

Nghiên cứu sự tham gia của cộng đồng trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù: trường hợp tại xóm Khuổi Khon, xã Kim Cúc, huyện Bảo Lạc, tỉnh Cao Bằng

Đỗ Huyền Trang^{1,*}, Nguyễn Phương Thảo²

¹Khoa Du lịch-Khách sạn, Trường Kinh tế Phenikaa, Đại học Phenikaa

²Khoa Du lịch, Trường Ngoại ngữ - Du lịch, Đại học Công nghiệp Hà Nội

Email: trang.dohuyen@phenikaa-uni.edu.vn

Tóm tắt

Bài viết nghiên cứu sự tham gia của cộng đồng người Lô Lô tại xóm Khuổi Khon (xã Kim Cúc, huyện Bảo Lạc, tỉnh Cao Bằng) trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù. Thông qua phương pháp định tính gồm phỏng vấn sâu và quan sát thực địa, kết hợp sử dụng thang đo 7 bậc tham gia của Pretty (1995), nghiên cứu làm rõ mức độ tham gia và các yếu tố ảnh hưởng đến sự tham gia của cộng đồng địa phương trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù. Kết quả nghiên cứu cho thấy, cộng đồng địa phương đã bước đầu tham gia vào các hoạt động du lịch như làm homestay, phục vụ ẩm thực, trình diễn văn nghệ và cung cấp trải nghiệm thủ công truyền thống. Tuy nhiên, mức độ tham gia chủ yếu ở các bậc trung gian (tham gia tư vấn, khuyến khích vật chất, tham gia chức năng), trong khi vai trò chủ động, đồng kiến tạo sản phẩm còn hạn chế. Các yếu tố ảnh hưởng bao gồm: nhận thức và kỹ năng của người dân, thiếu tổ chức đại diện, hạ tầng du lịch và tiếp cận thị trường yếu, cũng như sự hỗ trợ thiếu bền vững từ bên ngoài. Từ đó nghiên cứu đã đề xuất một số hàm ý nhằm tăng cường vai trò cộng đồng địa phương trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù.

Nhận 11/05/2025

Được duyệt 08/08/2025

Công bố 30/09/2025

Từ khóa

Sản phẩm du lịch đặc thù; sự tham gia của cộng đồng; du lịch cộng đồng

© 2025 Journal of Science and Technology - NTTU

1. Mở đầu

Trong bối cảnh ngành du lịch ngày càng hướng đến phát triển bền vững, các mô hình du lịch dựa vào cộng đồng (Community-Based Tourism-CBT) đã trở thành một xu thế phát triển được khuyến khích rộng rãi ở nhiều quốc gia, đặc biệt là tại các vùng dân tộc thiểu số có tài nguyên văn hóa và thiên nhiên đặc sắc. Một trong những yếu tố cốt lõi bảo đảm cho sự thành công của du lịch cộng đồng chính là sự tham gia của cộng đồng địa phương. Sự tham gia này không chỉ đơn thuần là việc cung cấp dịch vụ, mà còn là quá trình trao quyền để cộng đồng tham gia vào các quyết định, định hướng và quản lý hoạt động du lịch tại địa phương [1]. Nhiều nghiên cứu đã khẳng định rằng, khi cộng đồng đóng vai trò chủ thể, du lịch sẽ phát triển theo hướng hài hòa giữa kinh tế, xã hội và môi trường [2], [3].

Xóm Khuổi Khon (xã Kim Cúc, huyện Bảo Lạc, tỉnh Cao Bằng) là một trong những điểm đến có tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng nổi bật tại vùng cao phía Bắc Việt Nam. Cộng đồng nơi đây gồm khoảng 300 người Lô Lô đen sinh sống, đây là một trong sáu dân tộc thiểu số có quy mô dân số dưới 5.000 người tại Việt Nam. Mặc dù số lượng dân cư hạn chế, người Lô Lô đen vẫn bảo tồn được một hệ thống di sản văn hóa truyền

thống đặc sắc, như ngôn ngữ truyền khẩu, nghi lễ, tín ngưỡng, lễ hội dân gian, dân ca dân vũ, kiến trúc nhà sàn, trang phục truyền thống, nghề thủ công và đặc biệt là nghệ thuật trồng đồng có lịch sử trên 2.000 năm. Từ năm 2020, xóm Khuổi Khon đã được chọn làm điểm triển khai mô hình du lịch cộng đồng với sự hỗ trợ từ Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. Một số sản phẩm du lịch bước đầu hình thành như: lưu trú homestay nhà sàn truyền thống, trải nghiệm nông nghiệp, dịch vụ trải nghiệm văn hóa, văn nghệ dân gian và sản phẩm thủ công truyền thống gắn với văn hóa người Lô Lô đen. Tuy nhiên, quá trình phát triển du lịch vẫn còn mang tính tự phát, manh mún và chưa phát huy đầy đủ vai trò chủ thể của cộng đồng trong hoạch định và quản lý du lịch, các sản phẩm du lịch đặc thù vẫn thiếu định hướng, thiếu gắn kết với bản sắc và chưa có sức cạnh tranh.

