PHÁT TRIỂN DU LỊCH BẢN ĐỊA: NGHIÊN CỨU KINH NGHIỆM TRUNG QUỐC VÀ GỢI Ý CHO VIỆT NAM

ThS. Nguyễn Vũ Quỳnh Thi*

Bài viết nhấn mạnh vai trò của du lịch bản địa trong việc quảng bá bản sắc dân tộc và thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương. Nhiều quốc gia đã khai thác sự đa dạng văn hóa của các cộng đồng dân tộc để thu hút khách du lịch, qua đó tạo ra nguồn thu nhập và ngoại hối đáng kể. Bên cạnh lợi ích kinh tế, du lịch bản địa còn góp phần củng cố bản sắc dân tộc thông qua việc giới thiệu văn hóa, phục hồi truyền thống, ngôn ngữ và tăng cường niềm tự hào văn hóa. Tuy nhiên, quá trình thương mại hóa bản sắc dân tộc trong du lịch cũng có thể gây ra những tác động tiêu cực như làm biến đổi văn hóa, lối sống và giá trị của cộng đồng. Vì vậy, nhiều quốc gia đang quan tâm đến việc cân bằng giữa khai thác du lịch và bảo tồn văn hóa. Trên cơ sở đó, nghiên cứu trường hợp du lịch bản địa tại Trung Quốc được xem là cần thiết nhằm rút ra những bài học kinh nghiệm cho việc phát triển du lịch bản địa ở Việt Nam.

• Từ khóa: *du lịch bản địa, kinh tế địa phương, bài học kinh nghiệm, bản sắc, văn hóa dân tộc.*

The article emphasizes the role of indigenous tourism in promoting ethnic identity and fostering local economic development. Many countries have utilized the cultural diversity of ethnic communities to attract tourists, thereby generating significant income and foreign exchange. In addition to its economic benefits, indigenous tourism also contributes to strengthening ethnic identity by showcasing cultural traditions, revitalizing languages and customs, and enhancing cultural pride among local communities. However, the commercialization of ethnic identity in tourism can also lead to negative impacts, such as changes in cultural practices, lifestyles, and community values. Therefore, many countries are increasingly concerned with finding a balance between tourism development and cultural preservation. Based on this perspective, studying the case of indigenous tourism in China is necessary in order to draw lessons for the development of indigenous tourism in Vietnam.

• Key words: *local tourism, local economy, lessons learned, identity, national culture*

Ngày nhận bài: 26/3/2026
Ngày gửi phản biện: 21/4/2026
Ngày duyệt đăng: 15/5/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i313.51

Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, du lịch bản địa ngày càng khẳng định vai trò quan trọng trong chiến lược phát triển du lịch của nhiều quốc gia, đặc biệt trong bối cảnh nhu cầu khám phá văn hóa và trải nghiệm bản sắc ngày càng gia tăng. Việc khai thác các giá trị văn hóa đặc trưng của cộng đồng dân tộc không chỉ góp phần thu hút khách du lịch mà còn tạo ra nguồn thu nhập ổn định, thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội tại địa phương. Thông qua hoạt động du lịch, các yếu tố văn hóa truyền thống như phong tục tập quán, ngôn ngữ, nghệ thuật và nghề thủ công được giới thiệu rộng rãi, qua đó góp phần nâng cao ý thức bảo tồn và củng cố bản sắc văn hóa của cộng đồng.

Tuy nhiên, sự phát triển nhanh chóng của du lịch bản địa cũng đặt ra nhiều vấn đề đáng quan tâm. Quá trình thương mại hóa văn hóa, nếu không được kiểm soát hợp lý, có thể dẫn đến sự biến dạng hoặc mai một các giá trị truyền thống, đồng thời làm thay đổi lối sống và cấu trúc xã hội của cộng đồng bản địa. Chính vì vậy, yêu cầu đặt ra là cần tìm kiếm sự cân bằng giữa khai thác du lịch và bảo tồn văn hóa nhằm đảm bảo tính bền vững trong phát triển. Trong bối cảnh đó, việc nghiên cứu kinh nghiệm từ các quốc gia có điều kiện tương đồng, tiêu biểu như Trung Quốc, là cần thiết để rút ra những bài học phù hợp cho Việt Nam trong quá trình phát triển du lịch bản địa theo hướng hiệu quả và bền vững.

Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp phân tích tài liệu (Document analysis) làm phương pháp nghiên cứu chính. Đây là một quy trình có hệ thống nhằm xem xét hoặc đánh giá các tài liệu - cả dạng in ấn và điện tử (tài liệu trên máy tính hoặc được truyền qua Internet). Giống như các phương pháp phân

** Học viện Hàng không Việt Nam; email: thinvq@vaa.edu.vn*

tích khác trong nghiên cứu định tính, phân tích tài liệu yêu cầu dữ liệu phải được xem xét và diễn giải nhằm rút ra ý nghĩa, đạt được sự hiểu biết, và phát triển tri thức thực nghiệm (Corbin & Strauss, 2008). Quy trình phân tích bao gồm tìm kiếm, lựa chọn, đánh giá (hiểu ý nghĩa) và tổng hợp dữ liệu có trong các tài liệu. Phân tích tài liệu tạo ra dữ liệu - các đoạn trích, trích dẫn hoặc toàn bộ đoạn văn - sau đó được tổ chức thành các chủ đề lớn, các nhóm phân loại và các ví dụ trường hợp, chủ yếu thông qua phân tích nội dung (content analysis) (Labuschagne, 2003).

Khái quát về du lịch bản địa

Thuật ngữ "du lịch bản địa" được sử dụng lần đầu tiên được cho là của Smith (1977, tr. 2), người đã định nghĩa nó là du lịch "được tiếp thị cho công chúng dựa trên các phong tục 'độc đáo' của các dân tộc bản địa và thường là các dân tộc lạ". Kể từ đó, khái niệm này và những hệ quả của nó đã được thảo luận rộng rãi, đặc biệt là về mối liên hệ giữa du lịch và dân tộc, cũng như tác động của du lịch bản địa. Nhiều nhà xã hội học và nhân chủng học đã nghiên cứu về sắc tộc trong bối cảnh du lịch từ nhiều góc độ khác nhau (van den Berghe, 1980,; Hitchcock, 1999; MacCannell, 1984; Picard & Wood, 1997; Smith, 1977). Hầu hết đều đồng ý rằng sắc tộc đã trở thành một mặt hàng, một sản phẩm được tái tạo và tiếp thị cho khách du lịch (Smith, 2001). Trong sản phẩm này, du lịch và sắc tộc có mối quan hệ mật thiết, trong đó bản sắc dân tộc được thể hiện hoặc xây dựng thông qua hình ảnh (Henderson, 2003). Sự độc đáo về văn hóa của một số nhóm người là điểm thu hút chính đối với nhiều khách du lịch, và do đó, người dân tộc thiểu số trở thành một "cảnh tượng sống động" để quan sát, chụp ảnh và tương tác (van den Berghe & Keyes, 1984).

Phát triển du lịch bản địa của Trung Quốc

Dân tộc Dai Xishuangbanna (sau đây gọi tắt là Banna), nằm ở tỉnh Vân Nam, phía tây nam Trung Quốc, là một trong những điểm đến du lịch dân tộc phát triển sớm nhất và nổi tiếng nhất ở Trung Quốc (Li, 2004). Với diện tích 19.125 km2, Banna giáp Myanmar ở phía tây nam và Lào ở phía đông nam, với đường biên giới dài 966,29 km (Cục Thống kê Banna, 2006). Banna là vùng đệm giữa Trung Quốc và Đông Nam Á, đồng thời là cửa ngõ quan trọng từ Trung Quốc đến các nước Đông Nam Á. Banna là địa điểm lý tưởng để nghiên cứu du lịch dân tộc và các vấn đề quy hoạch du lịch do sự đa dạng dân tộc và tiềm năng du lịch phong phú, cũng như lịch sử lâu đời là điểm đến du lịch dân tộc ở Trung Quốc. Thực tế, du lịch đã là một ngành kinh tế quan trọng ở Banna, và hiện đã có một lượng đáng kể khách sạn, nhà hàng và cơ sở hạ tầng hỗ trợ như đường cao tốc và sân bay. Số lượng du khách và tổng doanh thu du lịch đã tăng nhanh chóng kể từ những năm 1980, tăng đáng kể từ hơn 5365 du khách vào năm 1985 lên gần 2,8 triệu du khách vào năm 2005 . Một trong những điểm thu hút chính của Banna là cơ hội trải nghiệm sự đa dạng văn hóa của các dân tộc thiểu số tại cùng một địa điểm. Cũng như ở nhiều quốc gia khác, vị thế dân tộc thiểu số được công nhận và định nghĩa bởi hệ thống xã hội của quốc gia sở tại (Wall & Xie, 2005). Ở nhiều quốc gia châu Á, các nhãn hiệu dân tộc, các hoạt động văn hóa dân tộc và việc tiếp cận du lịch đều được nhà nước quản lý chặt chẽ (Wood, 1997).

