

Ủng hộ phát triển du lịch bản địa ở Tây Nguyên: Sự khác nhau nhìn từ các cộng đồng dân tộc thiểu số điển hình

Nguyễn Thị Thanh Kiều*

*Trường Đại học Đà Lạt, 1 Phù Đồng Thiên Vương,
phường Lâm Viên - Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng, Việt Nam*

Ngày nhận bài 30/1/2026; ngày chuyển phản biện 3/2/2026;

ngày nhận phản biện 27/2/2026; ngày chấp nhận đăng 6/3/2026

Tóm tắt:

Hiểu biết về tính đa dạng của cộng đồng địa phương là yếu tố then chốt để đạt được sự ủng hộ đối với phát triển du lịch. Dựa trên kết quả phỏng vấn 31 người dân bản địa tại bốn điểm nghiên cứu gồm Kon Kơ Tu, Buôn Đôn, Lắc và Lạc Dương (khu vực Tây Nguyên trước sáp nhập), nghiên cứu cho thấy đa số đáp viên ủng hộ phát triển du lịch bản địa; tuy nhiên, mức độ ủng hộ và thái độ khác nhau giữa các nhóm cộng đồng do sự khác biệt về các yếu tố tâm lý - xã hội và mức độ tham gia du lịch. Mặc dù tất cả các cộng đồng đều ghi nhận lợi ích kinh tế từ du lịch, nhưng cộng đồng có vốn văn hóa và vốn xã hội cao hơn như Lắc và Lạc Dương, có xu hướng tham gia tích cực hơn vào quá trình ra quyết định thay vì chỉ cung ứng sản phẩm, dịch vụ du lịch. Kết quả cũng cho thấy mức độ tham gia càng cao thì sự ủng hộ du lịch càng mạnh mẽ. Từ đó, bài báo đề xuất một số hàm ý quản lý cho chính quyền địa phương và doanh nghiệp du lịch nhằm đáp ứng tốt hơn lợi ích của cộng đồng mục tiêu, góp phần nâng cao sự ủng hộ và hiệu quả của phát triển du lịch bản địa.

Từ khóa: cộng đồng địa phương, du lịch bản địa, Tây Nguyên, ủng hộ của cộng đồng.

Chỉ số phân loại: 5.4, 5.13

Community support for ethnic tourism in the Central Highlands: Different views from distinct ethnic groups

Thi Thanh Kieu Nguyen*

*Dalat University, 1 Phu Dong Thien Vuong Street,
Lam Vien - Da Lat Ward, Lam Dong Province, Vietnam*

Received 30 January 2026; revised 27 February 2026; accepted 6 March 2026

*Email: Kieuntt@dlu.edu.vn

Abstract:

Understanding that community is heterogeneous is critical to ensuring local support for ethnic tourism. Thirty-one semi-structured interviews were conducted with ethnic villagers in four study sites: Kon Ko Tu, Buon Don, Lak, and Lac Duong of the Central Highlands (before the administrative merger), Vietnam. The current study found that most participants support ethnic tourism in the Central Highlands, but the level of support and attitudes differ across the four communities as a result of their existing socio-psychological factors and different participation levels in tourism. All communities acknowledge the economic returns from tourism participation. However, higher levels of cultural and social capital make certain communities (i.e., Lak and Lac Duong) more interested in actively participating in the decision-making process, rather than only participating in tourism activities. The higher the level of participation in tourism is, the more strongly villagers support ethnic tourism. Implications for local policymakers or tourism practitioners are discussed to address the best interests of the targeted communities, thereby achieving greater support and better outcomes for ethnic tourism development.

Keywords: community support, ethnic tourism, local community, the Central Highlands.

Classification numbers: 5.4, 5.13

1. Mở đầu

Sự ủng hộ phát triển du lịch của cộng đồng địa phương (CĐDP) là vấn đề trọng tâm trong du lịch bền vững ở các nước đang phát triển [1, 2]. Để khai thác, phát triển du lịch bản địa, ngoài điểm cốt lõi là cộng đồng dân tộc thiểu số (DTTS) bản địa và bản sắc văn hóa độc đáo [3], điều quan trọng nữa là sự ủng hộ của họ. Trên thực tế để đạt được sự ủng hộ này là không hề đơn giản vì các nhóm DTTS thường bị cách biệt về địa lý, hạn chế trong tiếp cận thị trường [4], hạn chế quyền kiểm soát tài nguyên du lịch [5], trình độ học vấn thấp và nhận thức về du lịch còn nhiều hạn hẹp [6].

Những công trình trước đây nghiên cứu sự ủng hộ của người dân đối với du lịch thông qua nhận thức của họ về phát triển du lịch [1, 7, 8], cảm nhận về chi phí và lợi ích của du lịch hoặc tính gắn kết đối với địa phương [2]. Sự tương tác với du khách cũng ảnh hưởng đến nhận thức của người dân về tác động của du lịch [9] và thái độ của họ đối với phát triển du lịch [10]. Rõ ràng đặc điểm của cộng đồng là không đồng nhất, mỗi nhóm/cá nhân trong cộng đồng sẽ có những mối quan tâm khác nhau khi tham gia du lịch [11] và thái độ khác nhau đối với phát triển du lịch. Điều này dẫn đến khoảng trống nghiên cứu về sự khác biệt trong ủng hộ du lịch giữa các cộng đồng khác nhau.

Theo L. Yang và cs (2009) [5], du lịch bản địa (ethnic tourism) hay còn được gọi là du lịch gắn với đồng bào dân tộc thiểu số (DTTS) là loại hình du lịch mà đồng bào DTTS hoặc người dân bản địa tham gia trực tiếp vào hoạt động du lịch, đặc trưng văn hóa độc đáo vốn có của họ chính là yếu tố cốt lõi thu hút du khách. Theo ASEAN (2022) [12], “du lịch cộng đồng (community-based tourism) là hoạt động du lịch do cộng đồng sở hữu và điều hành, được quản lý hoặc điều phối ở cấp cộng đồng, góp phần vào sự thịnh vượng của cộng đồng thông qua việc hỗ trợ sinh kế bền vững, bảo vệ truyền thống văn hóa - xã hội có giá trị và các nguồn tài nguyên di sản thiên nhiên và văn hóa”. Tuy nhiên, tại Việt Nam, một số nghiên cứu về du lịch cộng đồng vẫn đang dùng chung thuật ngữ với du lịch bản địa [13]. Trong phạm vi nghiên cứu này, tác giả muốn nhấn mạnh về du lịch bản địa (ethnic tourism) - đây là loại hình du lịch mà cộng đồng tham gia là nhóm đồng bào DTTS bản địa. Loại hình du lịch này gồm ba thành phần chính: (1) văn hóa độc đáo của DTTS bản địa, (2) sự tương tác giữa người dân và du khách, (3) cảnh quan tự nhiên địa phương [5, 14].