Vì vậy, nghiên cứu này tập trung vào việc phân tích mức độ tham gia của cộng đồng trong quá trình phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Khuổi Khon, thông qua việc vận dụng thang đo 7 bậc tham gia của Pretty (1995). Nghiên cứu cũng sẽ chỉ ra yếu tố ảnh hưởng đến quá trình tham gia, từ đó đề xuất một số hàm ý thúc đẩy sự tham gia hiệu quả, toàn diện và bền vững hơn của cộng đồng trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù.

2. Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý luận

2.1. Tổng quan nghiên cứu

Trên thế giới, nhiều nghiên cứu đã nhấn mạnh vai trò then chốt của cộng đồng trong phát triển sản phẩm du lịch tại các điểm đến [1] [4]. Tác giả Scheyvens (1999, 2021) cho rằng chỉ khi cộng đồng được trao quyền toàn diện về tâm lý, xã hội, chính trị và kinh tế thì sản phẩm du lịch mới phản ánh thực chất bản sắc và đáp ứng mục tiêu phát triển bền vững [5], [6]. Một số công trình khác như Tosun (1999, 2006) đã chỉ ra rằng, trong bối cảnh các nước đang phát triển, sự tham gia của cộng đồng thường bị hạn chế bởi các rào cản thể chế, văn hóa và hành chính [7][8]. Đồng thời, tác giả Okazaki (2008) bổ sung yếu tố “vốn xã hội” như một điều kiện thúc đẩy sự tham gia hiệu quả. Các nghiên cứu của và Goodwin & Santilli (2009) cũng cho thấy mối liên hệ giữa sự tham gia của cộng đồng và mức độ bền vững của điểm đến du lịch [9].

Ở Việt Nam, trong giai đoạn đầu phát triển du lịch cộng đồng (khoảng từ 2000-2010), các nghiên cứu chủ yếu tập trung vào tiềm năng tài nguyên du lịch và mô hình tổ chức ban đầu [10] [11]. Giai đoạn sau (từ 2010 đến nay), các nghiên cứu đã tiếp cận mối liên hệ giữa sự tham gia của cộng đồng và chất lượng sản phẩm du lịch [12] [13]. Nghiên cứu về người Lô Lô ở Cao Bằng hiện đã có một số công trình tập trung vào phân tích đặc điểm đời sống tín ngưỡng, đặc điểm sinh kế của người Lô Lô, đề xuất giải pháp giảm nghèo, trong đó có nhấn mạnh việc khai thác hoạt động du lịch để bảo tồn văn hóa bản địa và nâng cao đời sống cho người dân [14] [15][16]. Mặc dù đã có nhiều công trình nghiên cứu về sự tham gia của cộng đồng trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù, song hầu hết các nghiên cứu tại Việt Nam vẫn tập trung tại các điểm đến đã có thương hiệu. Các cộng đồng dân tộc rất ít người như Lô Lô đen ở Cao Bằng vẫn chưa được nghiên cứu sâu, đặc biệt là về mức độ tham gia của cộng đồng địa phương trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù. Vì vậy, đây là một khoảng trống cần được bổ sung triển khai.

2.2. Cơ sở lý luận

2.2.1. Khái niệm về sản phẩm du lịch đặc thù

Trong hệ thống sản phẩm du lịch, “sản phẩm du lịch đặc thù” được hiểu là những sản phẩm gắn liền với các giá trị riêng có của một cộng đồng, địa phương hoặc vùng văn hóa nhất định, thường phục vụ nhóm đối tượng du khách chuyên biệt có nhu cầu trải nghiệm sâu sắc về bản sắc văn hóa, thiên nhiên, hoặc lối sống bản địa [17][18]. Đặc điểm nổi bật của sản phẩm này là mang tính cá thể hóa, khác biệt và thường gắn với các yếu tố như: kiến trúc truyền thống, nghề thủ công, lễ hội dân gian, trải

nghiệm văn hóa gắn liền với địa phương và cộng đồng bản địa [17].

