



MỐI LIÊN HỆ GIỮA VỐN XÃ HỘI VÀ SỰ THAM GIA CỦA CỘNG ĐỒNG ĐỊA PHƯƠNG VÀO PHÁT TRIỂN DU LỊCH: TRƯỜNG HỢP XÃ THỦY THANH, TỈNH THỪA THIÊN HUẾ

Đinh Thị Khánh Hà*, Nguyễn Đoàn Hạnh Dung

Trường Du lịch – Đại học Huế, 22 Lâm Hoàng, Huế, Việt Nam

* Tác giả liên hệ: Đinh Thị Khánh Hà <dtkha.hat@hueuni.edu.vn>
(Ngày nhận bài: 30-12-2020; Ngày chấp nhận đăng: 31-7-2021)

Tóm tắt. Khái niệm “vốn xã hội” hiện đã được sử dụng rộng rãi trong các lĩnh vực như kinh tế, chính trị, xã hội và ngày càng xuất hiện nhiều hơn ở các công trình nghiên cứu liên quan đến du lịch dựa vào cộng đồng (CBT). Nhận thức và cấu trúc xã hội của cộng đồng được xem là yếu tố quan trọng để các cá nhân trong cộng đồng này chấp nhận những tác động của hoạt động du lịch và tham gia vào phát triển du lịch địa phương. Qua phân tích trường hợp xã Thủy Thanh bằng dữ liệu thứ cấp và phỏng vấn sâu 23 người dân, 3 cán bộ quản lý cấp địa phương và 1 đại diện tổ chức phi chính phủ, nghiên cứu tập trung tìm hiểu sự tham gia của cộng đồng địa phương vào phát triển du lịch và phân tích tương quan giữa các yếu tố cấu thành vốn xã hội (bao gồm mạng lưới xã hội, niềm tin, chuẩn mực tương hỗ) với sự tham gia này của người dân. Kết quả được tổng hợp qua việc đề xuất mô hình lý thuyết liên quan đến vấn đề nghiên cứu và một số hàm ý quản lý nhằm góp phần nâng cao vốn xã hội của cộng đồng địa phương trong quá trình tham gia vào phát triển du lịch tại xã Thủy Thanh.

Từ khóa: Vốn xã hội, sự tham gia, du lịch dựa vào cộng đồng, phát triển bền vững

SOCIAL CAPITAL AND COMMUNITY PARTICIPATION IN TOURISM DEVELOPMENT: A STUDY IN THUY THANH COMMUNE, THUA THIEN HUE PROVINCE

Dinh Thi Khanh Ha*, Nguyen Doan Hanh Dung

School of Hospitality and Tourism, Hue University, 22 Lam Hoang St., Hue, Vietnam

* Correspondence to Dinh Thi Khanh Ha <dtkha.hat@hueuni.edu.vn>
(Received: December 30, 2020; Accepted: July 31, 2021)

Abstract. The concept of "social capital" has been widely used in fields such as economy, politics, society and increasingly appeared in research works on community-based tourism (CBT). Community awareness and social structure are considered essential factors for individuals in this community to accept the impacts of tourism activities and participate in tourism development. Through the case study of Thuy Thanh commune with secondary data and in-depth interview data from 23 residents, 3 local government representatives and 1 NGOs representative, this study focuses on understanding the local community participation in tourism development as well as analyzing the relationship between components of social capital (including social networks, trust, and norms of reciprocity) and this participation. The results are synthesized by proposing a theoretical model related to the research problem and management implications for improving the social capital of Thuy Thanh community when participating in tourism development.

Keyword: Social capital, community participation, community-based tourism, sustainable development

1 Đặt vấn đề

Sự tham gia của cộng đồng địa phương (CĐDP) được xem là một nhân tố quan trọng trong phát triển du lịch ngày nay, do đó nó được nghiên cứu rộng rãi với những tranh luận về các khía cạnh khác nhau [1–3]. Trước hết, khái niệm sự tham gia là một khái niệm rất rộng, việc định nghĩa và đánh giá sự tham gia cũng rất khác nhau tùy thuộc vào từng nghiên cứu, chưa mang tính phổ quát. Thứ hai, có rất nhiều các nhân tố/ biến số khác nhau ảnh hưởng đến sự tham gia du lịch của CĐDP, sự đa dạng của các nhân tố này lại phụ thuộc vào bối cảnh địa phương, trình độ phát triển của điểm du lịch.

“Vốn xã hội” (Social capital) chính là yếu tố quan trọng được sử dụng để đánh giá sự tham gia của cộng đồng vào phát triển du lịch. Hanifan [4] là tác giả đầu tiên dùng khái niệm này để chỉ tình thân hữu, sự cảm thông lẫn nhau trong đời sống xã hội nông thôn. Tuy nhiên, vốn xã hội chỉ thực sự thu hút giới nghiên cứu khi được các học giả như Putnam [2, 5], Bourdieu [6], Coleman [7] tham gia thảo luận. Từ các nghiên cứu lý thuyết về kinh tế – xã hội cho thấy rằng, “vốn xã hội” đã được tiếp cận từ nhiều góc độ như “lối sống nông thôn và thành thị”, “mạng lưới xã hội”, “nguồn lực” và “vốn con người”. Khái niệm này cũng đã được sử dụng rộng rãi trong nhiều lĩnh vực ở cấp cộng đồng như quản lý tài nguyên, sức khỏe cộng đồng, xóa đói giảm nghèo v.v. [3]. Trong đó, một vấn đề nổi trội trong các cách tiếp cận được đặt ra chính là *các cộng đồng có mức vốn xã hội cao có nhiều cơ hội và khả năng tham gia vào phát triển du lịch tốt hơn hay không*. Do đó, cần thực hiện nghiên cứu để khám phá mối liên hệ giữa vốn xã hội và sự tham gia của CĐDP trong phát triển du lịch.

Xã Thuy Thanh thuộc thị xã Hương Thủy, tỉnh Thừa Thiên Huế (TTH), là một địa phương hội tụ những điều kiện cần thiết về tài nguyên du lịch nên đã sớm được lựa chọn để thực hiện dự án thí điểm về phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh TTH giai đoạn 2012–2017. Tuy

nhiên, sự khai thác và phát triển loại hình này tại tỉnh TTH nói chung và xã Thủy Thanh nói riêng chưa tương xứng với tiềm năng thế mạnh vốn có, do đó, người dân còn lúng túng, gặp nhiều khó khăn trong việc tiếp cận cách thức khai thác các sản phẩm du lịch, dịch vụ tại địa phương [8]. Theo Nguyễn Đoàn Hạnh Dung và cs. [8], người dân ở đây chưa mạnh dạn làm du lịch và sự tin tưởng của họ với các bên liên quan còn hạn chế, gây cản trở cho việc gia tăng tính chuyên nghiệp và hấp dẫn của du lịch địa phương.

Việc nghiên cứu mối liên hệ giữa vốn xã hội và sự tham gia của cộng đồng địa phương vào phát triển du lịch tại xã Thủy Thanh, thị xã Hương Thủy, tỉnh TTH là hết sức quan trọng và cần thiết, không chỉ góp phần phát triển du lịch cộng đồng tại đây theo hướng bền vững hơn mà còn là căn cứ khoa học để xây dựng mô hình lý thuyết về vấn đề nghiên cứu, làm tiền đề cho các nghiên cứu tiếp theo có liên quan.