Tây Nguyên là vùng đất nổi tiếng với tài nguyên thiên nhiên hoang sơ và bản sắc văn hóa độc đáo của các DTTS bản địa. Không gian văn hóa cộng chiêng được UNESCO công nhận là Kiệt tác di sản văn hóa phi vật thể và truyền khẩu của nhân loại năm 2005 góp phần khẳng định nét văn hóa đặc sắc của vùng so với các vùng khác ở Việt Nam. Tuy nhiên, đời sống kinh tế - xã hội nơi đây còn nhiều khó khăn. Tây Nguyên là vùng có tỷ lệ hộ nghèo cao thứ hai cả nước, ở mức 11,4%, cao hơn tỷ lệ hộ nghèo cả nước 2,6 lần [15]. Do đó, khuyến khích sự tham gia và ủng hộ của CĐDP trong phát triển du lịch gắn với đồng bào DTTS là hết sức cần thiết. Loại hình du lịch này bắt nguồn từ văn hóa bản địa độc đáo, góp phần bảo tồn văn hóa tộc người, đồng thời tạo cơ hội việc làm cho người dân địa phương, góp phần xóa đói giảm nghèo [5, 16]. Hơn nữa, phát triển văn hóa các tộc người thiểu số ở Việt Nam hiện nay là một trong những nội dung quan trọng trong chiến lược phát triển của đất nước nói chung và phát triển du lịch nói riêng [17].

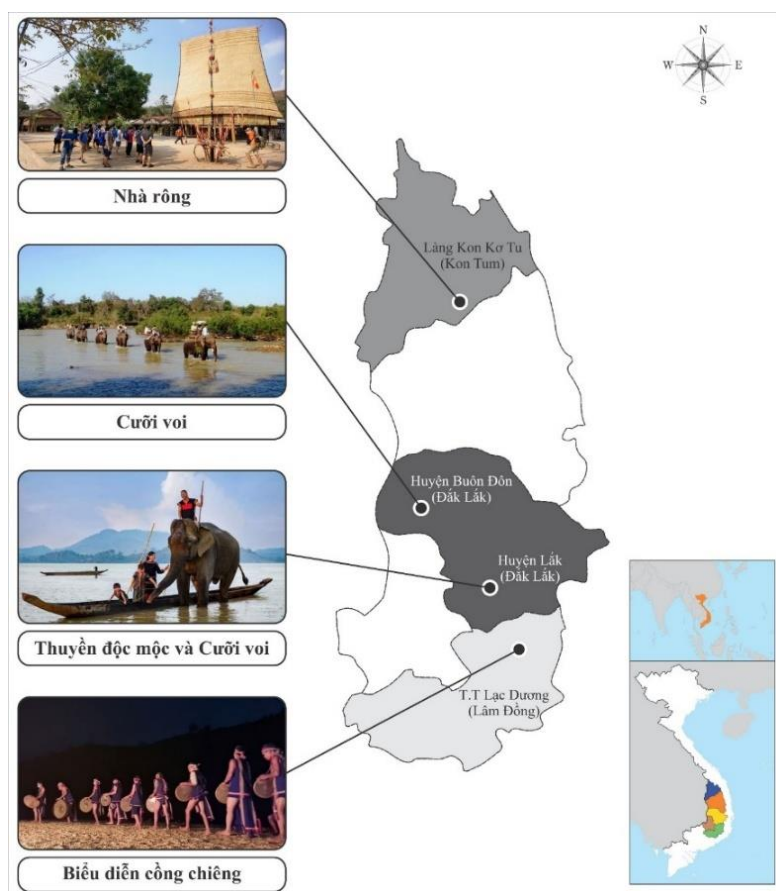
Bài báo này nghiên cứu sự ủng hộ phát triển du lịch bản địa của bốn nhóm dân tộc điển hình ở Kon Kơ Tu, Buôn Đôn, Lắc và Lạc Dương thuộc khu vực Tây Nguyên. Bên cạnh một số điểm tương đồng của vùng văn hóa Tây Nguyên thì bốn địa bàn nghiên cứu này có những nét đặc trưng riêng. Mỗi cộng đồng DTTS ở mỗi điểm có vốn xã hội khác nhau, ngôn ngữ, truyền thống trang phục, ẩm thực và đời sống tín ngưỡng (vốn văn hóa) khác nhau. Bài viết này nhằm mục đích khám phá: (1) các khía cạnh của sự ủng hộ và hình thức tham gia du lịch bản địa thông qua trải nghiệm của các hộ dân tại Kon Kơ Tu, Buôn Đôn, Lắc và Lạc Dương, (2) sự khác nhau trong ủng hộ phát triển du lịch bản địa giữa bốn nhóm cộng đồng DTTS điển hình ở những nơi đây.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Địa bàn nghiên cứu

Tây Nguyên nằm ở phía Tây Nam Việt Nam gồm năm tỉnh trước sáp nhập: Gia Lai, Kon Tum, Đắk Lắk, Đắk Nông và Lâm Đồng. Vùng đất này nổi tiếng là nơi hội tụ cư dân của hàng chục DTTS khác nhau [4]. Nói tới Tây Nguyên, người ta thường nghĩ ngay đến rừng, voi và chiếc gùi bởi nó gắn bó với đời sống thường nhật của người dân và mang một biểu tượng tinh thần của các dân tộc bản địa. Theo báo cáo Dự án giảm nghèo khu vực Tây Nguyên của Ngân hàng Thế giới [15], người DTTS ở Tây Nguyên chiếm 50% trong tổng số người nghèo của cả nước. Gần 74% người DTTS có mức sống dưới ngưỡng nghèo, tỷ lệ trẻ em còi cọc và ốm yếu ở mức cao nhất cả nước. Do đó, việc nghiên cứu phát triển du lịch bản địa ở Tây Nguyên là một trong những hướng đi góp phần bảo tồn văn hóa đặc sắc của các nhóm DTTS bản địa, cải thiện sinh kế cho cộng đồng nơi đây và phát triển bền vững vùng.

Khu vực Tây Nguyên cách thủ đô Hà Nội chưa đầy một giờ bay hoặc chỉ nửa giờ bay, tám giờ đi xe ô tô từ thành phố Hồ Chí Minh. Bốn điểm tập trung bốn nhóm DTTS điển hình gồm Bana, Ê Đê, K'Ho và M'nông thuộc ba trong số năm tỉnh Tây Nguyên được chọn làm địa bàn nghiên cứu (hình 1). Mỗi địa bàn sở hữu tài nguyên và nét văn hóa nổi bật trong việc phát triển du lịch bản địa (bảng 1).



