ở Atalya, Thổ Nhĩ Kỳ

Bất kỳ nỗ lực nghiêm túc nào nhằm tăng chi tiêu của du khách và thúc đẩy sự tham gia của người nghèo tại một điểm đến kém phát triển đều không thể chỉ dựa vào chính phủ, các tổ chức phi chính phủ hay cộng đồng địa phương. Thành công của các nỗ lực này phụ thuộc nhiều vào việc tích hợp hiệu quả khu vực tư nhân du lịch vào nền kinh tế địa phương, đặc biệt là khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào các mối liên kết địa phương (Roxas, F.M.Y. & cộng sự, 2020).

Tất cả các bên liên quan tại điểm đến đều có vai trò quan trọng, song các doanh nghiệp du lịch - đặc biệt là doanh nghiệp lưu trú - giữ vai trò then chốt vì họ là những tác nhân trực tiếp

thực hiện hoạt động du lịch. Trong khi khu vực công thiết kế và ban hành các chính sách, thì khu vực tư nhân - với các doanh nghiệp lưu trú - là những đơn vị thực thi, cung cấp dịch vụ lưu trú, ăn uống, giải trí và tương tác trực tiếp với du khách cũng như các bên liên quan khác như chính quyền địa phương, tổ chức phi chính phủ, cộng đồng dân cư và các cơ sở nghiên cứu.

Tuy nhiên, bên cạnh những đóng góp tích cực, hoạt động của doanh nghiệp lưu trú cũng có thể gây ra các tác động tiêu cực đến môi trường tự nhiên, xã hội và kinh tế nếu thiếu kiểm soát - chẳng hạn như phát sinh chất thải, tiêu thụ tài nguyên quá mức, ô nhiễm và làm suy giảm cảnh quan (Gavurova & cộng sự, 2021). Những vấn đề này không chỉ ảnh hưởng đến chất lượng cuộc sống của người dân địa phương mà còn đe dọa đến tính liên tục về kinh tế của chính các doanh nghiệp lưu trú. Do đó, việc quản lý hoạt động của các doanh nghiệp lưu trú theo định hướng phát triển du lịch bền vững là nhiệm vụ quan trọng của chính quyền địa phương nhằm đảm bảo sự bền vững toàn diện của điểm đến.

Mặc dù còn nhiều thách thức, các doanh nghiệp lưu trú vẫn là một trong những bên liên quan chủ chốt trong du lịch bền vững, đặc biệt khi họ thực hiện các hoạt động kinh doanh thân thiện với môi trường và tích cực thực hiện trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR). Theo Legrand, Sloan & Chen (2017) và Bae & Smardon (2011), các doanh nghiệp theo đuổi mô hình kinh doanh bền vững không chỉ đáp ứng nhu cầu xã hội và bảo vệ môi trường, mà còn cung cấp các sản phẩm, dịch vụ có trách nhiệm, đóng góp vào phúc lợi chung.

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp lưu trú có thể đạt được nhiều lợi ích như nâng cao năng lực cạnh tranh, tiết kiệm chi phí và khả năng thích ứng tốt hơn trong thời kỳ khủng hoảng thông qua việc triển khai hoạt động bền vững và CSR. Tuy vậy, một số nghiên cứu cũng chỉ ra những trở ngại như chi phí đầu tư cao, thiếu sự hỗ trợ từ các bên liên quan, sự thiếu liên kết trong ngành và hạn chế về thông tin (Farmaki & cộng sự, 2014; Legrand, Sloan & Chen, 2017).

Một ví dụ điển hình là quận Alanya (tỉnh Antalya, Thổ Nhĩ Kỳ) - một điểm đến du lịch quan trọng nằm bên bờ Địa Trung Hải. Với dân số hơn 300.000 người và lợi thế về khí hậu, cảnh quan tự nhiên và di sản văn hóa, Alanya đã thu hút hơn 6,7 triệu lượt khách năm 2019, tạo ra 4,5 tỷ USD doanh thu du lịch (ACCI, 2020). Tuy nhiên, sự phát triển nhanh chóng cũng kéo theo áp lực ngày càng lớn đối với môi trường, xã hội và kinh tế địa phương.