2 Cơ sở lý thuyết

Nhiều nghiên cứu từ lâu trước đây đã tìm hiểu về cộng đồng địa phương, phân tích mối quan hệ giữa du lịch và CĐDP bao gồm sự tham gia của cộng đồng, nhận thức của cộng đồng và sự ủng hộ của cộng đồng đối với hoạt động du lịch. Tại Mỹ La tinh, một số nghiên cứu ở Ecuador hay Peru lại tìm thấy rằng để sự tham gia của cộng đồng đạt được mức độ cao nhất đòi hỏi hoạt động du lịch phải mang lại lợi ích về kinh tế, xã hội cho hầu hết người dân nơi điểm đến. Những công trình này đều đưa ra sự liên kết chặt chẽ giữa mức độ tham gia của cộng đồng và nhận thức của cộng đồng cũng như thái độ của họ đối với các chiến lược phát triển du lịch [8].

Nghiên cứu của Tosun đưa ra 3 thuyết phổ biến để phân loại mức độ tham gia của CĐDP trong du lịch, đó là: thang tham gia của Arnstein, phổ tham gia của Pretty và thang tham gia của Tosun [9]. Phổ tham gia mới của Tosun [9] được tiếp cận trong nghiên cứu này với 3 mức độ tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch, bao gồm: (1) *Tham gia giả*: Không tham gia thực sự, mang tính áp đặt từ trên xuống, bắt buộc và hình thức; (2) *Tham gia thụ động*: Tham gia vì chia sẻ lợi ích, không tham gia trong quá trình ra quyết định, mang tính bị động vì áp đặt từ trên xuống và (3) *Tham gia chủ động*: lý tưởng, cộng đồng tự chủ thực sự đối với việc lập kế hoạch và đề xuất giải pháp phát triển.

Vốn xã hội (VXH) được đề cập trong nhiều nghiên cứu là một trong những nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến mức độ tham gia của CĐDP vào phát triển du lịch [3]. Quan điểm của Bourdieu [6] về VXH chủ yếu gắn liền với mạng lưới các mối quan hệ hình thành giữa con người. Coleman [7] đưa ra khái niệm rộng hơn rằng VXH không chỉ gắn liền với mối quan hệ giữa các cá nhân mà còn nhận thấy sự tin cậy giữa các thành viên của một nhóm. Đến công trình của Putnam [5], định nghĩa về VXH đã được mở rộng bao gồm tinh thần gắn kết cộng đồng và sự

Bảng 1. Các yếu tố chính đo lường vốn xã hội từ một số nghiên cứu thực nghiệm

Tác giả	Các yếu tố chính	Bối cảnh
Putnam [5]	Thành viên trong các tổ chức; Tham gia vào nhiều mạng lưới xã hội không chính thức khác nhau; Niềm tin; Thu nhập đóng góp cho từ thiện	Hoa Kỳ
Jones [10]	Mạng lưới tổ chức cộng đồng; Chuẩn mực và quy tắc; Sự tương hỗ/có đi-có lại và sự chia sẻ; Mậu thuẫn và đồng thuận của cộng đồng; Niềm tin giữa các cá nhân	Gambia
Western, Stimson, Baum & Gellecum [15]	Niềm tin giữa các cá nhân; Sự có đi – có lại; Sự gắn bó (giữa các cá nhân); Sự bắc cầu (với tổ chức bên ngoài); Sự liên kết (với chính quyền) và Mạng lưới xã hội	Australia
Svendsen & Bjornskov [16]	Tự do chính trị; Tham nhũng; Niềm tin chung của cộng đồng; Sự đóng góp của người dân	25 quốc gia ở Châu Âu
Thammajinda [3]	Niềm tin giữa các cá nhân; Chuẩn mực có đi – có lại; Mạng lưới xã hội	Thái Lan
Albrecht [1]	Mối quan hệ trong cộng đồng; Mạng lưới xã hội; Nguồn lực cốt lõi; Niềm tin giữa các cá nhân; Sức mạnh của cộng đồng	Amboseli, Kenya
Sunkar và cs. [14]	Niềm tin giữa các cá nhân; Mạng lưới xã hội; Chuẩn mực, giá trị, văn hóa xã hội; Hành động tập thể và các hoạt động hợp tác	Cibalay Megalithic, Indonesia

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả, 2020

tin cậy, khi chúng phát sinh từ mạng lưới giữa các cá nhân. Trong phạm vi nghiên cứu này, định nghĩa về VXH của Putnam [5] được nhóm tác giả tiếp cận để phân tích các vấn đề về VXH và vai trò của VXH đối với sự tham gia của CĐDP vào phát triển du lịch.

Nghiên cứu của Jones [10] đã kết hợp tất cả các khía cạnh của khái niệm VXH ở trên để đề xuất hai nhóm yếu tố chính hình thành VXH: (1) *cấu trúc*: bao gồm các mạng lưới, vai trò, quy tắc, tiền lệ và cường độ của các kết nối hoặc hoạt động liên kết và (2) *nhận thức*: bao gồm các chuẩn mực, giá trị, thái độ, niềm tin và tinh thần gắn kết cộng đồng. Cũng từ nền tảng của đề xuất này, dù vẫn có những cách tiếp cận khái niệm khác nhau dựa trên các kết quả nghiên cứu thực nghiệm trong nhiều lĩnh vực về VXH (Bảng 1), song tựu trung lại, hầu hết các nghiên cứu gần đây đều cho rằng VXH được gắn liền với ba yếu tố: (1) *mạng lưới xã hội, quan hệ xã hội (networks)*; (2) *sự tin cậy của các cá nhân trong cộng đồng đó (trust)* và (3) *chuẩn mực tương hỗ hay tinh thần gắn kết cộng đồng (norm of reciprocity)*.

Nghiên cứu của Coleman [7] và Albrecht [1] cho rằng niềm tin (trust) và *chuẩn mực tương hỗ (norms of reciprocity)* là nền tảng cho sự hợp tác và xây dựng sự tự tin để đầu tư vào các hoạt động nhóm/ tập thể. Putnam [5] khẳng định rằng VXH có thể cải thiện hiệu quả của xã hội bằng cách tạo điều kiện cho các hành động phối hợp và hợp tác. Tuy nhiên, các hành động phối hợp và hợp tác giữa các cá nhân trong cộng đồng hay giữa cộng đồng và chính quyền địa phương sẽ không đạt được hiệu quả, nếu thiếu sự tin tưởng và đồng thuận cao cũng như tinh

thân gắn kết và phân chia lợi ích giữa các bên liên quan. Không giống như các hình thức vốn khác, vốn xã hội là một lợi ích công cộng (public good) mà mọi người đều có thể hưởng lợi từ nó, ngay cả những người không tham gia vào các hoạt động cộng đồng. Các yếu tố như niềm tin, chuẩn mực và mạng lưới mối quan hệ xã hội tăng lên khi sử dụng và giảm dần khi không sử dụng [5].