Hình 1. Địa bàn nghiên cứu.

Bảng 1. Mô tả sơ lược địa bàn nghiên cứu (trước sáp nhập 1/7/2025).

Địa bàn	Vị trí	Dân số (2022)	Tỷ lệ % đồng bào DTTS	Dân tộc điển hình	Biểu tượng du lịch	Hoạt động du lịch phổ biến						
						Homestay	Biểu diễn công chiêng	Nhà cộng đồng (nhà rông, nhà dài)	Điều khắc, tạc tượng	Sản phẩm thủ công mỹ nghệ	Âm thực truyền thống	Tour
Kon Kơ Tu	Cách thành phố Kon Tum 14km, thuộc tỉnh Kon Tum cũ.	144 hộ với 760 nhân khẩu	96%	Bana	Nhà rông và cảnh quan buôn làng	X	X	X	X	X	X	X
Buôn Đôn	Cách thành phố Buôn Ma Thuột 40km, thuộc tỉnh Đắk Lắk cũ.	17.700 hộ với 64.490 nhân khẩu	47,4%	Ê Đê	Cưỡi voi		X				X	X
Lắk	Cách thành phố Buôn Ma Thuột 60km, thuộc tỉnh Đắk Lắk cũ.	19.284 hộ với 78.254 nhân khẩu	63%	M'Nông	Thuyền độc mộc và cưỡi voi	X	X	X			X	X
Lạc Dương	Cách thành phố Đà Lạt 12 km, thuộc tỉnh Lâm Đồng cũ.	3.157 hộ với 12.434 nhân khẩu	71%	K'Ho	Biểu diễn công chiêng		X	X		X	X	X

Nguồn: Tác giả tổng hợp.

2.2. Thu thập dữ liệu

Phương pháp nghiên cứu định tính được sử dụng để khám phá sự khác biệt trong ủng hộ phát triển du lịch bản địa giữa bốn nhóm DTTS ở Tây Nguyên. Bốn nhóm cộng đồng này đại diện cho tính đa dạng về dân cư dân tộc của vùng (bảng 1). Trước khi tiến hành khảo sát thực địa, tác giả đã chủ động liên hệ với đại diện từng điểm nghiên cứu để thu thập thông tin sơ lược về địa bàn. Vì nằm ngoài bối cảnh văn hóa địa phương nên trước khi tiến hành phỏng vấn chính thức, tác giả đã dành 2-5 ngày ở mỗi điểm nghiên cứu để tham quan, tìm hiểu về CĐDP. Việc làm này giúp tác giả hiểu thêm bối cảnh văn hóa, thông tin xã hội và đời sống hàng ngày của CĐDP, từ đó có cái nhìn toàn diện về

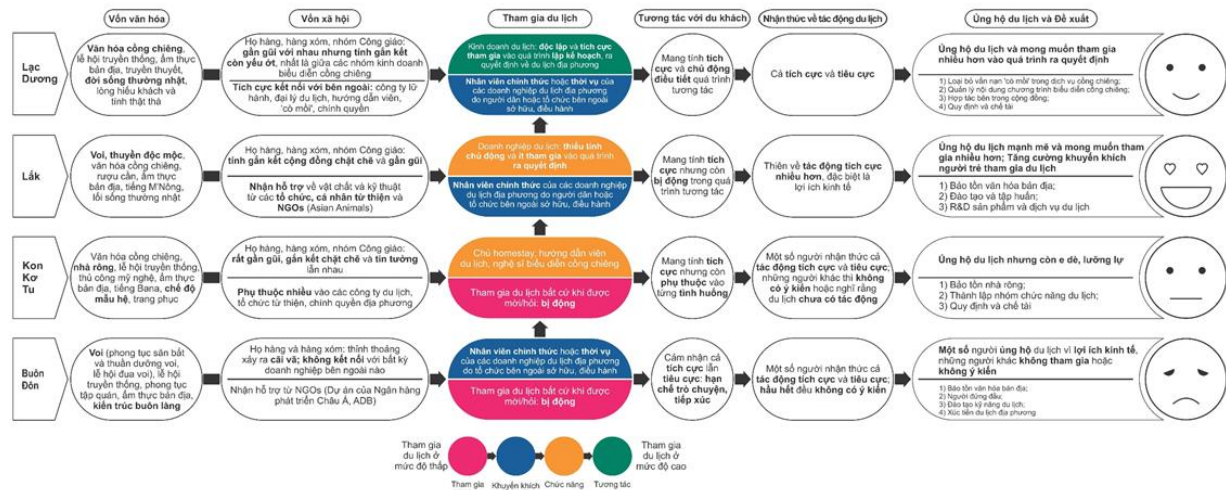
địa bàn nghiên cứu [18]. Sau giai đoạn làm quen và quan sát ban đầu, tác giả tiếp tục lưu lại khoảng 5-7 ngày tại mỗi điểm để tiến hành phỏng vấn và trao đổi trực tiếp với người dân địa phương.

Tác giả thu thập dữ liệu thông qua phỏng vấn trực tiếp từ tháng 12/2020 đến tháng 3/2021. Tổng cộng có 31 cuộc phỏng vấn bán cấu trúc được thực hiện bằng tiếng Kinh với những người dân bản địa có tham gia (trực tiếp/gián tiếp) hoặc không tham gia cung ứng dịch vụ. Để đảm bảo tính đại diện và khách quan, tác giả kết hợp phương pháp chọn mẫu thuận tiện và mạng lưới (“ném tuyết”), ưu tiên những cá nhân có sức ảnh hưởng (già làng, chủ homestay, nghệ nhân) và những người trẻ đang khởi nghiệp du lịch. Độ tuổi của người tham gia phỏng vấn dao động từ 24-79 tuổi; nam chiếm 55% và nữ chiếm 45%. Trình độ học vấn của họ trải dài từ bậc tiểu học đến đại học.

Mỗi cuộc phỏng vấn kéo dài 26-90 phút, tập trung vào 07 trụ cột lý thuyết: (1) Vốn văn hóa; (2) Vốn xã hội (bao gồm gắn kết nội bộ và kết nối bên ngoài); (3) Mức độ sẵn sàng tham gia; (4) Chất lượng tương tác chủ - khách; (5) Nhận thức về tác động đa chiều của du lịch; (6) Thái độ ủng hộ; và (7) Các kiến nghị tự thân của cộng đồng. Tất cả phần trả lời đều được ghi âm và ghi chép lại trong quá trình phỏng vấn. Phỏng vấn dừng lại khi đạt được trạng thái “bão hòa dữ liệu” - thời điểm các phản hồi mới bắt đầu lặp lại và không xuất hiện thêm các chiều kích thông tin mới. Sau đó, tất cả bản ghi âm được gỡ băng hay còn gọi là phiên âm dữ liệu để đưa vào phân tích ở bước tiếp theo.