Nhằm ứng phó với các thách thức này, một số doanh nghiệp lưu trú tại Alanya đã chủ động hướng đến hoạt động bền vững và thực hiện CSR. Tính đến năm 2019, trong số 631 doanh nghiệp lưu trú đang hoạt động, có 57 doanh nghiệp đạt chứng chỉ quản lý môi trường như Green Star, Travelife hoặc Green Key. Dù tỷ lệ này mới chỉ chiếm khoảng 9%, nó cho thấy những nỗ lực đáng khích lệ trong việc nâng cao trách nhiệm môi trường và xã hội của khu vực tư nhân tại đây.

Theo nghiên cứu của Assaye và cộng sự (2023), các doanh nghiệp lưu trú có chứng nhận bền vững tại Alanya đã triển khai nhiều hoạt động thiết thực như: (1) Nâng cao nhận thức về du lịch bền vững và gắn nhận thức đó với chất lượng dịch vụ; (2) Đa dạng hóa sản phẩm du lịch nhằm giảm tính thời vụ, cải thiện chất lượng và hạn chế sự phụ thuộc vào một hình thức du lịch đơn lẻ; (3) Áp dụng các giải pháp tiết kiệm tài nguyên, quản lý chất thải và cải thiện môi trường sống. Mặc dù vẫn còn những vấn đề như ô nhiễm, xây dựng quá mức hay thu hẹp đất nông nghiệp, các doanh nghiệp này đang dần nâng cao trách nhiệm của mình thông qua các hoạt động cụ thể gắn với lợi ích kinh tế, xã hội và môi trường.

Thực tiễn tại Alanya cho thấy, phát triển du lịch bền vững cần có sự tham gia chủ động và có trách nhiệm của khu vực tư nhân - đặc biệt là các doanh nghiệp lưu trú. Việc tăng cường chính sách hỗ trợ, thúc đẩy chứng nhận bền vững và củng cố hợp tác công - tư - cộng đồng sẽ là những yếu tố then chốt giúp đảm bảo tính bền vững lâu dài của điểm đến.

2.3. Vai trò của cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch: bằng chứng từ La Fortuna, Costa Rica

Nhiều nghiên cứu đã nhấn mạnh vai trò của cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch dựa vào cộng đồng, du lịch sinh thái và du lịch bền vững (Bramwell & Sharman, 2000; Tosun, 2000; Kim, 2013). Các nghiên cứu này cho thấy, cộng đồng không chỉ là đối tượng thụ hưởng mà còn là tác nhân quan trọng trong việc hình thành hình ảnh và quản lý điểm đến (Fatimath, 2015). Kim (2013) khẳng định, các chính sách du lịch tại nhiều quốc gia đang phát triển thường được xây dựng bởi cơ quan quản lý mà không có sự tham gia của cộng đồng địa phương, điều này khiến mục tiêu phát triển bền vững khó đạt được.

Trên thực tế, dù có tham gia trực tiếp vào các hoạt động du lịch hay không, người dân địa phương vẫn góp phần tạo ra sản phẩm du lịch thông qua cuộc sống thường nhật và các tương tác xã hội - những yếu tố mang lại tính xác thực và bản sắc cho điểm đến (Pham, 2015; Bakar & cộng sự, 2004). Sự ủng hộ, niềm tự hào và thái độ tích cực của cộng đồng đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao sức hấp dẫn và năng lực cạnh tranh của điểm đến trong mắt du khách. Trong các mô hình du lịch dựa vào cộng đồng (Community Based Tourism - CBT), cộng đồng không chỉ cung cấp các dịch vụ du lịch mà còn chính là một phần của sản phẩm du lịch thông qua lối sống, văn hóa và hoạt động sinh kế. Vì vậy, sự tham gia của cộng đồng trở thành yếu tố then chốt để đảm bảo sự chấp nhận và đồng thuận xã hội đối với các dự án du lịch, đồng thời là công cụ thúc đẩy phát triển kinh tế và xóa đói giảm nghèo (Barasa, 2010; Scaglione & cộng sự, 2011).