Như vậy, dựa vào các nghiên cứu và lập luận trên, có thể thấy các mạng lưới xã hội (networks), niềm tin trong các mối quan hệ xã hội (trust) và chuẩn mực tương hỗ hay tinh thần gắn kết cộng đồng (norms of reciprocity) là ba yếu tố chính cấu thành và cũng là công cụ để đo lường VXH. Từ đó, giúp VXH tạo điều kiện cho các hành động hợp tác giữa các thành viên của cộng đồng và giữa cộng đồng với các bên liên quan khác nhau trong lập kế hoạch và quản lý du lịch.

3 Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này chủ yếu sử dụng phương pháp định tính, cụ thể gồm: phương pháp nghiên cứu trường hợp điển hình (case-study research); phương pháp thu thập dữ liệu với quan sát thực địa (observation) và phỏng vấn sâu (in-depth interview); phương pháp xử lý số liệu qua phân tích nội dung theo chủ đề (themematic analysis).

Phương pháp nghiên cứu trường hợp điển hình: Phương pháp này được sử dụng ngày càng nhiều và được công nhận là một trong những chiến lược nghiên cứu hiệu quả nhất, bởi đặc điểm sử dụng nhiều loại dữ liệu và kiểu phân tích để làm rõ một sự vật, hiện tượng tại một bối cảnh cụ thể [11]. Chaiklin cho rằng sức mạnh lớn nhất của phương pháp này chính là đồng thời xem xét nhiều yếu tố cho dù nó áp dụng cho một cá nhân, nhóm, gia đình, tổ chức hay cộng đồng [3]. Khái niệm VXH đã được tiếp cận từ nhiều góc độ khác nhau và được sử dụng rộng rãi trong nhiều lĩnh vực [12, 13, 3]; tất cả những yếu tố và cách thức tiếp cận các yếu tố này đều khác nhau từ cộng đồng này sang cộng đồng khác [14, 3, 15]. Do đó, ở nghiên cứu này, nhóm tác giả lựa chọn trường hợp điển hình là xã Thủy Thanh (thuộc thị xã Hương Thủy, tỉnh TTH) để phân tích rõ các yếu tố VXH và vai trò của VXH đối với sự tham gia của cộng đồng địa phương vào phát triển du lịch tại đây.

Phương pháp thu thập dữ liệu

Số liệu thứ cấp về số lượng khách, các dự án trọng điểm về DLCĐ được tổng hợp nhằm phân tích tình hình phát triển du lịch cộng đồng tại xã Thủy Thanh trong giai đoạn từ năm 2013 đến năm 2019. Cụ thể, các kênh thông tin được khai thác gồm: Cổng thông tin điện tử tỉnh TTH, Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch tỉnh TTH và phòng Văn hóa – Thông tin thị xã Hương Thủy.

Để giải quyết vấn đề nghiên cứu, nhóm tác giả đã thực hiện thu thập dữ liệu sơ cấp qua quan sát thực địa và phỏng vấn sâu cá nhân. Ưu điểm chính của phương pháp quan sát thực địa là có thể tiếp cận bối cảnh thực tế của địa bàn nghiên cứu qua quan sát và ghi lại tư liệu của nhà nghiên cứu [16]; trong khi phương pháp phỏng vấn sâu giúp tìm hiểu sâu sắc hơn những suy nghĩ và thái độ của người trả lời trong một số vấn đề được bàn luận theo nghiên cứu của Hernandez và các cs. [11]. Nhóm tác giả đã tiếp cận xã Thủy Thanh trong hai lần quan sát thực địa vào giữa tháng 10 năm 2019, mỗi lần kéo dài 1 ngày, với mục đích nắm bắt cơ bản tình hình người dân tham gia vào các hoạt động phục vụ du lịch tại đây và đối chiếu với những thông tin, số liệu thứ cấp đã thu thập được với tình hình thực tiễn. Phương pháp phỏng vấn sâu sau đó được thực hiện chính thức trong thời gian từ tháng 11/2019 đến tháng 02/2020 với 23 người dân, 3 cán bộ quản lý địa phương và 1 đại diện tổ chức phi chính phủ (NGOs) tham gia hỗ trợ cộng đồng tại xã Thủy Thanh. Dựa theo Veal [11], các câu hỏi được sử dụng khi nhóm tác giả tiến hành phỏng vấn đều ở dạng bán cấu trúc để khai thác được chiều sâu của thông tin và sử dụng phương pháp chọn mẫu có chủ đích thường được dùng trong phỏng vấn sâu cá nhân. Trong lấy mẫu có chủ đích, một cỡ mẫu thích hợp cho nghiên cứu là một cỡ mẫu mà có thể trả lời đầy đủ các câu hỏi nghiên cứu, vì vậy, việc dùng phỏng vấn lúc nào là không định trước, được quyết định trong quá trình nghiên cứu và phân tích dữ liệu [11]. Sau khi phỏng vấn sâu được 27 đáp viên như đã nêu ở trên kết hợp cùng các dữ liệu quan sát ghi nhận trong quá trình thực hiện, nhóm tác giả nhận thấy thông tin thu thập được đã phản ánh đầy đủ những nội dung cần tìm hiểu nên dừng lại ở 27 đáp viên này.

Phương pháp xử lý và phân tích dữ liệu: Phân tích nội dung theo chủ đề thường được các nghiên cứu định tính sử dụng để phân tích các cuộc phỏng vấn, giúp hiểu rõ các khía cạnh của một hiện tượng và cách thức mà các khía cạnh đó có thể được kết nối với nhau [11]. Các ý kiến của 27 đáp viên tham gia phỏng vấn được phân nhóm và trích dẫn phù hợp để biện luận, làm rõ các nội dung nghiên cứu là: sự tham gia của người dân xã Thủy Thanh vào phát triển du lịch cộng đồng, vốn xã hội và mối liên hệ với mức độ tham gia này.

4 Kết quả và thảo luận

4.1 Tình hình phát triển du lịch cộng đồng tại xã Thủy Thanh

Với không gian làng quê mang đậm màu sắc của nền văn hóa nông nghiệp lúa nước tại Huế, xã Thủy Thanh đã dần trở thành điểm tham quan trải nghiệm hấp dẫn. Nhận được hỗ trợ từ các tổ chức trong và ngoài nước như Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch Việt Nam, Cơ quan Hợp tác Quốc tế Nhật Bản (JICA), UNESCO, Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO), nhóm Du lịch có trách nhiệm (Responsible Travel Group – RTG) v.v. Kể từ năm 2012, du lịch tại đây đã bắt đầu phát triển qua nhiều dự án và dần trở thành một điển hình cho phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh TTH [8]. Qua phỏng vấn sâu cán bộ quản lý địa phương, nhóm tác giả ghi nhận mỗi ngày

xã Thủy Thanh đón hơn 250 lượt khách trong mùa cao điểm từ tháng 3 đến tháng 9 và gần 100 lượt khách vào mùa thấp điểm. Số liệu thống kê của phòng Văn hóa – Thông tin thị xã Hương Thủy vào năm 2019 cũng phản ánh sự tăng trưởng nhanh chóng, khi lượng khách du lịch năm 2018 đến với xã cao hơn gấp 7 lần so với năm 2012; trong đó, lượng khách quốc tế thường chiếm từ 20–28% trên tổng lượt khách.