Tại Trung Quốc, nhìn chung, các cấp chính quyền khác nhau có quan điểm tương đồng về phát triển du lịch bản địa (Yang, 2007). Tuy nhiên, điều này có thể không đúng ở các quốc gia khác với nền kinh tế chính trị khác nhau. Trong trường hợp được nghiên cứu ở đây, chính phủ ở tất cả các cấp đều đóng vai trò là người lập kế hoạch phát triển du lịch, người điều tiết thị trường du lịch, người điều phối giữa các lợi ích cạnh tranh và người phân xử các mối quan hệ giữa nhà sản xuất, nhà tiếp thị và người tiêu dùng (Xie, 2003). Các chính sách của nhà nước đã được các chính quyền địa phương/vùng thực hiện mạnh mẽ, những chính quyền này có thái độ tích cực đối với du lịch và đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy du lịch dân tộc và xây dựng các chiến lược phát triển.

Phát triển kinh tế thông qua du lịch được chính phủ hết sức ủng hộ như một cách hiệu quả để cải thiện sinh kế địa phương và thúc đẩy sự độc lập về kinh tế của các dân tộc thiểu số (Eng, 1998). Phát triển kinh tế so với bảo tồn văn hóa. Du lịch được xem là một trong những động lực chính thúc đẩy phát triển kinh tế và văn hóa (Jackson, 2006). Lợi ích kinh tế là động lực quan trọng nhất cho sự phát triển du lịch. Chính phủ đã khuyến khích sử dụng văn hóa dân tộc như

một yếu tố thu hút đầu tư và thúc đẩy phát triển du lịch. Tính độc đáo về văn hóa và bản sắc địa phương đã được hợp pháp hóa và ủng hộ trong chính sách nhà nước. Nhiều dự án du lịch do chính phủ khởi xướng nhấn mạnh yếu tố dân tộc như một điểm thu hút. Khách du lịch đóng góp đáng kể vào nền kinh tế địa phương thông qua việc mua quà lưu niệm sản xuất tại địa phương và tham gia các hoạt động du lịch. Tuy nhiên, họ không trực tiếp tham gia vào quá trình bảo tồn văn hóa. Thu nhập từ du lịch địa phương chủ yếu phụ thuộc vào số lượng khách du lịch. Khách du lịch đại chúng tiêu thụ các nguồn tài nguyên văn hóa địa phương, và chỉ một số ít trong số họ quan tâm đến những thay đổi nhanh chóng đối với cảnh quan dân tộc và sự biến mất của các nền văn hóa và giá trị truyền thống. Một số khách du lịch bày tỏ mong muốn được chiêm ngưỡng các địa điểm tự nhiên và trải nghiệm cuộc sống thường nhật của các dân tộc thiểu số. Những du khách này muốn chính quyền địa phương bảo tồn kiến trúc dân tộc, cảnh quan văn hóa và môi trường tự nhiên. Chính phủ đã tích cực thúc đẩy du lịch văn hóa dân tộc và khuyến khích thương mại hóa văn hóa. Chính sách nhà nước đã cung cấp. Phát triển kinh tế thông qua du lịch được chính phủ hết sức ủng hộ như một cách hiệu quả để cải thiện sinh kế địa phương và thúc đẩy sự độc lập về kinh tế của các dân tộc thiểu số (Eng, 1998). Các doanh nhân đóng vai trò chủ đạo trong việc định hình các khía cạnh thiết yếu của văn hóa dân tộc thiểu số đích thực, và quyết định những gì cần được phục hồi, phát triển và bảo tồn trong phát triển du lịch. Trong nỗ lực duy trì vẻ ngoài độc đáo của các làng truyền thống, nhà quản lý đã đưa ra nhiều quy định để bảo tồn tính độc đáo và "thuần khiết" của chúng, chẳng hạn như bảo tồn kiến trúc truyền thống của người Dai. Dân làng được yêu cầu duy trì kiến trúc nhà sàn bằng gỗ/tre khi cải tạo và xây dựng nhà mới trong các làng du lịch. Khi họ muốn xây nhà ở cá nhân bằng bê tông và các vật liệu xây dựng "hiện đại" khác đều bị cấm. Nhìn chung, các cộng đồng dân tộc thiểu số đón nhận sự phát triển kinh tế do du lịch mang lại. Hầu hết đều đánh giá tích cực về tác động kinh tế của du lịch, trong khi một số ít người cũng nhận thấy một số khía cạnh tiêu cực, chẳng hạn như giá cả hàng hóa địa phương tăng cao. Nhu cầu kiếm sống cho bản thân và gia đình là mối quan tâm lớn đối với những người trẻ tuổi trong cộng đồng thiểu số tham gia vào ngành du lịch, và việc bảo tồn văn hóa dường như không phải là vấn đề quan trọng đối với họ.