2.2.2. Sự tham gia của cộng đồng trong phát triển sản phẩm du lịch

Sự tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch được hiểu là một quá trình nâng cao vị thế cộng đồng theo đó cộng đồng địa phương có thể hợp tác với những người có thể hỗ trợ họ, xác định các vấn đề, nhu cầu và chịu trách nhiệm lập kế hoạch, quản lý, kiểm soát và đánh giá các hoạt động diễn ra trong cộng đồng [1], [19].

Mức độ tham gia của cộng đồng đã được phân tích thông qua nhiều mô hình thang đo lý thuyết. Pretty (1995) xây dựng lý thuyết 7 cấp độ tham gia, từ thấp nhất là “tham gia thụ động” đến cao nhất là “tham gia chủ động”, cụ thể: Bậc 1: Tham gia thụ động; Bậc 2: Tham gia cung cấp thông tin; Bậc 3: Tham gia tư vấn; Bậc 4: Tham gia khuyến khích vật chất; Bậc 5: Tham gia chức năng; Bậc 6: Tham gia tương tác; Bậc 7: Tham gia chủ động (tự quyết). Các mức độ này nhấn mạnh vai trò của năng lực nội tại và động lực tự nguyện của cộng đồng [20].

Trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù, sự tham gia hiệu quả của cộng đồng sẽ được thể hiện ở các khía cạnh: đồng kiến tạo ý tưởng sản phẩm (thiết kế chương trình trải nghiệm, lựa chọn yếu tố bản sắc); triển khai dịch vụ (lưu trú, ẩm thực, hướng dẫn,...); tổ chức bảo tồn và quảng bá (đội văn nghệ, tổ hợp tác, truyền thông bản địa); giám sát và kiểm soát chất lượng sản phẩm [21], [22].

Nghiên cứu sử dụng thang đo sự tham gia của cộng đồng của tác giả Pretty (1995) để phân tích mức độ tham gia cộng đồng vì thang đo này cung cấp một công cụ phân tích quan trọng để đánh giá sự chuyển biến từ tham gia bị động sang chủ động, cũng như xác định các rào cản tồn tại trong quá trình trao quyền. Đặc biệt trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù, mức độ tham gia giúp làm rõ vai trò và mức độ tham gia của cộng đồng trong từng khâu phát triển sản phẩm du lịch đặc thù: xây dựng ý tưởng sản phẩm, triển khai dịch vụ, truyền thông quảng bá và quản lý chất lượng.

3. Phương pháp nghiên cứu và địa bàn nghiên cứu

3.1. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng nghiên cứu định tính nhằm phân tích mức độ tham gia của cộng đồng địa phương trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại xóm Khuổi Khon. Cách tiếp cận này cho phép đi sâu khám phá động lực, trải nghiệm và vai trò của cộng đồng trong quá trình kiến tạo các sản phẩm du lịch như: homestay, ẩm thực truyền thống, biểu diễn văn nghệ và trải nghiệm nghề thủ công, hoạt động nông nghiệp.

Dữ liệu được thu thập thông qua 10 cuộc phỏng vấn sâu bán cấu trúc với người dân, bao gồm các hộ đã và chưa tham gia hoạt động du lịch, cùng một số thành viên của Ban quản lý du lịch cộng đồng của xóm. Cụ thể, 10 đáp viên được lựa chọn theo phương pháp chọn mẫu mục tiêu nhằm đảm bảo tính đại diện về mức độ tham gia du lịch và vai trò trong cộng đồng. Trong đó, 4 người là chủ hộ cung cấp dịch vụ homestay và hướng dẫn khách du lịch (3 nam, 1 nữ), có kinh nghiệm tham gia du lịch từ 1-4 năm, 3 người là thành viên của tổ hợp tác nghề thủ công truyền thống và thành viên đội văn nghệ, trong đó có một tổ trưởng. Có 2 đáp viên chưa từng tham gia hoạt động du lịch, đại diện cho nhóm cộng đồng quan sát. Đáp viên còn lại là bí thư xóm, kiêm thành viên quản lý hoạt động du lịch của xóm, tham gia tổ chức văn nghệ. Độ tuổi của các đáp viên từ 28 đến 65, trình độ học vấn phổ biến là tiểu học hoặc trung học cơ sở. Việc lựa chọn đáp viên đa dạng cho phép nghiên cứu thu thập được các quan điểm đa chiều về mức độ tham gia và những yếu tố ảnh hưởng đến sự tham gia của cộng đồng trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù.