Trong Hội chợ Du lịch Quốc tế Việt Nam diễn ra vào tháng 4 năm 2017 tại Hà Nội, du lịch cộng đồng xã Thủy Thanh đã được vinh danh Giải thưởng ASEAN đối với Khu du lịch cộng đồng tiêu biểu. Tuy nhiên, một thực tế đáng lưu tâm là du khách thường tập trung đến với địa phương nhiều hơn vào các kỳ tổ chức Festival Huế và Festival Nghệ truyền thống Huế, còn lại phần lớn đều mang tính tự phát và nhỏ lẻ. Chỉ trong vòng một tuần diễn ra các kỳ lễ hội, lượng khách đã chiếm hơn một nửa (dao động trong khoảng 53,6–80%) tổng lượng khách của cả năm. Điều này chứng tỏ các hoạt động lễ hội diễn ra ở xã Thủy Thanh sẽ là một cơ hội lớn để phát triển du lịch của địa phương; song, nó cũng phản ánh sự thật là kết quả hoạt động du lịch nơi đây còn quá phụ thuộc vào yếu tố mùa vụ du lịch. Vì vậy, chính quyền địa phương các cấp cần phối hợp với các bên liên quan khác để tìm ra phương án duy trì sự tăng trưởng và bình ổn của lượng khách, từ đó mới có thể giúp người dân có thu nhập du lịch ổn định từ du lịch và tham gia vào du lịch lâu dài, bền vững hơn.

4.2 Sự tham gia của người dân xã Thủy Thanh vào phát triển du lịch cộng đồng

Để tiến hành thu thập số liệu sơ cấp, đề tài đã sử dụng phương pháp phỏng vấn sâu người dân địa phương tại xã Thủy Thanh, thị xã Hương Thủy, tỉnh Thừa Thiên Huế. Bằng kỹ thuật chọn mẫu “lăn cầu tuyết” (snowball), đề tài đã tiếp cận được 23 người dân đã tham gia và chưa tham gia vào du lịch, gồm: 9 đáp viên thuộc các nhóm dịch vụ du lịch của xã, 9 đáp viên thuộc các hộ gia đình phục vụ du lịch độc lập và 5 đáp viên chưa tham gia vào phục vụ du lịch ở địa phương. Phần lớn các cuộc phỏng vấn được tiến hành tại nhà của các đáp viên hoặc nhà văn hóa của làng, một số ít người được phỏng vấn tại các gian hàng giải khát gần chợ của làng. Về tỷ lệ theo độ tuổi, 15/23 đáp viên có độ tuổi từ trung niên trở lên (chiếm đến 65,2%), trong khi đó đối tượng trẻ dưới 20 tuổi chỉ có 1/15 đáp viên (chiếm 4,3%) và độ tuổi thanh niên chiếm 30,5% còn lại. Cơ cấu mẫu này cũng khá tương đồng với nghiên cứu trước của Nguyễn Đoàn Hạnh Dung [8].

Quá trình phỏng vấn sâu cho thấy cộng đồng địa phương tại xã Thủy Thanh đều có thái độ tích cực đối với khách du lịch và với sự phát triển du lịch tại địa phương như Bảng 2. Có 20/23 đáp viên đều đồng ý là du lịch mang lại nhiều thay đổi tích cực cho làng của họ về cả kinh tế, đời sống và văn hóa trong vòng 10 năm trở lại đây. Các đáp viên này cũng hoàn toàn ủng hộ và kỳ vọng cao đối với sự phát triển du lịch của địa phương để mang lại nhiều lợi ích hơn cho người dân.

Bảng 2. Nhận thức của người dân Thủy Thanh về khách du lịch và việc phát triển du lịch tại làng

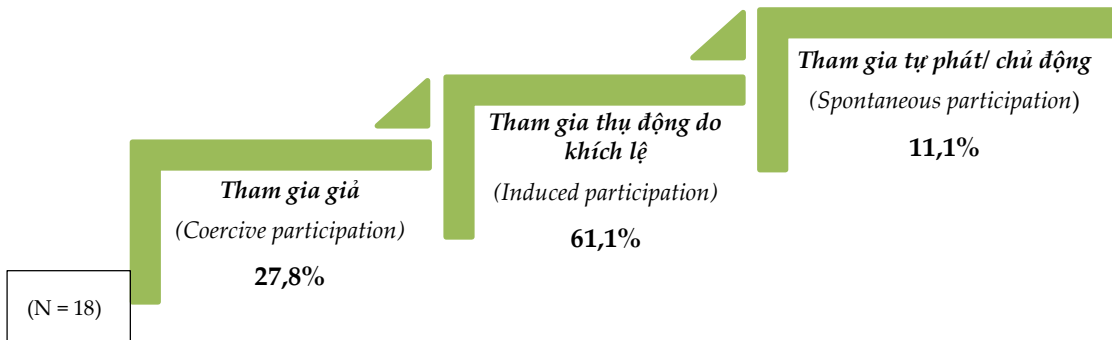
Vấn đề	Nhận thức tích cực	Nhận thức tiêu cực
Du khách là những ai?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Những người bạn từ xa đến ▪ Những người muốn xem và học cái gì đó về “di sản” và đời sống nông thôn ▪ Những người yêu môi trường trong xanh, yên bình ▪ Những người cảm thấy rất cay đối những món ăn ít cay của địa phương ▪ Những người có sở thích chụp ảnh ở mọi nơi 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Những người có nét văn hóa khác biệt với văn hóa địa phương/ Những người có thể gây ảnh hưởng đến văn hóa của lớp trẻ ▪ Những người có thể phá hủy các di sản ▪ Những người mang lại vấn đề môi trường khi xuất hiện quá nhiều trong cùng một thời gian
Tác động của ngành du lịch	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tăng lợi ích kinh tế ▪ Tạo cơ hội việc làm cho người dân địa phương/ Cải thiện đời sống người dân ▪ Thu hút đầu tư cơ sở hạ tầng ▪ Lợi ích phục hồi, bảo tồn phong tục tập quán và nghề truyền thống ▪ Giới thiệu nền văn hóa địa phương với thế giới ▪ Đẩy mạnh hình ảnh của làng ▪ Tăng cường tiêu chuẩn các tiện nghi công cộng và mang lại một cuộc sống tốt đẹp hơn ▪ Gặp gỡ du khách là một trải nghiệm có giá trị 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gây ra những thay đổi trong văn hóa và truyền thống địa phương ▪ Gây ùn tắc, ồn ào trong suốt thời gian diễn ra lễ hội

Nguồn: Tổng hợp từ phỏng vấn sâu, 02/2020

Bên cạnh những nhận thức tích cực của người dân địa phương đối với khách du lịch và ngành du lịch, cũng có những lời phê bình, phản ánh những tác động tiêu cực của khách du lịch. Cụ thể là có 3/23 đáp viên lo ngại rằng, khi số lượng khách du lịch đến xã Thủy Thanh tăng, cuộc sống hàng ngày của họ có thể bị gián đoạn hoặc làm phiền bởi những tác động tiêu cực mang lại, đặc biệt là vấn đề ô nhiễm môi trường khi quá tải vào các mùa lễ hội. Như vậy, CĐDP nhìn chung có sự ủng hộ lớn đối với việc phát triển du lịch địa phương; song, mức độ ủng hộ này phụ thuộc vào việc họ nhận thức như thế nào về những tác động mà du lịch mang lại. Vì vậy, cần có phương thức truyền thông nội bộ hợp lý giúp CĐDP hiểu rõ về những lợi ích cũng như hạn chế những nhận thức tiêu cực chưa chính xác của họ về các thiệt hại của du lịch.