Những phát hiện trên cho thấy các bên liên quan có những quan điểm khác nhau về du lịch văn hóa dân tộc. Nhà nước, ngành du lịch thương mại và các nhóm thiểu số đều tham gia vào việc sàng lọc và lựa chọn các khía cạnh văn hóa để tạo ra những trải nghiệm "chân thực" phù hợp với nhu cầu phát triển du lịch. Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu cho thấy tồn tại mối quan hệ quyền lực bất bình đẳng giữa chính phủ, các doanh nghiệp du lịch và các nhóm dân tộc thiểu số. Chính phủ và các doanh nghiệp du lịch là những thế lực chính trong phát triển du lịch, nhưng hầu hết các nhóm này không phải là thành viên của các nhóm thiểu số. Sự tham gia về mặt hành chính và thương mại của họ trong du lịch định hình mạnh mẽ cách thức dàn dựng và thể hiện văn hóa tại các điểm du lịch, tiếp tục ảnh hưởng đến các hoạt động du lịch của các nhóm thiểu số. Tính chân thực của văn hóa dân tộc không được quyết định bởi nguồn tài nguyên văn hóa, bản thân các nhóm dân tộc thiểu số, mà bởi chính phủ và các doanh nghiệp. Việc thương mại hóa văn hóa dân tộc và việc sản xuất các sự kiện văn hóa và sản phẩm du lịch bị thao túng để phù hợp với lợi ích của doanh nghiệp và các nhiệm vụ chính trị. Người dân tộc thiểu số thường bị gạt ra ngoài lề hoặc chịu thiệt thòi về kinh tế và chính trị vì họ có quyền kiểm soát hạn chế đối với các nguồn lực và hoạt động du lịch của mình. Trong du lịch văn hóa dân tộc, văn hóa độc đáo là điểm thu hút chính và cũng là nguồn tài nguyên dễ bị tổn thương nhất, đòi hỏi phải có sự xem xét đặc biệt về văn hóa trong quá trình quy hoạch. Tuy nhiên, quy hoạch du lịch ở Banna theo truyền thống thường tuân theo lý lẽ kinh tế và tập trung vào các ưu đãi đầu tư, bất chấp những tác động về môi trường và văn hóa xã hội. Mặc dù các tác động môi trường ngày càng được tích hợp vào các cân nhắc quy hoạch, nhưng các vấn đề văn hóa xã hội vẫn thường bị bỏ qua. Do đó, các nhà quy hoạch nên thường xuyên tiến hành đánh giá tác động của du lịch để xác định và giảm thiểu các vấn đề, đặc biệt là các tác động văn hóa xã hội đối với các dân tộc thiểu số. Du lịch làng dân tộc có nhiều tiềm năng, nhưng cần được quy hoạch, phát triển và quản lý

cẩn thận để các mô hình văn hóa truyền thống không bị phá vỡ quá mức và người dân tộc thiểu số nhận được phần lợi ích công bằng từ du lịch.