2.3. Phân tích dữ liệu

Toàn bộ các cuộc phỏng vấn đều được phiên âm nguyên văn. Bản phiên âm được đọc đi đọc lại để khám phá cảm nhận chung về dữ liệu [19]. Tác giả áp dụng phương pháp phân tích nội dung để bóc tách các từ khóa và chủ đề cốt lõi. Sau đó, kỹ thuật so sánh chéo được sử dụng để nhận diện các điểm tương đồng và khác biệt giữa bốn nhóm cộng đồng. Quá trình diễn giải dữ liệu còn được đối soát với các ghi chép thực địa và quan sát tham dự trong tổng thời gian tác giả lưu trú 7-12 ngày tại mỗi điểm nghiên cứu, nhằm đảm bảo các nhận định đưa ra phản ánh đúng thực tiễn của đời sống bản địa.



Hình 2. Sự khác nhau trong ứng hộ phát triển du lịch bản địa giữa 4 nhóm DTTS điển hình ở Tây Nguyên. Nguồn: Tác giả tổng hợp.

Chú thích	
	Thái độ ủng hộ du lịch
	Thái độ nhiệt tình, ủng hộ du lịch mạnh mẽ
	Thái độ phân vân, lưỡng lự
	Ít hoặc không ủng hộ du lịch

3. Kết quả

3.1. Kon Kơ Tu

Người dân tham gia phỏng vấn ở Kon Kơ Tu tự hào rằng, dân tộc Bana đã góp phần tạo nên đặc trưng “văn hóa núi rừng” của vùng Tây Nguyên. Đặc trưng văn hóa ấy bao gồm không gian văn hóa cồng chiêng, nhà rông, lễ hội truyền thống (đâm trâu, mừng lúa mới), phong tục tập quán và nghi lễ, thủ công mỹ nghệ và ẩm thực bản địa (rượu cần, cơm lam, gà nướng). Đáp viên nhấn mạnh thêm “tiếng Bana”, “truyền thống mẫu hệ” và “trang phục” cũng là những thành tố văn hóa đặc sắc của dân tộc họ.

Về vốn xã hội, người dân ở Kon Kơ Tu có tính gắn kết cao. Trong cộng đồng có sự kết nối chặt chẽ và tin tưởng lẫn nhau vì “*anh chị em, họ hàng của tôi đều ở trong làng*” (KT02) và phần lớn cộng đồng dân cư là người Công giáo nên “*chúng tôi tin tưởng lẫn nhau, không nói xấu hay có những suy nghĩ tiêu cực về nhau*” (KT02). Trong làng chỉ có duy nhất một hộ gia đình trước đây từng ký hợp đồng với công ty du lịch. Và gần đây, Kon Kơ Tu bắt đầu triển khai dự án làng du lịch cộng đồng do chính quyền địa phương quản lý.

Lĩnh vực du lịch ở Kon Kơ Tu còn mới mẻ. Người dân tham gia du lịch địa phương chủ yếu bằng cách cung cấp sản phẩm, dịch vụ du lịch gồm thủ công mỹ nghệ (dệt thổ cẩm, đan lát và tạc tượng gỗ), biểu diễn cồng chiêng, hướng dẫn du lịch, phục vụ ăn uống và lưu trú (homestay). Đáng chú ý, người dân ở đây chỉ phục vụ khách khi

có đặt trước, điều này cho thấy mức độ tham gia thụ động vào du lịch. Ví dụ, một đáp viên chia sẻ: *“Tôi là nông dân. Thỉnh thoảng tôi tham gia vào đội công chiêng khi khách đặt show. Thu nhập từ việc biểu diễn công chiêng chỉ chiếm một phần rất nhỏ trong thu nhập của gia đình tôi”* (KT02).

Dù kinh doanh homestay nhưng nhiều hộ gia đình ở Kon Kơ Tu chủ yếu dựa vào nghề nông để sinh kế. Chẳng hạn, một chủ homestay chia sẻ: *“Tôi chỉ mở homestay, quán cà phê khi có khách đặt chỗ trước. Còn không thì đóng cửa đi làm rẫy”* (KT07). Tương ứng với mức tham gia thụ động vào du lịch, những người tham gia phỏng vấn ở Kon Kơ Tu hầu như không có ý kiến về tác động của du lịch. Vì du lịch còn mới mẻ cho nên đa số đáp viên cảm thấy tích cực khi trò chuyện, tương tác với du khách mặc dù còn nhút nhát. Một nam nghệ sĩ công chiêng chia sẻ: *“Tôi thích tham gia đội công chiêng và biểu diễn công chiêng cho du khách. Tôi thích gặp du khách”* (KT08).

Kết quả cho thấy, đa số người dân tham gia phỏng vấn ở Kon Kơ Tu bày tỏ thái độ ủng hộ đối với du lịch bản địa. Tuy nhiên, thái độ của họ còn yếu và lưỡng lự. Chẳng hạn, họ thường ám chỉ *“nếu có cơ hội”* (KT08). Sự ủng hộ của người dân bắt nguồn từ nhận thức ban đầu của họ về lợi ích và cơ hội việc làm trong lĩnh vực du lịch. Vì vậy, họ đề nghị bảo tồn kiến trúc nhà rông, thành lập các nhóm chức năng du lịch trong cộng đồng và ban hành các quy tắc hoặc quy định để bảo tồn văn hóa truyền thống của họ.

3.2. Buôn Đôn

Văn hóa của Buôn Đôn gắn liền với voi. Một người dân trong làng chia sẻ: *“Đối với tôi, văn hóa độc đáo của dân tộc tôi bao gồm cưỡi voi, lễ hội đua voi và rượu cần. Nhắc đến huyện Buôn Đôn người ta nghĩ ngay đến voi”* (BD04). Tuy nhiên, nhìn chung những người tham gia phỏng vấn ở Buôn Đôn thiếu niềm tự hào văn hóa dân tộc. Ví dụ, một cô gái trẻ người Ê Đê (BD05) nói: *“Thành thật mà nói, tôi chẳng thấy yếu tố văn hóa địa phương nào để giới thiệu cho du khách cả”*.

Sự gắn kết trong cộng đồng ở đây yếu nhất trong số bốn địa bàn nghiên cứu. Theo đáp viên, mặc dù sống hòa thuận trong làng nhưng thỉnh thoảng vẫn xảy ra *“cãi vã”*, *“tranh chấp”* (BD02). Buôn Đôn từng nhận được hỗ trợ tài chính từ Ngân hàng Phát triển Châu Á năm 2019, nhưng không hợp tác, liên kết với bất kỳ tổ chức bên ngoài nào để phát triển du lịch. Thay vào đó, người dân cho phép các công ty tư nhân vào khai thác và kiểm soát tài nguyên du lịch.