Kết quả phỏng vấn 18 người dân có tham gia vào du lịch địa phương cho thấy, có 10/18 đáp viên (chiếm 55,6%) đã tham gia phục vụ du lịch tại làng từ 3 đến 6 năm và 6/18 đáp viên đã tham gia từ 7 năm trở lên, trong đó có 2 đáp viên gần bó hơn 10 năm với du lịch tại làng. Tuy nhiên, hầu hết họ chỉ làm bán thời gian và chỉ có khoảng 16,7% (3/18 đáp viên) có thu nhập chính từ du lịch, bởi cả 18 đáp viên này đều cho rằng nguồn thu từ du lịch là rất bấp bênh.

Với lịch sử hơn 10 năm khai thác và phát triển du lịch cộng đồng, đến nay, các hoạt động du lịch tại xã Thủy Thanh đã dần hình thành và đưa vào phục vụ khá đa dạng. Tuy vậy,



Sơ đồ 1. Mức độ tham gia của cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch tại xã Thủy Thanh theo thang phân loại của Tosun (2006)

Nguồn: Tổng hợp từ phỏng vấn sâu, 02/2020

Chương trình du lịch đến đây chủ yếu là các tour tham quan, trải nghiệm trong ngày nên những dịch vụ có người dân tham gia nhiều nhất là dịch vụ ẩm thực địa phương với 8/18 đáp viên có tham gia, dịch vụ trải nghiệm (như làm bánh, rớ cá, đi chợ v.v.) với 5/18, dịch vụ hướng dẫn viên địa phương với 3/18. Hơn nữa, cũng có 7/18 đáp viên có tham gia phục vụ du lịch gián tiếp qua việc bán các nhu yếu phẩm sinh hoạt cho du khách hoặc các dịch vụ khác như giữ xe, trông xe v.v. trong khi các dịch vụ đặc thù của du lịch như bán hàng lưu niệm, lưu trú homestay và biểu diễn nghệ thuật truyền thống của làng vẫn còn ít người tham gia. Đây cũng là những hoạt động phục vụ du lịch được địa phương định hướng tiếp tục mở rộng khai thác để vừa gia tăng các hoạt động thu hút du khách đến với làng, vừa tăng thêm cơ hội tham gia cho người dân vào việc tạo nên các trải nghiệm gắn liền với đời sống, văn hóa đặc trưng của địa phương cho du khách.

Dựa trên thang phân loại mức độ tham gia của CĐDP vào phát triển du lịch của Tosun [9] đề xuất, nhóm tác giả đã nhận diện mức độ tham gia của các đáp viên (sơ đồ 1) thông qua các thông tin phỏng vấn sâu. Kết quả này cũng hoàn toàn phù hợp với nhận định của các cấp chính quyền địa phương và chuyên gia NGOs, khi cả 4 đáp viên đại diện đều cho rằng: *chỉ có khoảng 10–15% người dân hiện tham gia vào du lịch một cách chủ động và tự quyết*. Hơn nữa, ngay cả với 2/18 đáp viên được đánh giá là “tham gia tự phát/ chủ động” vào du lịch thì họ cũng chỉ tỏ ra tự quyết đối với hoạt động du lịch của mình, chứ không thường xuyên đóng góp ý kiến trong các quyết định phát triển du lịch chung của địa phương.

Tựu trung lại, hiện đa phần người dân tại xã Thủy Thanh có thái độ ủng hộ đối với phát triển du lịch và tham gia tích cực trong phục vụ du khách; song họ vẫn chưa tự tin hoặc cảm thấy chưa cần thiết phải tham gia vào việc ra quyết định về phát triển du lịch tại làng. Các cán

bộ địa phương khi được phỏng vấn cũng đồng tình rằng người dân địa phương đang dần chuyển đổi tích cực hơn đối với du lịch. Điều cần làm hiện nay là sớm kêu gọi đầu tư để xây dựng và triển khai các mô hình mẫu, thu hút nhiều du khách đến với làng, sớm cho người dân thấy được những lợi ích rõ nét hơn,... thì mới gia tăng sự tham gia chủ động và tính trách nhiệm của họ đối với phát triển du lịch địa phương.

4.3 Vốn xã hội và mối liên hệ với mức độ tham gia của người dân xã Thủy Thanh vào phát triển du lịch

Từ các yếu tố chính đo lường vốn xã hội (Bảng 1), nghiên cứu đã thiết kế các nội dung trong bảng hỏi phỏng vấn bán cấu trúc để làm rõ VXH của 23 đáp viên là người dân được phỏng vấn, bao gồm: mạng lưới xã hội (networks), chuẩn mực tương hỗ/ tinh thần gắn kết và niềm tin; cũng như mối liên hệ giữa các yếu tố này đến sự tham gia hiện tại của người dân vào du lịch địa phương.

Mạng lưới xã hội với sự tham gia của người dân

Mạng lưới xã hội (networks) của người dân phản ánh các tương tác theo chiều ngang một cách mạnh mẽ. Các mạng lưới như vậy càng dày đặc trong một cộng đồng, càng có nhiều khả năng người dân của họ sẽ có thể hợp tác vì lợi ích chung [5]. Với những đặc trưng văn hóa làng xã của nông thôn Việt Nam, cộng đồng xã Thủy Thanh có một mạng lưới xã hội rộng từ người thân, bà con hàng xóm, bạn bè v.v. tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển du lịch dựa vào cộng đồng. Kết quả khảo sát phản ánh rằng, trung bình cứ mỗi cư dân được phỏng vấn sẽ ở cùng với 3,2 thành viên khác trong gia đình, có khoảng 38,7 người thân trong gia đình và 7,4 người bạn thân; giao lưu thường xuyên với khoảng 9,3 người hàng xóm lân cận. Hơn nữa, 21/23 đáp viên đều tỏ ra hài lòng khi sống với những mối quan hệ hiện tại, họ cũng thường xuyên gặp gỡ, trao đổi và giúp đỡ những người trong mạng lưới xã hội lân cận của mình.

Chính vì những đặc điểm trên về VXH mà kênh thông tin truyền miệng (giữa bạn bè, người thân, hàng xóm) trở thành kênh mà người dân xã Thủy Thanh thường xuyên tiếp cận nhất. Đây sẽ là kênh thông tin hiệu quả nếu chính quyền địa phương tận dụng tốt vai trò của các tiểu nhóm cộng đồng hay đoàn thể xã hội như một kênh chính thức để tuyên truyền, vận động. Tuy nhiên, kênh thông tin này cũng không mang tính chính thống nên nếu có sự sai lệch trong truyền thông tin về du lịch địa phương thì hậu quả cũng sẽ rất khó lường, đòi hỏi các cấp quản lý phải có cách ứng phó nhanh chóng và giải đáp thỏa đáng ngay cho người dân khi có biến cố xảy ra.