Thực tiễn phát triển du lịch bản địa tại Việt Nam

Ngày 30/10/2024, Bộ Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã ban hành *Quyết định số 3222/QĐ-BVHTTDL* **p**hê duyệt Đề án Phát triển du lịch cộng đồng tại Việt Nam. Theo đó, Mục tiêu của Đề án là cơ bản định vị được thương hiệu du lịch cộng đồng tại Việt Nam, gắn phát triển du lịch cộng đồng với xây dựng nông thôn mới, nâng cao đời sống người dân. Đồng thời, đẩy mạnh phong trào xây dựng kinh tế nông thôn, góp phần xóa đói giảm nghèo; hỗ trợ khả năng tiếp cận các nguồn lực, dịch vụ công cho khu vực nông thôn, đặc biệt là vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi, ưu tiên các dân tộc thiểu số rất ít người. Phát triển sản phẩm, dịch vụ du lịch cộng đồng gắn liền với hoạt động phát triển các ngành công nghiệp văn hóa; gắn với trải nghiệm thực tế tại các làng nghề và giá trị văn hóa truyền thống của các dân tộc. Hình thành đặc trưng của mỗi địa phương, vùng miền; hình thành cơ chế phối hợp tăng cường quảng bá, xúc tiến thương mại, đẩy mạnh xuất khẩu các sản phẩm, dịch vụ công nghiệp văn hóa. Từng bước xây dựng và phát triển thương hiệu du lịch cộng đồng Việt Nam tham gia sâu rộng vào chuỗi sản phẩm, dịch vụ văn hóa toàn cầu. Du lịch cộng đồng trở thành một sản phẩm hoàn chỉnh, chủ đạo trong hệ thống sản phẩm của du lịch Việt Nam. Nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch cộng đồng, tiến tới phát triển du lịch bền vững; bảo tồn, đa dạng hóa ngành nghề cho cộng đồng dân cư tại chỗ, cải thiện sinh kế cho người dân, nhất là vùng có đông đồng bào dân tộc thiểu số miền núi, biên giới, ven biển và hải đảo.

Thực tiễn phát triển du lịch bản địa dựa vào cộng đồng tại Việt Nam trong những năm gần đây đã cho thấy đây là một hướng đi phù hợp với xu thế phát triển bền vững. Mô hình này được triển khai rộng rãi tại nhiều địa phương, đặc biệt là các vùng nông thôn, miền núi, nơi có điều kiện tự nhiên và bản sắc văn hóa đặc trưng. Trong đó, cộng đồng dân cư địa phương giữ vai trò trung tâm, trực tiếp tham gia vào các hoạt động du lịch như cung cấp dịch vụ lưu trú (homestay), ẩm thực truyền thống, hướng dẫn tham quan, tổ chức biểu diễn văn nghệ dân gian và sản xuất các sản phẩm thủ công mỹ nghệ phục vụ du khách.

Nhờ sự tham gia chủ động của người dân, du lịch cộng đồng đã tạo ra nhiều cơ hội việc làm, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn, nâng cao thu nhập và cải thiện đời sống. Bên cạnh đó, việc phát triển du lịch còn thúc đẩy đầu tư cơ sở hạ tầng như đường giao thông, hệ thống điện, nước sạch và các công trình vệ sinh, từ đó nâng cao chất lượng sống của cộng đồng. Một điểm tích cực nổi bật là thông qua hoạt động du lịch, các giá trị văn hóa truyền thống như kiến trúc nhà ở, trang phục, phong tục tập quán, lễ hội và các làn điệu dân ca được bảo tồn và phát huy. Người dân ngày càng nhận thức rõ hơn về vai trò của việc giữ gìn bản sắc văn hóa và môi trường sống để thu hút khách du lịch.

Tuy nhiên, thực tiễn cũng cho thấy mô hình này vẫn còn tồn tại không ít hạn chế. Trước hết, việc phát triển du lịch ở nhiều nơi còn mang tính tự phát, thiếu quy hoạch tổng thể và định hướng dài hạn, dẫn đến tình trạng xây dựng không phù hợp, làm ảnh hưởng đến cảnh quan và bản sắc truyền thống. Một số hộ dân chạy theo lợi ích kinh tế trước mắt, cải tạo nhà cửa theo hướng hiện đại hóa quá mức, làm mất đi nét đặc trưng vốn có của địa phương. Ngoài ra, sự gia tăng nhanh chóng của lượng khách du lịch cũng gây áp lực lên môi trường, đặc biệt là vấn đề rác thải, nước thải và ô nhiễm không khí.