Ngoài ra, quan sát thực địa có ghi chép được thực hiện tại Khuổi Khon nhằm ghi nhận hành vi tham gia thực tế, tương tác giữa cộng đồng và du khách, cũng như biểu hiện của bản sắc văn hóa trong sản phẩm du lịch.

Quá trình phân tích dữ liệu được thực hiện theo phương pháp mã hóa theo chủ đề, dựa trên thang đo 7 mức độ tham gia cộng đồng của Pretty (1995). Dữ liệu được đối chiếu với từng mức độ để xác định mức độ thực chất của sự tham gia, đồng thời phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự tham gia của cộng đồng trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù.

3.2. Địa bàn nghiên cứu

Xóm Khuổi Khon là một cộng đồng dân cư có quy mô nhỏ, tọa lạc trên sườn núi cao. Với khoảng 62 hộ dân và gần 300 nhân khẩu, toàn bộ cư dân nơi đây đều thuộc nhóm người Lô Lô đen-một trong những nhóm dân tộc thiểu số rất ít người tại Việt Nam. Cộng đồng Khuổi Khon có truyền thống cư trú lâu đời, gắn bó mật thiết với môi trường tự nhiên và địa hình đặc thù của vùng núi cao, nơi bị chia cắt mạnh bởi các dãy núi và hệ thống giao thông còn hạn chế. Chính không gian địa lý biệt lập đã góp phần duy trì cấu trúc xã hội bản địa chặt chẽ, đồng thời tạo điều kiện cho việc bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống một cách tương đối nguyên vẹn.

Cộng đồng người Lô Lô tại Khuổi Khon hiện vẫn giữ được nhiều yếu tố di sản văn hóa vật thể và phi vật thể đặc sắc, tiêu biểu như hệ thống kiến trúc nhà sàn với mái ngói âm dương truyền thống, các nghi lễ dân gian (lễ cầu mưa, lễ cơm mới,...), nghề thủ công truyền thống (dệt

vải, khâu đắp, đan lát,...), và đặc biệt là trang phục truyền thống được sử dụng hằng ngày. Những giá trị này không chỉ thể hiện chiều sâu bản sắc văn hóa mà còn tạo tiềm năng lớn cho phát triển sản phẩm đặc thù.

Về phương diện kinh tế, sinh kế chủ yếu của người dân vẫn dựa vào nông nghiệp truyền thống theo mô hình tự cung tự cấp, với các hoạt động như canh tác ruộng nương, trồng lúa, ngô, sắn, chăn nuôi gia súc nhỏ lẻ và sản xuất thủ công. Trước khi phát triển du lịch, tỷ lệ hộ nghèo và cận nghèo tại xóm chiếm tới 50 % tổng số hộ, phản ánh một nền kinh tế phụ thuộc nhiều vào điều kiện tự nhiên và kém đa dạng hóa sinh kế. Tuy nhiên, từ khi người dân bắt đầu tiếp cận hoạt động du lịch, đặc biệt thông qua cung cấp các dịch vụ homestay, ẩm thực truyền thống, bán sản phẩm thủ công, tỷ lệ hộ nghèo đã có xu hướng giảm rõ rệt. Tính đến năm 2023, xóm chỉ còn 10/62 hộ thuộc diện hộ nghèo, tương đương khoảng 16 %.

Dù vậy, cơ cấu sinh kế tại Khuổi Khon vẫn chưa có sự chuyển dịch đáng kể sang hướng dịch vụ-du lịch, do hạn chế về năng lực, tổ chức và khả năng tiếp cận thị trường. Kinh tế địa phương vẫn mang tính manh mún, quy mô nhỏ, thiếu liên kết chuỗi và chưa hình thành nền tảng bền vững cho phát triển du lịch cộng đồng. Đây là một thách thức lớn nhưng cũng là cơ hội chiến lược nếu địa phương có thể thúc đẩy sự tham gia của cộng đồng một cách hiệu quả và chủ động hơn.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Đánh giá mức độ tham gia của cộng đồng trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Khuổi Khon

Tại Khuổi Khon, một số sản phẩm du lịch mang tính đặc thù đã bước đầu được hình thành, dựa trên nền tảng văn hóa truyền thống và sinh hoạt bản địa của người Lô Lô đen. Các nhóm sản phẩm tiêu biểu gồm: (1) lưu trú homestay trong nhà sàn truyền thống; (2) ẩm thực bản địa (3) trình diễn văn nghệ dân gian; và (4) sản phẩm thủ công truyền thống như dệt vải, khâu đắp, đan lát. Tuy vậy, các sản phẩm vẫn chủ yếu ở quy mô nhỏ, tính chuyên nghiệp chưa cao, và chưa gắn kết thành chuỗi dịch vụ du lịch hoàn chỉnh.