Trong một cộng đồng có kết nối tốt, người dân địa phương có thể có nhiều cơ hội hơn để tham gia vào các hoạt động du lịch [13, 8, 11]. Nhận định này được kiểm chứng qua một số trường hợp cụ thể ở xã Thủy Thanh:

Trước hết, qua các mối quan hệ với gia đình và xã hội, người dân có thể tiếp cận các khoản vay mượn hoặc vốn vay ưu đãi để đầu tư phát triển hoạt động du lịch của hộ gia đình. Điển hình, một đáp viên đã chia sẻ về việc huy động nguồn vốn tài chính để phát triển được mô hình kinh doanh trồng hoa và rau màu theo mùa đặc trưng của địa phương để phục vụ du khách tham quan, trải nghiệm:

“... Tôi phải đắn đo rất nhiều vì đây (việc đầu tư phát triển hoạt động kinh doanh du lịch) là quyết định thật sự liều lĩnh so với kinh tế gia đình. Được các anh ở xã (cán bộ xã) động viên, tôi đã tìm cách thuyết phục được gia đình đầu tư một khoảng, rồi gom mượn từ người thân, kể cả nhờ hội nông dân hỗ trợ tiếp cận vốn vay ưu đãi thì mới đủ để làm. Đến bây giờ thì tôi thấy mình may mắn vì đã tạo ra được một cái gì đó cho du lịch của làng mà được mọi người yêu thích.”

Cư dân địa phương, phỏng vấn vào tháng 02/2020

Thứ hai, nhờ mạng lưới xã hội của từng cá nhân và sự đa dạng ngành nghề tại địa phương mà người dân dễ dàng kết hợp với nhau trong cung cấp các dịch vụ và trải nghiệm du lịch, từ đó chia sẻ cơ hội tham gia phục vụ du lịch cho cộng đồng. 3/5 đáp viên mặc dù không tham gia vào du lịch cũng cho biết là họ thường gián tiếp được cung cấp nguyên vật liệu cho những hộ gia đình tham gia phục vụ du khách.

Tuy nhiên, khác với những thuận lợi từ một mạng lưới xã hội tốt nêu trên, có 2/23 đáp viên tỏ ra không hài lòng với mối quan hệ xã hội tại xã Thủy Thanh, bởi họ là người ở xã khác đến đây mưu sinh. Do chịu sự ảnh hưởng của tâm lý làng xã, nên người dân thường có xu hướng bảo vệ quyền lợi chung cho người cùng làng xã hơn. Đây cũng là một vấn đề nhạy cảm cần được chính quyền địa phương lưu ý để tạo ra một môi trường cạnh tranh lành mạnh và chia sẻ cơ hội đồng đều cho cả người dân xã Thủy Thanh lẫn người dân ở các làng xã lân cận khác.

Bên cạnh các mạng lưới trong một cộng đồng, các mạng lưới xã hội với các bên liên quan bên ngoài – làm nên VXH bắc cầu (bridging social capital) – có thể thúc đẩy sự phát triển du lịch trong cộng đồng [10]. Trong quá trình tham gia vào du lịch địa phương, người dân Thủy Thanh sớm đã nhận được hỗ trợ về nhiều mặt từ nhiều cơ quan/ tổ chức ở trong và ngoài nước nên họ có cơ hội được tiếp cận nhiều khóa đào tạo ngắn hạn từ kỹ năng phục vụ du lịch đến kỹ năng ngoại ngữ hay quản lý kinh doanh dịch vụ du lịch v.v. Các cơ quan/ tổ chức này và các TO/TAs cũng góp phần quảng bá và thu hút du khách đến đây. Các đáp viên là cán bộ địa phương đều đồng ý rằng: *các tổ chức hỗ trợ đóng vai trò khởi xướng, là người chỉ lối, dẫn đường, tạo xung lực giúp cộng đồng xây dựng và triển khai các quy hoạch phát triển du lịch; trong tương lai gần, địa phương cần kết nối với cả các doanh nghiệp, các nhà đầu tư để tiếp tục mở ra cơ hội phát triển cho du lịch cộng đồng tại xã Thủy Thanh.*

Chuẩn mực tương hỗ với sự tham gia của người dân

Chuẩn mực tương hỗ hay tinh thần gắn kết cộng đồng (norms of reciprocity) trong VXH giúp gắn kết các cá nhân trong cộng đồng lại với nhau và tạo điều kiện cho các quyết định hoặc hành động tập thể vì lợi ích của cộng đồng, hạn chế hiệu quả hơn chủ nghĩa cơ hội và giải quyết các vấn đề của tập thể; từ đó thúc đẩy việc hợp tác và thành lập các tổ chức hỗ trợ cho sự tham gia của cộng đồng vào phát triển du lịch [11].

Tiêu chí này thể hiện ở cộng đồng Thủy Thanh với mức khá tốt. Tìm hiểu qua quá trình phỏng vấn cho thấy, các đáp viên có tỷ lệ trung bình tham gia vào các sự kiện chung của làng xã đạt hơn 83%, phản ánh rằng người dân có mối quan tâm cao trong các vấn đề chung của làng. Hơn nữa, người dân Thủy Thanh tỏ ra rất tự hào về địa phương của mình nên họ có ý thức về sở hữu cộng đồng, tức là có trách nhiệm hơn với hình ảnh chung của địa phương như: nghiêm chỉnh tuân theo các quy tắc, luật lệ của làng và của các cấp chính quyền địa phương; tuân thủ các yêu cầu về bảo vệ cảnh quan thiên nhiên và môi trường, bảo vệ các giá trị văn hóa bản địa v.v. Quan sát thực tiễn ở địa bàn nghiên cứu cũng ghi nhận rằng một trong những điều ấn tượng nhất của nhóm nghiên cứu đối với cộng đồng Thủy Thanh là nụ cười thân thiện, mến khách luôn hiện hữu, tạo nên thiện cảm cho du khách khi đến với làng.

Tuy nhiên, chuẩn mực tương hỗ ở Thủy Thanh cũng thể hiện hai hạn chế lớn, ảnh hưởng không tốt đến sự tham gia của người dân vào phát triển du lịch:

Thứ nhất, tỷ lệ trung bình tham dự các cuộc họp bàn tại làng xã của các đáp viên chỉ đạt 58%; gây trở ngại cho việc truyền đạt những thông tin chính thức về du lịch đến với bà con, cũng như hạn chế sự tham gia của cư dân địa phương trong tham gia đóng góp ý kiến và tham gia ra quyết định về phát triển du lịch. Vì vậy, đòi hỏi các cấp chính quyền cần tìm giải pháp thông tin và khuyến khích người dân tham gia hiệu quả hơn vào các cuộc họp bàn, đảm bảo quyền lợi cũng như nâng cao trách nhiệm tham gia của họ khi tham gia vào du lịch địa phương. Cùng với đó, có một điểm đáng chú ý là 9 đáp viên có tham gia vào các nhóm phục vụ du lịch của làng có tỷ lệ này cao hơn so với 9 đáp viên tham gia phục vụ du lịch tự do. Điều này phần nào phản ánh hiệu quả của việc tham gia theo các đơn vị tổ chức và đưa ra gợi ý cho chính quyền địa phương về việc vận động bà con tham gia theo các tổ chức/ đoàn thể xã hội.