Bên cạnh đó, trình độ chuyên môn, kỹ năng phục vụ và ngoại ngữ của người dân còn hạn chế, ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ và trải nghiệm của du khách, đặc biệt là khách quốc tế. Hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch ở nhiều địa phương chưa được đầu tư bài bản, còn phụ thuộc nhiều vào các công ty du lịch trung gian. Đồng thời, việc phân chia lợi ích trong cộng đồng đôi khi chưa công bằng, có sự chênh lệch giữa các hộ tham gia và không tham gia du lịch, dễ dẫn đến mâu thuẫn nội bộ.

Để phát triển du lịch bản địa dựa vào cộng đồng một cách bền vững, cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa cộng đồng địa phương, chính quyền và doanh nghiệp. Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ về vốn, đào tạo kỹ năng, quy hoạch và quản lý phát triển du lịch. Người dân cần nâng

cao nhận thức, chủ động học hỏi và giữ gìn bản sắc văn hóa. Doanh nghiệp đóng vai trò kết nối thị trường, xây dựng sản phẩm và quảng bá hình ảnh. Khi các bên cùng tham gia và phối hợp hiệu quả, du lịch cộng đồng tại Việt Nam sẽ phát huy tối đa tiềm năng, vừa mang lại lợi ích kinh tế, vừa bảo tồn giá trị văn hóa và bảo vệ môi trường.

Bài học kinh nghiệm cho phát triển du lịch bản địa tại Việt Nam

Từ những kết quả nghiên cứu về du lịch bản địa tại Trung Quốc, một số hàm ý quản trị quan trọng có thể được rút ra cho việc phát triển du lịch bản địa ở Việt Nam.

Trước hết, việc xây dựng cơ chế quản trị đa bên là cần thiết nhằm đảm bảo sự tham gia của các bên liên quan chính bao gồm chính quyền, doanh nghiệp du lịch, cộng đồng địa phương và du khách. Nghiên cứu cho thấy các nhóm tác nhân này thường có lợi ích và mục tiêu khác nhau, dẫn đến những căng thẳng trong quá trình phát triển du lịch, do đó việc thiết lập các cơ chế phối hợp và tham vấn trong quản lý điểm đến là điều quan trọng để cân bằng lợi ích giữa các bên.

Bên cạnh đó, trao quyền cho cộng đồng địa phương cần được xem là yếu tố trung tâm trong phát triển du lịch bản địa. Trong nhiều trường hợp, cộng đồng dân tộc thiểu số thường không có đủ nguồn lực, kiến thức và quyền kiểm soát để tham gia vào quá trình ra quyết định trong phát triển du lịch. Vì vậy, chính quyền và các tổ chức liên quan cần thúc đẩy các hình thức quản trị dựa vào cộng đồng thông qua việc hỗ trợ đào tạo kỹ năng quản lý du lịch, kinh doanh dịch vụ và bảo tồn văn hóa, đồng thời tạo điều kiện để người dân địa phương tham gia trực tiếp vào việc quản lý tài nguyên du lịch và phân chia lợi ích từ hoạt động du lịch.

Ngoài ra, phát triển du lịch bản địa cần chú trọng cân bằng giữa mục tiêu phát triển kinh tế và bảo tồn văn hóa. Du lịch có thể mang lại nguồn thu nhập và cơ hội việc làm đáng kể cho cộng đồng, tuy nhiên nếu thiếu sự quản lý phù hợp, các giá trị văn hóa truyền thống có thể bị thương mại hóa hoặc biến đổi để phục vụ nhu cầu của khách du lịch. Do đó, việc xây dựng các quy định và hướng dẫn nhằm bảo vệ các yếu tố văn hóa cốt lõi, đồng thời khuyến khích các hình thức trải nghiệm văn hóa chân thực do chính cộng đồng địa phương dẫn dắt, sẽ góp phần duy trì tính bền vững của điểm đến.

Cuối cùng, việc nâng cao năng lực cho cộng đồng địa phương và phát triển các sản phẩm du lịch dựa trên tài nguyên văn hóa bản địa là yếu tố then chốt để tăng cường tính bền vững của du lịch bản địa. Các chương trình đào tạo, hỗ trợ tài chính và xây dựng mạng lưới liên kết giữa cộng đồng, doanh nghiệp và chính quyền có thể giúp người dân địa phương tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị du lịch. Khi cộng đồng nhận được lợi ích kinh tế rõ ràng từ hoạt động du lịch, họ sẽ có động lực mạnh mẽ hơn trong việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, qua đó góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương một cách bền vững.