Một ví dụ điển hình cho thành công của mô hình du lịch có sự tham gia tích cực của cộng đồng địa phương là thị trấn La Fortuna (Costa Rica). Trong giai đoạn 1994-2006, lượng khách du lịch quốc tế đến Costa Rica tăng mạnh từ 761.448 lên 1.716.277 lượt, trong đó La Fortuna với dân số chỉ khoảng 13.000 người trở thành một trong những điểm đến thiên nhiên nổi bật nhất, nổi tiếng với núi lửa Arenal, hồ Arenal, suối nước nóng, thác nước và hệ sinh thái rừng nhiệt đới (Celik & Cevirgen, 2021). Tuy nhiên, đi kèm với tăng trưởng du lịch là những hệ lụy như suy giảm diện tích đất nông nghiệp, ô nhiễm môi trường và thay đổi trong cơ cấu sinh kế (Coccossis, 2004; Kreag, 2001).

Đóng vai trò trung tâm trong việc thúc đẩy phát triển bền vững tại La Fortuna là ADIFORT - một trong những hiệp hội phát triển cộng đồng mạnh nhất Costa Rica. ADIFORT khuyến khích người dân địa phương tham gia vào các cuộc họp và thảo luận về các vấn đề phát triển tại địa phương, từ đó nâng cao sự tham gia và tinh thần trách nhiệm của cộng đồng. Hiệp hội này không chỉ huy động nguồn lực kinh tế để tài trợ cho các dự án phát triển, mà còn chú trọng nâng cao chất lượng cuộc sống và tạo cơ hội việc làm cho người dân địa phương và các cộng đồng lân cận.

Một điểm nổi bật trong mô hình phát triển của La Fortuna là sự cởi mở, khoan dung và đoàn kết trong cộng đồng. Người dân bản địa sẵn sàng chào đón người di cư và người nước ngoài đến sinh sống, miễn là họ chia sẻ khát vọng cùng nhau xây dựng và phát triển địa phương. Mối quan hệ tích cực giữa người dân địa phương và cư dân mới đã góp phần hình thành một cộng đồng bền vững, hướng tới các

sáng kiến phát triển kinh tế - xã hội và môi trường phù hợp với bối cảnh địa phương.

Ngoài ra, người dân tại La Fortuna còn thúc đẩy tiêu dùng nội địa bằng cách ưu tiên sử dụng sản phẩm nông nghiệp và thực phẩm do chính cư dân địa phương sản xuất. Chủ các cơ sở lưu trú thường xuyên mua sữa, rau củ và trái cây từ các hộ dân trong vùng, vừa góp phần giữ lại lợi ích kinh tế trong cộng đồng, vừa tạo động lực nâng cao chất lượng sản phẩm do phải cạnh tranh với nguồn cung từ bên ngoài. Điều này tạo nên sự phát triển cả về số lượng và chất lượng trong nền kinh tế địa phương.

Từ thực tiễn phát triển tại La Fortuna có thể rút ra rằng, một cộng đồng có năng lực tự tổ chức và sở hữu các nguồn lực quan trọng sẽ có khả năng thích ứng tốt với những thay đổi do phát triển du lịch mang lại, đồng thời định hình cách thức du lịch được tổ chức và quản lý. Việc duy trì quyền sở hữu và kiểm soát đối với tài nguyên địa phương giúp người dân chủ động ứng phó với các tác động tiêu cực của du lịch như gia tăng dân số, ô nhiễm, áp lực hạ tầng hay phá vỡ môi trường tự nhiên. La Fortuna, vì thế, là một hình mẫu cho các địa phương khác đang tìm kiếm mô hình phát triển du lịch bền vững gắn với nâng cao chất lượng sống của cộng đồng địa phương.

Kết luận và liên hệ thực tiễn Việt Nam

Hợp tác giữa các bên liên quan như chính quyền, doanh nghiệp, cơ sở đào tạo và cộng đồng địa phương được xem là yếu tố then chốt trong phát triển du lịch bền vững (UNEP & UNWTO, 2005; UNWTO, 2013). Tuy nhiên, tại Việt Nam hiện nay, sự hợp tác này vẫn còn là một rào cản lớn, ảnh hưởng đến tiến trình phát triển du lịch bền vững ở cả cấp quốc gia, liên vùng và địa phương. Việc thiếu liên kết và phối hợp hiệu quả giữa các bên đang làm giảm năng lực triển khai các chiến lược phát triển bền vững, dù ngành du lịch đang đứng trước nhiều cơ hội và vận hội mới.