Thứ hai, một số người dân vì lợi ích cá nhân/ hộ gia đình mà chưa nhận thức được việc cần chia sẻ lợi ích hay phúc lợi từ các hoạt động du lịch cho cộng đồng. Thực tế cho thấy những trường hợp này đều là những người/ hộ gia đình có mối quan hệ tốt với các bên liên quan ngoài cộng đồng, cụ thể là các TO/TAs. Trở về vấn đề này, một cán bộ được phỏng vấn phản ánh rằng: một số người dân đã thành công với mô hình mẫu nhờ sự chủ động và tự quyết trong hoạt động du lịch của gia đình; nhưng họ chưa nhận thức được là để có được những lợi ích từ du lịch thì đó là cả một nỗ lực của cả cộng đồng và chính họ cũng đang phát triển dựa trên tài nguyên chung của địa phương; vì vậy, khi địa phương cần quảng bá cho hình ảnh chung thì họ

từ chối vì cho rằng phiền hà và không đảm bảo những lợi ích nhỏ trước mắt v.v. Điều này dần dần sẽ dễ gây nảy sinh mâu thuẫn và ảnh hưởng đến sự tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch địa phương.

Thực tế này là một hạn chế cho sự gắn kết cộng đồng, song, cũng là điều dễ hiểu bởi khi đặt trước lợi ích, người dân có xu hướng quan tâm đến lợi ích của bản thân và những người thân trong gia đình hơn là cộng đồng. Điều này một lần nữa đòi hỏi phải tăng cường tuyên truyền về vai trò, quyền lợi và trách nhiệm của người dân khi tham gia vào du lịch. Bên cạnh đó, chính quyền cũng cần xây dựng các bản cam kết cùng những chế tài để các hộ gia đình hay các doanh nghiệp tư nhân có ý thức hơn đối với việc chia sẻ lợi ích với cộng đồng ngay từ khi quyết định tham gia hay đầu tư.

Niềm tin với sự tham gia của người dân

Sự tin tưởng giữa mọi người trong cộng đồng (trust) là một yếu tố thiết yếu để hỗ trợ phát triển du lịch dựa vào cộng đồng; nếu người dân địa phương không thể tin tưởng lẫn nhau thì có thể không kích hoạt được thỏa thuận tập thể trong cộng đồng [14]. Kết quả từ phỏng vấn sâu cho thấy, người dân xã Thủy Thanh có sự tin tưởng khá cao đối với cộng đồng, bởi hầu hết các đáp viên đều công nhận là họ cảm thấy an toàn khi sống và sinh hoạt ở làng. Nhiều người trong số họ cũng chia sẻ rằng: *mỗi khi có tình huống khó khăn hay khẩn cấp, họ đều có thể nhờ cậy vào bà con lối xóm và ngược lại*. Đối với hoạt động du lịch, 9/18 đáp viên hiện là các nhóm phục vụ du lịch do Ủy ban Nhân dân xã quản lý, cho thấy họ có sự tin tưởng ban đầu vào chính quyền địa phương khi quyết định tham gia. Bên cạnh đó, cả 18 đáp viên đều bày tỏ “cảm thấy được khuyến khích” bởi chính quyền địa phương, các tổ chức hỗ trợ hoặc các TO/TAs để tham gia tốt hơn vào du lịch.

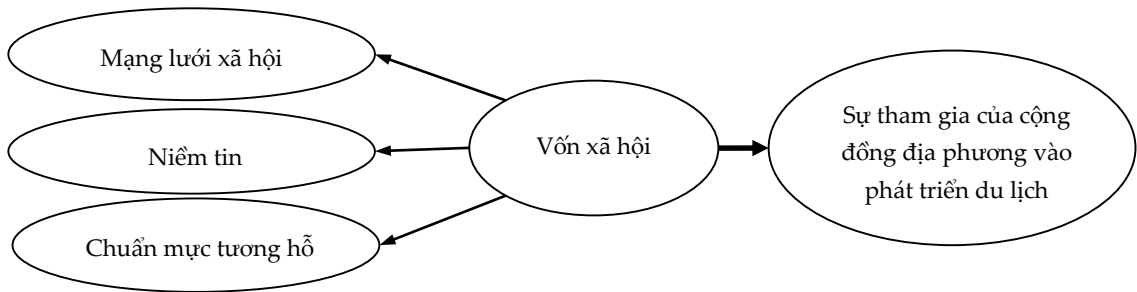
Tuy nhiên, khi nhắc đến lợi ích của bản thân trong quá trình tham gia vào du lịch, vẫn có 8/18 đáp viên tham gia bày tỏ rằng họ chưa thực sự tin tưởng đối với các bên liên quan khác về những lợi ích mà họ được chia sẻ, đặc biệt là về việc phân công phục vụ du khách và thời gian chi trả cho họ. Đáng lưu tâm là có 4/18 đáp viên – là người tham gia phục vụ du lịch tự do – lại cho rằng chính quyền không tạo điều kiện cho họ tham gia công bằng vào du lịch. Trong khi đó, kết quả phỏng vấn các cấp chính quyền lại ghi nhận như sau:

“Hiện có nhiều người dân cung cấp riêng các dịch vụ du lịch. Nhưng đáng nói là những sản phẩm dịch vụ tự phát này không được kiểm tra để đảm bảo an ninh, an toàn. Hơn nữa, khi người dân tự cung cấp các dịch vụ nhỏ lẻ thì chất lượng khó mà đồng bộ để đảm bảo trải nghiệm chân thực cho du khách.”

Cán bộ địa phương, phỏng vấn vào tháng 02/2020

Các nghiên cứu của Svendsen & Bjornskov [16] và Thammajinda [3] đều cho rằng sự tin tưởng là yếu tố cốt lõi để những trao đổi xã hội trong quá trình tham gia giữa các bên được diễn

ra bền vững. Qua phân tích ở trên cho thấy, việc củng cố niềm tin của người dân là một vấn đề cấp thiết hiện nay ở Thủy Thanh để gia tăng sự tham gia của họ vào du lịch địa phương. Vì thế, các cấp chính quyền địa phương và các bên liên quan cần tìm ra giải pháp để gia tăng sự gắn kết của người dân trong cộng đồng với nhau và gia tăng niềm tin của họ với các bên liên quan khác, điển



Sơ đồ 2. Mô hình đề xuất về mối liên hệ giữa vốn xã hội và sự tham gia của CĐDP vào du lịch

hình như: có chính sách minh bạch để đảm bảo sự công bằng trong việc tham gia và chia sẻ lợi ích từ du lịch đối với các nhóm người dân khác nhau; nâng cao nhận thức cho toàn cộng đồng Thủy Thanh bằng cách tích cực truyền thông trong nội bộ làng xã, giúp người dân hiểu rõ rằng các chính sách đưa ra là nhằm đảm bảo phát triển bền vững du lịch địa phương để gia tăng sự đồng thuận và tham gia tích cực của họ.