Tài liệu tham khảo:

Corbin, J. & Strauss, A. (2008). Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Craig, G., & Mayo, M. (Eds.). (1995). Community Empowerment: A Reader in Participation and Development. Zed Books.

Eng, L. (1998). Historical contingency and commercialisation in Xishuangbanna, China. Journal of economic and social geography, 89, 446-458.

Han, G., Wu, P., Huang, Y., & Yang, Z. (2014). Tourism development and the disempowerment of host residents: Types and formative mechanisms. Tourism Geographies, 16(5), 717-740. https://doi.org/10.1080/14616688.2014.957718

Hitchcock, M. (1999). Tourism and ethnicity: Situal perspectives. International journal of tourism research, 1, 17-32

Labuschagne, A. (2003). Qualitative research: Airy fairy or fundamental? The Qualitative Report,8(1), Article 7. Retrieved 5 January 2009, from http://www.nova.edu/ssss/QR/QR8-1/labuschagne.html.

Li, J. (2004). Molding Dai-ness on China's periphery: Ethnic tourism and the politics of identity construction in contemporary XishuangBanna. Unpublished Phd dissertation, University of Pennsylvania.

Lo, K., Li, J., Wang, M., Li, C., Li, S., & Li, Y. (2019). A comparative analysis of participating and non-participating households in pro-poor tourism in Southern Shaanxi. Tourism Planning & Development, 16(3), 318-333. https://doi.org/10.1080/21568316.2018.1490340

MacCannell, D. (1984). Reconsstructed ethnicity: tourism and cultural identity in third world communities. Annals of tourism research, 11, 375-391.

Park, E., & Kim, S. (2016). The potential of Cittaslow for sustainable tourism development: Enhancing local community's empowerment. Tourism Planning & Development, 13(3), 351-369. https://doi.org/10.1080/21568316.2015.1114015

Jacson, J. (2006). Developing regional tourism in China: The potential for activating business clusters in a socialist market economy. Tourism management, 27, 695-706.

Jacobsen, C., & Cohen, A. (1986). The power of social collectivities: Towards an integrative conceptualization and operationalization. The British Journal of Sociology, 37(1), 106-121. https://doi.org/10.2307/591054

O'Hara, C., & Clement, F. (2018). Power as agency: A critical reflection on the measurement of women's empowerment in the development sector. World Development, 106, 111-123. https:// doi.org/10.1016/j.worlddev.2018.02.002

Sofield, T. (Ed.). (2003). Empowerment for sustainable tourism development.

Perg amon

Scheyvens, R. (2002). Tourism for development: Empowering communities. Pearson Education.

Su, M. M., Wall, G., Ma, J., Notarianni, M., & Wang, S. (2020). Empowerment of women through cultural tourism: Perspectives of Hui minority embroiderers in Ningxia, China. Journal of Sustainable Tourism, (online first), 1-22.

Sofield, T. (Ed.). (2003). Empowerment for sustainable tourism development. Pergamon.

Van den Berghe, P. (1992). Tourism and the ethnic division of labor. Annals tourism research, 19, 234-249.

Van den Berghe, P., & Keyes, C. (1984). Introduction: tourism and re-created ethnicity. Annals of tourism research, 11, 343 - 352.

Wall, G., & Xie, P. F. (2005). Authenticating ethnic tourism: Li dancers' perspectives. Asia pacific journal of tourism research, 10, 1-21.

Wood, R. (1984). Ethnic touris, the state, and cultural change in Southeast Asia. Annals of tourism research, 11,353-374.

Xie, P. (2003). The Bamboo - beating dance in Hainan, China: Authenticity and commodification. Journal of sustainable tourism, 11, 5-16.

Xu, H., Zhang, C., & Lew, A. A. (2014). Tourism geography research in China: Institutional perspectives on community tourism development. Tourism Geographies, 16(5), 711-716. https:// doi.org/10.1080/14616688.2014.963663

Yang, L. (2007). Planning for ethnic tourism: Case studies from Xishuangbanna, Yunnan, China. PhD dissertation, University of Waterloo, Waterloo, Ontario.

Yang, L., & Wall, G. Ethnic tourism: A framework and an application. Tourism management, 30, 559-570.