Với tiềm năng phong phú và định hướng chính sách rõ ràng trong những năm gần đây, ngành du lịch Việt Nam được kỳ vọng sẽ có những bước phát triển đột phá. Tuy nhiên, để đạt được mục tiêu phát triển bền vững - dù không phải là một mục tiêu quá tham vọng - vẫn đòi hỏi nhiều nỗ lực từ các bên liên quan. Trong đó, việc nâng cao nhận thức, tăng cường năng lực thực thi chính sách và phát triển các công cụ thúc đẩy du lịch bền vững là những giải pháp tổng thể cần được ưu tiên.

Bài viết này nhấn mạnh vai trò quan trọng của các bên liên quan trong phát triển du lịch bền vững, bao gồm chính quyền địa phương, doanh nghiệp du lịch và cộng đồng cư dân, thông qua các dẫn chứng thực nghiệm quốc tế. Từ đó, một số bài học kinh nghiệm có thể được rút ra để vận dụng vào bối cảnh Việt Nam, góp phần thúc đẩy ngành du lịch phát triển theo hướng bền vững và hiệu quả hơn.

Thứ nhất, vai trò của chính quyền địa phương: Chính quyền đóng vai trò định hướng thông qua việc quy hoạch, điều phối, quảng bá và hỗ trợ các hoạt động du lịch bền vững. Trường hợp tại Kuakata (Bangladesh) cho thấy sự can thiệp hiệu quả của chính quyền giúp giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường và đồng thời nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến. Do đó, Việt Nam cần tăng cường vai trò điều phối của chính quyền địa phương thông qua các chính sách hỗ trợ phù hợp, quy hoạch hợp lý và cơ chế giao tiếp hiệu quả với các bên liên quan để nâng cao hiệu quả quản lý du lịch.

Thứ hai, vai trò của doanh nghiệp: Doanh nghiệp không chỉ tạo ra việc làm và đóng góp vào kinh tế địa phương mà còn có thể tham gia tích cực vào quản lý tài nguyên bền vững. Ví dụ, tại Alanya (Thổ Nhĩ Kỳ), các doanh nghiệp lưu trú đã áp dụng các chứng chỉ du lịch xanh

nhằm giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường. Từ đó, có thể rút ra bài học cho Việt Nam trong việc khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào du lịch xanh, phối hợp chặt chẽ với chính quyền trong các kế hoạch bảo tồn tài nguyên và giảm ô nhiễm.

Thứ ba, vai trò của cộng đồng địa phương: Cộng đồng góp phần quan trọng vào việc tạo dựng hình ảnh điểm đến và phát triển dịch vụ du lịch. Trường hợp điển hình ở La Fortuna (Costa Rica) cho thấy, sự tham gia tích cực và tinh thần cộng đồng mạnh mẽ là nền tảng cho phát triển du lịch bền vững. Việt Nam cần thúc đẩy sự tham gia thực chất của cộng đồng vào các hoạt động du lịch, đặc biệt trong phát triển du lịch cộng đồng và du lịch sinh thái, để vừa phát huy bản sắc văn hóa địa phương vừa tạo động lực phát triển kinh tế bền vững.

Tóm lại, tăng cường hợp tác giữa các bên liên quan là điều kiện tiên quyết để du lịch Việt Nam đạt được mục tiêu phát triển bền vững. Những bài học từ quốc tế cho thấy, khi các bên cùng hướng tới một mục tiêu chung, được lắng nghe và cùng hành động, thì du lịch không chỉ phát triển về mặt kinh tế mà còn trở thành công cụ hiệu quả để bảo vệ môi trường và nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân.