Ở Buôn Đôn, người dân tham gia du lịch bản địa ở mức độ thụ động và khuyến khích vật chất. Không có hộ nào tự kinh doanh du lịch. Khu du lịch Buôn Đôn do công ty bên ngoài điều hành. Theo kết quả phỏng vấn thu được, những người biết đánh chiêng ở địa phương tập hợp ngẫu nhiên thành đội để phục vụ du khách mỗi khi được đặt trước. Người dân đôi khi tham dự cuộc họp do chính quyền địa phương tổ chức nhưng dường như phía chính quyền không mấy quan tâm đến phát biểu của người dân. Một đáp viên

khác tiết lộ thêm: “Tôi không quan tâm và cũng không biết hoạt động du lịch địa phương. Tôi không có ý kiến gì cả” (BD02). Mặc dù sở hữu voi nhưng một số hộ dân ở đây cho các khu điểm du lịch thuê voi, sau đó họ quay lại làm thuê cho các khu điểm/công ty này với vai trò là quản tượng. Chẳng hạn, một quản tượng người Ê Đê nói: “Tôi có một con voi và ký hợp đồng với điểm du lịch về việc cung cấp dịch vụ cưỡi voi. Nghề quản tượng là nguồn thu nhập chính của gia đình tôi. Thu nhập hộ gia đình của chúng tôi là hơn 10 triệu đồng/tháng” (BD04).

Vì ít trò chuyện, tương tác với khách du lịch nên người dân ở Buôn Đôn cảm thấy sự tương tác của họ với du khách hời hợt, mang tính thương mại. Ví dụ: “Sự tương tác giữa người dân địa phương ở đây và khách du lịch giống như mối quan hệ trao đổi giữa người bán và người mua; chỉ mang tính chất thương mại mà thôi” (BD08).

Giống Kon Kơ Tu, phần lớn người dân ở Buôn Đôn không biết gì về tác động của du lịch, ngoài ba đáp viên nhận thấy tác động tích cực lẫn tiêu cực. Tác động tích cực duy nhất là về mặt kinh tế, nhưng lợi ích đó chỉ dành cho một bộ phận nhỏ CĐDP. Chẳng hạn: “những ai trong làng tham gia đội công chiêng có cơ hội kiếm thêm tiền” (BD07). Những người tham gia phỏng vấn bày tỏ thái độ khác nhau đối với du lịch. Một nhóm do dự tham gia du lịch địa phương bởi các nguyên nhân chủ quan như hạn chế tài chính hoặc năng lực: “... tùy khả năng của mình” (BD06) và nguyên nhân khách quan như: “... lũ lụt vào mùa mưa” (BD05). Nhóm khác có xu hướng ủng hộ du lịch vì lợi ích vật chất. Một đáp viên chia sẻ: “Tôi ủng hộ phát triển du lịch bản địa. Nhờ du lịch, người dân trong làng bán nông sản, đồ lưu niệm để có thêm tiền” (BD07).

Để phát triển du lịch ở Buôn Đôn, một số đáp viên đề xuất cần có người đứng đầu dự án du lịch, tăng cường đào tạo du lịch và quảng bá hình ảnh du lịch địa phương.

3.3. LẮK

Người dân ở LẮK vui vẻ chia sẻ văn hóa bản địa gắn liền với thuyền độc mộc và voi. Một đáp viên người M'ông (LK02) nhấn mạnh: “Voi và rừng là biểu tượng của Tây Nguyên. Nếu không còn voi và rừng thì Tây Nguyên sẽ không còn”. So với Buôn Đôn, mối quan hệ cộng đồng ở LẮK bền chặt hơn. Một đáp viên khác (LK06) chia sẻ: “Bất cứ khi nào họ [hàng xóm, bà con] nhờ tôi, tôi đều sẵn sàng giúp đỡ, đặc biệt vào mùa làm ruộng, thu hoạch hoặc các sự kiện quan trọng (như xây nhà, cưới hỏi, ma chay)”.

Ở LẮK, 3/4 số người tham gia phỏng vấn là nhân viên của các doanh nghiệp du lịch địa phương. Một số hộ gia đình sở hữu doanh nghiệp du lịch quy mô nhỏ, bao gồm kinh doanh ăn uống, hàng lưu niệm, lễ hành, tour (ví dụ: trekking, tour tham quan buôn làng, cưỡi voi và chèo thuyền độc mộc). Những hộ gia đình này tích cực giữ gìn văn hóa bản địa và tham gia du lịch vì lợi ích kinh tế. Một chủ doanh nghiệp địa phương chia sẻ: “Tôi là chủ voi, quản tượng và cũng là hướng dẫn viên du lịch địa phương. Còn vợ tôi

thì điều hành công việc kinh doanh của gia đình (ví dụ: cửa hàng lưu niệm, quán cà phê, tour tham quan làng, tour cưỡi voi). Du lịch là nguồn thu nhập chính của gia đình chúng tôi” (LK02).

Thêm nữa, anh cũng tham gia các hội thảo của chính quyền địa phương hoặc tổ chức phi chính phủ (ví dụ: Tổ chức Động vật Châu Á - Animals Asia Foundation) để thể hiện mối quan tâm của mình, trao đổi và phát biểu ý kiến về quy hoạch phát triển du lịch địa phương. Anh nói: *“Tôi không muốn tiếp tục kinh doanh tour cưỡi voi như thế này. Tôi đã từng đề xuất với Trung tâm Bảo tồn Voi và Tổ chức Động vật Châu Á cung cấp các dịch vụ du lịch thân thiện với voi”* (LK02). Người dân ở Lắc tham gia du lịch ở mức khuyến khích vật chất và chức năng, do đó họ tỏ ra thích thú trò chuyện, tương tác với khách. Một đáp viên chia sẻ: *“Tôi cảm thấy cuộc trò chuyện, tương tác của chúng tôi hài hòa và bình đẳng”* (LK01).

Hầu hết những người tham gia phỏng vấn ở Lắc đều nhận thấy tác động tích cực của du lịch (lợi ích kinh tế) hơn là tác động tiêu cực. Một phụ nữ M’ông (LK04) cho hay: *“Tôi không nghĩ du lịch mang lại bất kỳ tác động tiêu cực nào cho buôn làng chúng tôi”*. Không giống như Kon Kơ Tu và Buôn Đôn, nhiều bạn trẻ ở Lắc tham gia vào du lịch hoặc bắt đầu khởi nghiệp với quy mô nhỏ. Đáp viên ở đây luôn ý thức và khuyến khích người trẻ tham gia nhiều hơn vào du lịch vì: *“Nó rất có lợi cho con trẻ của buôn làng và thế hệ mai sau. Hãy để người trẻ làm du lịch”* (LK05).