Như vậy, qua tổng hợp các yếu tố chính đo lường vốn xã hội ở bảng 1 và kết quả phân tích với trường hợp điển hình là xã Thủy Thanh như trên, nghiên cứu đã đi đến kết luận rằng mạng lưới xã hội, chuẩn mực tương hỗ (hay tinh thần gắn kết cộng đồng) và niềm tin là ba yếu tố cấu thành nên VXH và có ảnh hưởng đến sự tham gia của CĐDP vào phát triển du lịch. Kết quả này được nhóm tác giả mô hình hóa qua Sơ đồ 2.

5 Kết luận

Vốn xã hội và sự tham gia của CĐDP là hai trong những yếu tố lõi để phát triển cộng đồng và phát triển du lịch tại các địa phương theo hướng phát triển bền vững. Qua tổng quan các nghiên cứu lý thuyết và thực nghiệm, nghiên cứu này đã tiến hành hệ thống một số khái niệm về VXH và các yếu tố chính đo lường VXH của CĐDP. Kết quả phỏng vấn sâu 27 đáp viên là người dân, cán bộ quản lý địa phương và đại diện tổ chức phi chính phủ tham gia hỗ trợ cộng đồng tại xã Thủy Thanh cho thấy: 1) người dân có thái độ ủng hộ với sự phát triển du lịch tại địa phương, song, mức độ ủng hộ phụ thuộc vào nhận thức của họ về tác động mà du lịch mang lại; 2) CĐDP hiện tham gia vào du lịch dưới nhiều hình thức khác nhau nhưng đa phần là ở mức độ “tham gia thụ động do kích lệ” theo thang phân loại của Tosun trong nghiên cứu năm 2006, chỉ có khoảng 10–15% người dân hiện tham gia ở mức “tham gia tự phát/ chủ động”;

3) Mức độ tham gia hiện tại của người dân vào phát triển du lịch tại địa phương có mối quan hệ thuận chiều từ VXH của chính họ, bao gồm: mạng lưới xã hội, niềm tin trong các mối quan hệ xã hội và chuẩn mực tương hỗ cộng đồng.

Để tăng cường sự đồng thuận và tham gia của cộng đồng trong hoạt động du lịch tại xã Thủy Thanh, nhóm tác giả đã đề xuất một số hàm ý quản lý từ kết quả nghiên cứu cùng các văn bản quản lý của Nhà nước. Trước tiên, cần tăng cường truyền thông trong nội bộ làng xã với các kênh như truyền miệng qua các tiểu nhóm cộng đồng và đoàn thể xã hội hay qua các cuộc họp bàn về du lịch, truyền thanh định kỳ qua loa phát thanh v.v. giúp người dân nhận thức rõ hơn, đúng đắn hơn về tình hình phát triển du lịch địa phương, cũng như tăng cường hoạt động đối thoại và gắn kết chặt chẽ giữa các bên. Cùng với đó, việc hoàn thiện chính sách quản lý các hoạt động du lịch cộng đồng, chính sách khuyến khích và hỗ trợ cộng đồng tham gia phục vụ du lịch cũng cần được quan tâm thực hiện để nâng cao niềm tin và động lực cho người tham gia tích cực vào du lịch địa phương. Hơn nữa, CĐDP hoàn toàn có thể chủ động tìm kiếm và huy động nguồn lực hỗ trợ từ các mối quan hệ xã hội khác bên ngoài cộng đồng như các tổ chức/hiệp hội du lịch, các doanh nghiệp xã hội, các cơ sở đào tạo về du lịch v.v. để tạo thêm cơ hội phát triển du lịch.

Với việc sử dụng phương pháp định tính, nghiên cứu này hiện chỉ dừng lại ở việc hệ thống các yếu tố cấu thành VXH và xác định mối quan hệ cơ bản giữa các yếu tố này với sự tham gia của người dân vào phát triển du lịch tại xã Thủy Thanh, thị xã Hương Thủy, tỉnh TTH. Vì vậy, cần có các nghiên cứu tiếp theo để kiểm định mô hình nghiên cứu đã đề xuất (sơ đồ 1): có thể tại chính xã Thủy Thanh hay các điểm DLCĐ có đặc điểm tương đồng tại tỉnh TTH; hoặc các điểm DLCĐ khác nhau về đặc điểm tài nguyên và hoạt động quản lý, cũng như có quy mô và giai đoạn phát triển khác nhau.

Tài liệu tham khảo

1. Albrecht, S. (2016), *How social capital shapes community participation: A case study on a community-based ecotourism intervention in Amboseli, Kenya*, Wageningen University.
2. Putnam, R.D. (1995), Bowling Alone: America's Declining Social Capital, *Journal of Democracy*, 6(1), 65–78.
3. Thammajinda, R. (2013), *Community participation and social capital in tourism planning and management in a Thai context*, Doctor of Philosophy thesis, Lincoln University, New Zealand.
4. Hanifan, L.J. (1916), The rural school community center, *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 67, 130–138.
5. Putnam, R. D. (2000), *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, Simon & Schuster, New York.

6. Bourdieu, P. (1986), The Forms of Capital, *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Greenwood, New York, 241–258.
7. Coleman, J. S. (1988), Social Capital in the Creation of Human–Capital, *American Journal of Sociology*, 94, 95–120.
8. Nguyễn Đoàn Hạnh Dung và cs. (2019), Sự tham gia của cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch tại làng Thanh Thủy Chánh, Huế, *Tạp chí Khoa học – Đại học Huế*, 128(6D), 101–119.
9. Tosun, C. (2006), Expected nature of community participation in tourism development, *Tourism Management*, 27(3), 493–504.
10. Jones, S. (2005), Community–based ecotourism: The Significance of Social Capital, *Annals of Tourism Research*, 32(2), 303–324.
11. Veal, A.J. (2017), *Research Methods for Leisure and Tourism (5th edition)*, Pearson Education UK, ISBN–13: 978–1292115290.
12. Gannon, B., Roberts, J. (2020), Social capital: exploring the theory and empirical divide, *Empirical Economics*, 58, 899–919. <https://doi.org/10.1007/s00181-018-1556-y>.
13. Musavengane, R. (2015), Does social capital really enhance community based ecotourism? A review of the literature, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(1), 1–18.
14. Sunkar et al. (2016), Social Capital: a Basis for Community Participation in Fostering Environmental Education and the Heritage Tourism Development of Cibalay Megalithic Site, *E-Journal of Tourism*, 3(2), 121–130.
15. Western, J., Stimson, R., Baum, S. & Gellecum, Y. (2005), Measuring community strength and social capital, *Regional Studies*, 39(8), 1095–1109.
16. Svendsen, G.T. and Bjornskov, B. (2007), Measuring Social Capital, *Journal of Comparative Policy Analysis*, 9(3), 275–292.
17. Tosun, C. (2000), Limits to community participation in the tourism development process in developing countries, *Tourism Management*, 21, 613–633.
18. Yokoyama, S. & Ishida, A. (2006), Social Capital and Community Development, *Potential of Social capital for community development*, Asian Productivity Organization.