Tài liệu tham khảo

1. ACCI (Alanya Chamber of Commerce and Industry). (2020). Alanya Ekonomik Raporu 2019 [Alanya Economic Report 2019].
2. Anika, J.J, & Hosein Khan, M.Y., Hassan, A., (2020). Chapter 3: The Role of Local Government in Tourism Development: Evidence from Kuakata, Bangladesh.Tourism Policy and Planning in Bangladesh (Book). Springer 2020.
3. Bae, H., & Smardon, R. S. (2011). Indicators of Sustainable Business Practices. In E. Broniewicz, Environmental Management in Practice (pp. 177-206). Rijeka: INTECHWEB.ORG.
4. Celik, M.N., & Cevirgen, A., 2021. The Role of Accommodation Enterprises in the Development of Sustainable Tourism. Issue 23, volume 12, ISSN 1804-565. Journal of Tourism and Service.
5. Dwyer, L & Edwards, D 2010, Sustainable Tourism Planning. in J Liburd & D Edwards (eds), Understanding the Sustainable Development of Tourism. Goodfellow Publishers Limited, UK
6. Baggio, R., Cooper, C. (2008), Knowledge Management and Transfer in Tourism: An Italian Case, Proceedings of the IASK Advances in Tourism Research 2008 (ATR2008), Aveiro, Portugal, 26–28.
7. Barasa, D.W. (2010). Tourism, poverty, and poverty reduction in Msambweni District, Kenya (Unpublished doctoral desertion). UK: University of Bedfordshire.
8. Brooker, E. & Burgess, J. (2008), Marketing destination Niagara effectively through the tourism life cycle. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 20(3), 278–292.
9. Bramwell, B., & Lane, B. (2000), Collaboration and partnerships in tourism planning, In B. Bramwell, & B. Lane (Eds.), Tourism collaboration and partnerships. Politics, practice, and sustainability (1–19)
10. Byrd, E. T. (2003). An analysis of variables that influence stakeholder participation and support for sustainable tourism development in rural North Carolina. Unpublished PhD thesis: North Carolina State University.
11. Coccossis, H. (2004). Sustainable tourism and carrying capacity. The challenge of tourism carrying capacity assessment theory and practice. Aldershot, UK: Ashgate Publishing.
12. Farmaki, A., Constanti, P., Yiasemi, I., & Karis, P. (2014). Responsible tourism in Cyprus: the rhetoric and the reality. Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 6(1), 10-26. doi: 10.1108/WHATT-10-2013-0041

13. Fathimath, A. (2015). The role of stakeholder collaboration in sustainable tourism competitiveness: the case of Auckland, New Zealand (Doctoral dissertation, Auckland University of Technology).
14. Freeman, R. E. (1984). Strategic management: A stakeholder approach. Boston: Pitman
15. Friedman, A. L., & Miles, S. (2002). Developing stakeholder theory. Journal of Management Studies, 39(1), 1e21.
16. Gavurova, B., Belas, J., Valaskova, K., Rigelsky, M., & Ivankova, V. (2021). Relations between infrastructure innovations and tourism spending in developed countries: a macroeconomic perspective. Technological and Economic Development of Economy, 27(5), 1072-1094. https://doi.org/10.3846/tede.2021.15361
17. Getz, D., & Timur, S. (2005). Stakeholder involvement in sustainable tourism: balancing the voices. In W. Theobald (Ed.), Global tourism (3rd ed.). (pp. 230e 247) Oxford: Butterworth Heinmann.
18. Gorica, K., Kripa, D., & Zenelaj, E. (2012). The role of local government in sustainable development. Retrieved from https://bit.ly/2MZ4MMN. Accessed the 20th Oct 2019.
19. Hall, C. M. (2007). Tourism planning: Policies, processes, and relationships. Harlow: Prentice Hall
20. Hardy, A.L và Beeton, R.J.S 2001. Sustainable Tourism or Maintainable Tourism: Managing Resources for More Than Average Outcomes. Journal of Sustainable Tourism Volume 9, 2001 - Issue 3: International Symposium on Society and Resource Management.
21. Hastings, C., Wortley, L., Ryan, R., & Grant, B. (2016). Community expectations for the role of local government in regional Australia: Meeting the challenges of 'slow burn'. Australasian Journal of Regional Studies, 23, 158–180.
22. Heslinga, J., Groote, P., & Vanclay, F. (2019). Strengthening governance processes to improve benefit-sharing from tourism in protected areas by using stakeholder analysis. Journal of Sustainable Tourism, 27(6), 773–787.
23. Hwang, J., Jones, P., Westering, J. V., and Warr, D. (2002), Best Practice in Partnerships & Networks for SMEs in The UK Hospitality, Tourism and Leisure Industry. Profit Through Productivity Report No. 1, University of Surrey, Guilford.
24. Kim, K. B. (2013). The perceived role of key stakeholders' involvement in sustainable tourism development (Doctoral dissertation, University of Nottingham).
25. Lazzeretti, L., & Petrillo, C. S. (Eds.). (2006), Tourism Local Systems and Networking. Amsterdam: Elsevier.
26. Legrand, W., Sloan, P., & Chen, J. S. (2017). Sustainability in the Hospitality Industry Principles of Sustainable Operations. Oxon: Routledge.
27. Liu, J., & Ma, Y. (2017). The perceptual differences among stakeholders in the tourism supply of Xi'an City, China. *Sustainability*, *9*(2), 214.
28. Lisa Ruhanen, (2013. Local government: facilitator or inhibitor of sustainable tourism development? SSN: 0966-9582 (Print) 1747-7646 (Online) Journal homepage: http://www.tandfonline.com/loi/rsus2013
29. Murphy, P. E., & Price, G. G. (2005). Tourism and sustainable development. Global Tourism, 3, 167–193.
30. Nicolaides, A. (2015). Tourism stakeholder theory in practice: Instrumental business grounds, fundamental normative demands or a descriptive application? *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, *4*(2), 1–26.
31. Paskeleva-Shapira, K. (2003) EU "SUT-governance" project final report. Retrieved March 30, 2016.
32. Presenza, A., và Cipollina M., (2008). Analysing tourism stakeholders networks. VOL. 65 NO. 4 2010, pp. 17-30, Q Emerald Group Publishing Limited, ISSN 1660-5373. DOI 10.1108/16605371011093845.