Nhìn chung, hầu hết những người tham gia phỏng vấn ở Lắc đều hứng thú và mong muốn tham gia du lịch; ví dụ một nam đáp viên người M’ông nói: *“Tôi rất thích tham gia du lịch”* (LK02). Tuy nhiên, người dân nơi đây chưa biết làm thế nào để tham gia du lịch ở cấp độ cao hơn. Họ cần được đào tạo và huấn luyện các kỹ năng du lịch và kỹ năng vận hành kinh doanh. Họ đề xuất việc nghiên cứu sản phẩm mới, đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ du lịch gắn với đồng bào DTTS.

3.4. Lạc Dương

Giống như các nhóm cộng đồng DTTS ở trên, người K’Ho ở Lạc Dương cho rằng không gian văn hóa công chiêng, lễ hội truyền thống và ẩm thực bản địa là một phần không thể thiếu trong vốn văn hóa của họ. Họ có niềm tự hào lớn lao về văn hóa đặc trưng của dân tộc mình như *“huyền thoại vùng cao nguyên Lang Biang. Là người con của mảnh đất này, tôi rất tự hào về kho tàng văn hóa và truyền thống mà ông bà tổ tiên để lại”* (LD06). Ngoài ra, *“sự giản dị, mộc mạc trong đời sống sinh hoạt”* (LD04) cũng góp phần tạo nên nét đẹp văn hóa của người K’Ho nơi đây.

Về vốn xã hội gắn kết, mối liên hệ giữa các doanh nghiệp du lịch địa phương còn yếu do tính cạnh tranh trong kinh doanh. Chẳng hạn, chủ điểm biểu diễn công chiêng (LD06) chia sẻ: *“Thật đáng buồn! Tôi thấy sự mất đoàn kết giữa các điểm công chiêng ở đây và họ khá tách biệt”*. Tuy nhiên, vốn xã hội bắc cầu ở Lạc Dương mạnh hơn nhiều

so với những địa bàn nghiên cứu khác. Các hộ gia đình làm du lịch tích cực kết nối với các tổ chức bên ngoài. Một chủ địa điểm công chiêng khác (LD07) cho biết: *“Doanh nghiệp của tôi hợp tác với các công ty lữ hành và tổ chức tour như Vạn Tín, Thành Đô, Happy Day, Đà Lạt Trip”*.

Sự tham gia du lịch của người dân ở Lạc Dương rất đa dạng. Nhiều người tham gia phỏng vấn hiện đang nắm giữ vị trí quản lý hoặc nhân viên cơ hữu ở các công ty du lịch. Ví dụ, một đáp viên người K’Ho cho hay: *“Tôi làm tài xế xe jeep tại khu du lịch Langbiang. Đây là công việc chính của tôi”* (LD01). Ở mức độ cao hơn, một số hộ gia đình cung cấp dịch vụ tham quan nhà dân nhằm giới thiệu văn hóa bản địa hay kinh doanh ăn uống. Một đáp viên chia sẻ: *“Tôi là chủ nhà hàng địa phương - Bon Langbiang village và cũng là nơi biểu diễn công chiêng. Chúng tôi hoạt động gần 03 năm nay, sản phẩm chính là cung cấp các món ăn truyền thống và biểu diễn công chiêng”* (LD06).

Nhiều hộ dân ở đây tích cực kết nối, thương lượng với các công ty du lịch, hướng dẫn viên du lịch và “cò mồi” để tối đa hóa lượng khách đến. Họ tự liên hệ và hợp tác với các công ty trong và ngoài nước để mở rộng truyền thông qua mạng xã hội. So với các địa bàn DTTS khác, người K’Ho ở Lạc Dương đã gắn bó với hoạt động du lịch từ lâu và tham gia ở mức độ cao. Họ tự tin trò chuyện và tương tác với du khách. Do đó, đa số đáp viên cảm thấy sự tương tác giữa họ với khách mang tính tích cực, đặc biệt họ còn chủ động trong quá trình tương tác. Ví dụ, chủ xưởng sản xuất cà phê cho biết: *“Tôi rất nhiệt tình và hòa đồng khi giao lưu, tiếp xúc với khách. Nhưng đôi khi tôi rất bận. Nếu khách muốn gặp và trò chuyện với tôi, họ thường phải đặt lịch hẹn hoặc đăng ký tham gia các buổi trò chuyện (talk show) của chúng tôi”* (LD04).

Vì tham gia du lịch ở mức độ cao và có kinh nghiệm lâu năm hơn các nhóm DTTS khác, người K’Ho ở Lạc Dương thấy rằng: *“Du lịch mang lại cả tác động tích cực và tiêu cực đến văn hóa và đời sống sinh hoạt hàng ngày của người dân địa phương”* (LD06). Chủ điểm biểu diễn công chiêng (LD07) chia sẻ thêm: *“Tôi nghĩ du lịch mang lại nhiều tác động tích cực: tạo thêm công ăn việc làm, cải thiện sinh kế rất nhiều mà nghề nông không thể giúp được”*. Mặt khác, tác động tiêu cực của du lịch cũng được nêu ra. Ví dụ: *“Một số thanh thiếu niên y lại vào du lịch vì thấy kiếm tiền dễ dàng. Dần dần họ lười làm việc khác”* (LD05), hay *“văn hóa công chiêng bị thương mại hóa”* (LD04). Tuy nhiên, mặc dù nhận thức được các tác động bất lợi này, nhiều người được phỏng vấn vẫn cho rằng du lịch mang lại lợi ích đáng kể. Du lịch không chỉ tạo nguồn thu nhập ổn định mà còn mở rộng cơ hội giao lưu với du khách, tăng cường kết nối với bên ngoài và góp phần xây dựng hình ảnh điểm đến. Đặc biệt, Lạc Dương được biết đến rộng rãi thông qua các chương trình biểu diễn và giao lưu công chiêng, qua đó củng cố vai trò của văn hóa bản địa trong phát triển du lịch. Vì vậy, CĐĐP thể hiện sự ủng hộ mạnh mẽ đối với phát triển du lịch.

Nói chung, người dân trong buôn tham gia và hưởng lợi từ du lịch qua nhiều năm nay. Họ rất tự tin và ủng hộ mạnh mẽ cho phát triển du lịch bản địa. Họ “*sẵn sàng tham gia vào quá trình ra quyết định hoặc dự án phát triển du lịch*” (LD05). Họ đề xuất “*chính quyền địa phương cần tạo điều kiện và quản lý tốt hơn khâu tổ chức biểu diễn công chiêng*” (LD06) để mang lại tính chân thực của văn hóa công chiêng cho du khách. Họ cũng đề nghị xóa bỏ hiện tượng “*cò mồi*” trong dịch vụ biểu diễn công chiêng. Chính quyền địa phương nên hỗ trợ các doanh nghiệp địa phương bằng chính sách thuế, xây dựng chế tài nhằm đảm bảo cạnh tranh lành mạnh giữa các doanh nghiệp du lịch.