33. Roxas, F. M. Y., Rivera, J. P. R., & Gutierrez, E. L. M. (2020). Framework for creating sustainable tourism using systems thinking. *Current Issues in Tourism, 23*(3), 280-296.
34. Simpson, M. C. (2008). Community benefit tourism initiatives e a conceptual oxymoron? Tourism Management, 29(1).
35. Siddiqui, K. (2005). Local government in Bangladesh. Dhaka: The University Press Limited.
36. Spenceley Anna và Zachary Rozga (2007), 'IFC Tourism Training Network'*, International Finance Corporation, New York, NY*.
37. Southgate, C., & Sharpley, R. (2002). Tourism, development and the environment. In R. Sharpley, & D. Telfer (Eds.), Tourism and development concepts and issues (pp. 231e262). Clevedon: Channel View Publications
38. Telfer, D.J., & Wall, G. (2000). Strengthening backward economic linkages: Local food purchasing by three Indonesian hotels. Tourism Geographies, 2(4), 421–447.
39. Tinsley, R., Lynch, P. (2001), "*Small tourism business networks and destination development*", International Journal of Hospitality Management, 20 (4), 367–378.
40. Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. Tourism Management, 21(6), 613-633.
41. UNWTO (2013), *Sustainable Tourism for Development Guidebook,* First edition, UNWTO.
42. UNWTO and UNEP (2005), *Making Tourism More Sustainable* - A Guide for Policy Makers.
43. Volgger, M., & Pechlaner, H. (2015). Governing networks in tourism: What have we achieved, what is still to be done and learned? Tourism Review, 70(4), 298–312. https://doi.org/10.1108/TR-04-2015-0013
44. Yodsuwan, C. (2009). Effective Tourism Stakeholder Collaboration and Member Satisfaction (Doctoral dissertation, Griffith University).
45. Murphy, P. E. (1985). Tourism: A community approach. London: Methuen.
46. Waligo, V. M., Clarke, J., & Hawkins, R. (2013). Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework. *Tourism Management*, *36*, 342–353.

Thông tin tác giả:

1. Nguyễn Thị Đào, ThS.
- Đơn vị công tác: Viện Nghiên cứu Phát triển bền vững Vùng
- Địa chỉ email: nguyendaoktqd@gmail.com

Ngày nhận bài: 16/01/2025
Ngày nhận bản sửa: 12/02/2025
Ngày duyệt đăng: 28/02/2025