4. Bàn luận

Nhiều nghiên cứu nhấn mạnh vai trò then chốt của sự tham gia và ủng hộ của CDDP trong phát triển du lịch; tuy nhiên, những nỗ lực thúc đẩy này sẽ kém hiệu quả nếu bản thân cộng đồng không quan tâm đến du lịch. Kết quả nghiên cứu (hình 2) cho thấy, thái độ ủng hộ du lịch của bốn cộng đồng DTTS tại Tây Nguyên liên hệ mật thiết với bối cảnh văn hóa - xã hội, mức độ tham gia du lịch, chất lượng tương tác với du khách, và nhận thức của họ về tác động du lịch.

Thứ nhất, trong số bốn nhóm cộng đồng DTTS, chỉ có người dân ở Buôn Đôn ít tự hào về văn hóa dân tộc và không mấy nhiệt tình trong bảo tồn văn hóa. Vốn xã hội và mức độ tham gia vào du lịch của họ thấp nhất. Dù sở hữu voi nhưng cách người dân Buôn Đôn tham gia du lịch còn thụ động hơn nhiều so với ở Lắc. Ví dụ, người dân Buôn Đôn cho các công ty bên ngoài thuê voi và trở lại làm thuê (quản tượng) cho các công ty này, trong khi người dân ở Lắc chủ động cung cấp tour cưỡi voi, dịch vụ hướng dẫn địa phương và quản tượng. Thêm nữa, mặc dù thu nhập từ du lịch của vài hộ ở Buôn Đôn khá cao so với các nhóm cộng đồng DTTS khác nhưng không phải là nguồn thu nhập chính của gia đình họ. Kinh tế của người dân ở Buôn Đôn tương đối vững vì trồng cây công nghiệp lâu năm (ví dụ: cà phê, cao su, hồ tiêu). Do đó, người dân Buôn Đôn dường như không quan tâm đến việc tham gia vào du lịch và ít ủng hộ du lịch hơn các cộng đồng DTTS khác. Còn người Bana ở Kon Kơ Tu vẫn giữ tính nguyên bản của văn hóa bản địa và chỉ mới bắt đầu tham gia du lịch, dẫn đến thái độ ủng hộ du lịch chưa rõ ràng. Trong khi đó, người dân ở Lắc và Lạc Dương tham gia du lịch ở mức cao, có xu hướng đánh giá tích cực việc tương tác với du khách và thể hiện sự ủng hộ rõ rệt đối với phát triển du lịch bản địa. Tuy nhiên, mức độ tham gia cao vào du lịch có thể được xem như một “con dao hai lưỡi” đối với cộng đồng địa phương. Một mặt, các cộng đồng ngày càng nhận thức rõ giá trị của vốn văn hóa trong phát triển du lịch bản địa, đồng thời tăng cường vốn xã hội theo chiều kết nối với du khách và các bên liên quan khác. Mặt khác, du lịch phát triển làm cho tính cạnh tranh giữa các hộ gia đình kinh doanh ngày càng tăng, từ đó làm giảm vốn xã hội gắn kết bên trong cộng đồng, ví dụ ở Lạc Dương - nơi quyền kiểm soát các nguồn lực du lịch dần tập trung vào một vài nhóm nhỏ [20].

Thứ hai, sự khác biệt đáng kể trong thái độ ủng hộ du lịch giữa các cộng đồng DTTS phản ánh tính không đồng nhất của điểm đến đa sắc tộc. Cộng đồng làm du lịch ở Lạc Dương nổi bật với mức độ tham gia cao, tính chủ động và năng lực ra quyết định chiến lược, trong khi Lắc thể hiện mong muốn tham gia mạnh mẽ nhưng còn hạn chế về kiến thức, kỹ năng và kết nối bên ngoài. Những phát hiện này khẳng định mối liên hệ chặt chẽ giữa thái độ của CDDP và các yếu tố cộng đồng bao gồm: vốn văn hóa, vốn xã hội, mức độ tham gia du lịch, chất lượng tương tác với du khách và nhận thức về tác động của du lịch; phù hợp với các nghiên cứu trước [1, 6, 21].

Từ đó, nghiên cứu nhấn mạnh rằng quy hoạch và phát triển du lịch cần xem xét sự đa dạng về bối cảnh văn hóa - xã hội và mức độ sẵn sàng của từng CDDP, đặc biệt là các cộng đồng DTTS. Việc lồng ghép sự tham gia của cộng đồng ngay từ giai đoạn đầu, kết hợp với hỗ trợ nâng cao năng lực phù hợp, là điều kiện cần thiết. Phát hiện này tái khẳng định quan điểm của J.J. Lor và cs (2019) [22]: “*điều mà cộng đồng điểm đến mong muốn*” phải là trọng tâm trong quy hoạch du lịch nhằm đạt được mục tiêu phát triển du lịch bền vững.

5. Kết luận, khuyến nghị và hạn chế của nghiên cứu

Nghiên cứu này giải thích cặn kẽ sự ủng hộ du lịch của người dân địa phương bằng cách xem xét các yếu tố văn hóa xã hội gắn liền với cộng đồng, mức độ tham gia vào du lịch, chất lượng tương tác của họ với du khách, và nhận thức về tác động du lịch. Trong bối cảnh khai thác loại hình du lịch bản địa, người dân hoàn toàn không chút hoài nghi về lợi ích kinh tế mà du lịch mang lại, tuy nhiên họ đề cao việc giữ gìn, bảo tồn văn hóa dân tộc nhiều hơn. Một lần nữa, bảo tồn di sản văn hóa và xóa đói giảm nghèo là trọng tâm của du lịch bản địa [2, 5]. Ngoài ra, nghiên cứu này cũng đề cập đến đề xuất của L.N. Fan và cs (2019) [6] về việc điều tra sự tham gia và ủng hộ của CDDP ở nhiều địa bàn khác nhau thay vì ở một điểm duy nhất để khắc phục những hạn chế của các nghiên cứu trước đây. Nó cũng đóng góp vào kho tàng nghiên cứu du lịch hiện có về vấn đề ủng hộ du lịch của CDDP, đặc biệt là loại hình du lịch gắn với đồng bào DTTS ở các địa phương đang phát triển [6, 20].

Dựa vào kết quả nghiên cứu, các nhà hoạch định chính sách vùng hoặc doanh nghiệp du lịch có cơ sở để lựa chọn địa bàn phù hợp trong khai thác du lịch. Việc triển khai hoạt động du lịch cũng như cách tiếp cận mỗi nhóm cộng đồng DTTS cần dựa trên bối cảnh văn hóa xã hội của họ để đạt được sự ủng hộ tối đa. Thông qua bài học của Lạc Dương, việc khuyến khích tham gia du lịch ở mức cao là điều cần thiết, nhưng chính quyền địa phương cần xây dựng chế tài, nội quy để đảm bảo cơ chế phân chia lợi ích công bằng và cạnh tranh lành mạnh giữa các doanh nghiệp du lịch địa phương.

Bên cạnh những kết quả đạt được, nghiên cứu này không tránh khỏi hạn chế. *Thứ nhất*, mặc dù bốn nhóm DTTS ở bốn địa bàn nghiên cứu được chọn để đại diện cho cộng

đồng dân tộc bản địa điển hình ở khu vực Tây Nguyên trong ủng hộ phát triển du lịch; tuy nhiên, cỡ mẫu thu thập từ 31 người tham gia phỏng vấn còn tương đối hạn chế, không thể đại diện cho toàn bộ dân số của mỗi cộng đồng. *Thứ hai*, rào cản ngôn ngữ là một khó khăn khi tác giả chính tiến hành phỏng vấn; cụ thể trong một số trường hợp tác giả phải nhờ đến sự hỗ trợ phiên dịch của con em trong buôn làng - người thông thạo tiếng Kinh và tiếng bản địa.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] R. Nunkoo, D. Gursoy (2012), “Residents’ support for tourism: An identity perspective”, *Annals of Tourism Research*, **39(1)**, pp.243-268, DOI: 10.1016/j.annals.2011.05.006.
- [2] Y. Wang, H. Shen, S. Ye, et al. (2020), “Being rational and emotional: An integrated model of residents’ support of ethnic tourism development”, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, **44**, pp.112-121, DOI:10.1016/j.jhtm.2020.05.008.
- [3] V. L. Smith (1977), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania Press, 254pp.
- [4] S. Bradley (2013), *Central Highlands Poverty Reduction Project (P128072)*, Washington D. C: World Bank Group, <https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail/218651468765569369>.
- [5] L. Yang, G. Wall (2009), “Ethnic tourism: A framework and an application”, *Tourism Management*, **30(4)**, pp.559-570, DOI: 10.1016/j.tourman.2008.09.008.
- [6] L.N. Fan, M. Wu, G. Wall, et al. (2019), “Community support for tourism in China’s Dong ethnic villages”, *Journal of Tourism and Cultural Change*, **19(3)**, pp.362-380, DOI: 10.1080/14766825.2019.1659283.
- [7] Z. Liang, H. Luo, J. Bao (2021), “A longitudinal study of residents’ attitudes toward tourism development”, *Current Issues in Tourism*, **24(23)**, pp.3309-3323, DOI: 10.1080/13683500.2021.1874314.
- [8] M. A. Ribeiro, M. Moritomo, K. M. Woosnam (2020), “Residents’ support for sustainable tourism development in rural areas”, *Handbook of Research on Resident and Tourist Perspectives on Travel Destinations*, IGI Global Scientific Publishing, pp.88-114.
- [9] M. J. Carneiro, C. Eusébio, A. Caldeira (2018), “The influence of social contact in residents’ perceptions of the tourism impact on their quality of life: A structural equation model”, *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, **19(1)**, pp.1-30, DOI: 10.1080/1528008X.2017.1314798.
- [10] R. Sharpley (2014), “Host perceptions of tourism: A review of the research”, *Tourism Management*, **42**, pp.37-49, DOI: 10.1016/j.tourman.2013.10.007.

[11] E. Sirakaya, V. Teye, S. Sönmez (2002), “Understanding residents’ support for tourism development in the Central Region of Ghana”, *Journal of Travel Research*, **41(1)**, pp.57-67, DOI: 10.1177/004728750204100109.

[12] ASEAN (2022), *2nd Edition of ASEAN Community-Based Tourism Standard*, 236pp.

[13] D.N. Lang, N.T.T. Kieu, P.H. Long (2025), *Community-Based Tourism Textbook*, Vietnam National University Press, Hanoi (in Vietnamese).

[14] J.W.C. Wong, I.K.W. Lai, Z. Tao (2019), “Memorable ethnic minority tourism experiences in China: A case study of Guangxi Zhuang Zu”, *Journal of Tourism and Cultural Change*, **17(4)**, pp.508-525.

[15] O. Pimhidzai, W.A. Raza, A. Beath, et al. (2020), *Impact Evaluation of The Central Highlands Poverty Reduction Project in Vietnam*, Washington D.C: World Bank Group, 41pp, <https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail/930161592977693335>.

[16] P.H. Long, N.V. Anh (2022), “Developing tourism in ethnic minority area in Binh Lieu district, Quang Ninh province”, *Journal of Ethnic Minorities Research*, **11(1)**, pp.101-108, DOI: 10.54163/0866-773x/606.

[17] H.N.K. Giao, H.D.T. Anh (2018), “National cultural identity of minorities links to sustainable tourism development in Vietnam in the integrity era”, *SSRN Electronic Journal*, pp.1-14, DOI: 10.2139/ssrn.3847160.

[18] N.T.T. Kieu, L. Murphy, T. Chen, et al. (2023), “Let’s listen: The voices of ethnic villagers in identifying host-tourist interaction issues in the Central Highlands, Vietnam”, *Journal of Heritage Tourism*, **19(2)**, pp.263-286, DOI: 10.1080/1743873X.2023.2259512.

[19] S. Stepchenkova, A. P. Kirilenko, A.M. Morrison (2009), “Facilitating content analysis in tourism research”, *Journal of Travel Research*, **47(4)**, pp.454-469, DOI: 10.1177/0047287508326509.

[20] B. Tian, A. Stoffelen, F. Vanclay (2021), “Ethnic tourism in China: Tourism-related (dis)empowerment of Miao villages in Hunan province”, *Tourism Geographies*, **25(2-3)**, pp.552-571, DOI: 10.1080/14616688.2021.1938657.

[21] J. Zhang, R.J. Inbakaran, M.S. Jackson (2006), “Understanding community attitudes towards tourism and host-guest interaction in the urban - rural border region”, *Tourism Geographies*, **8(2)**, pp.182-204, DOI:10.1080/14616680600585455.

[22] J.J. Lor, S. Kwa, J.A. Donaldson (2019), “Making ethnic tourism good for the poor”, *Annals of Tourism Research*, **76**, pp.140-152, DOI: 10.1016/j.annals.2019.03.008.