Kết quả phỏng vấn sâu đa phần các hộ gia đình làm homestay đều đồng quan điểm: “Chúng tôi mới chỉ làm homestay theo hướng cải tạo nhà ở, chưa biết đón khách theo kiểu chuyên nghiệp, có khách thì làm”, một hộ kinh doanh homestay chia sẻ.

Áp dụng thang đo Pretty (1995), mức độ tham gia của cộng đồng được ghi nhận chủ yếu ở bậc 3 đến bậc 5, tức là tập trung vào tham gia tư vấn, được hỗ trợ vật chất, và thực hiện chức năng cụ thể, một phần nhỏ thể hiện sự tham gia ở mức độ cao hơn bậc 6 - tham gia tương tác

Đối với sản phẩm lưu trú homestay, người dân tham gia tích cực trong việc sửa chữa nhà cửa và đón tiếp khách khi có lợi ích kinh tế rõ ràng (bậc 4-tham gia khuyến khích vật chất). Tuy nhiên, sự tham gia này chủ yếu mang tính phục vụ, người dân thiếu quyền chủ động trong thiết kế dịch vụ hoặc liên kết với thị trường khách du lịch. Điều này dẫn tới tình trạng thiếu chủ động và dễ bị tổn thương khi nguồn khách thay đổi hoặc các hộ cạnh tranh không lành mạnh.

“Nhà tôi làm homestay từ khi có dự án hỗ trợ, nhưng không biết tìm khách từ đâu, toàn nhờ chính quyền giới thiệu hoặc khách tự đến”, một chủ hộ kinh doanh homestay chia sẻ.

Đối với cung cấp ẩm thực và văn nghệ truyền thống, người dân thường tham gia khi có yêu cầu từ các doanh nghiệp lữ hành khi đưa khách đến Khuổi Khon hoặc các sự kiện quan trọng của địa phương, sản phẩm mang tính thời vụ và thiếu tính định kỳ. Việc trình diễn văn nghệ dân gian được tổ chức bởi đội văn nghệ của xóm gồm khoảng 20 thành viên, tuy nhiên chưa được khai thác thành sản phẩm du lịch thường xuyên.

“Chúng tôi múa hát chủ yếu dịp lễ hội hay khi có đoàn khách lớn, chứ không biểu diễn theo lịch cố định”, một thành viên đội văn nghệ chia sẻ.

“Đoàn khách đến thì mời đội văn nghệ biểu diễn, mỗi người được 100.000 đồng, nhưng không biết có biểu diễn tiếp hay không, tùy đoàn”, một thành viên đội văn nghệ chia sẻ.

Đối với trải nghiệm sản phẩm thủ công truyền thống là dệt vải và khâu đáp hiện nay có tiềm năng phát triển rõ rệt. Một tổ hợp tác dệt thêu đã được thành lập, do phụ nữ địa phương điều hành, đa phần phụ nữ trong xóm đều gìn giữ nghề thủ công này. Tuy nhiên, năng lực thiết kế sản phẩm mới với đa dạng mẫu mã, tạo thành các sản phẩm lưu niệm hoặc hướng dẫn trải nghiệm cho du khách còn hạn chế và thiếu sự hấp dẫn.



Hình 4.1. Phụ nữ Lô Lô đen khâu đáp

Ngoài ra, một số cá nhân ở Khuổi Khon cũng đã thể hiện mức độ tham gia ở bậc 6 (tham gia tương tác), bước đầu chủ động phối hợp với cán bộ văn hóa xã để thiết kế sản phẩm trải nghiệm, như tổ chức tour dạo quanh bản, giới

thiệu nghề dệt hoặc trải nghiệm nông nghiệp. Tuy nhiên, hình thức này còn lẻ tẻ, chưa trở thành cơ chế cộng đồng có tổ chức.

“Tôi hay giới thiệu cho khách về phong tục, dẫn đi xem làm ruộng, nhưng chỉ làm khi khách yêu cầu, chưa có lịch cụ thể”, người dẫn tour trải nghiệm.



Hình 4.2. Hoạt động hướng dẫn khách du lịch tại Khuổi Khon

Ở bậc tham gia cao nhất là bậc 7 (tham gia chủ động), hiện nay ở Khuổi Khon chưa có dấu hiệu tham gia chủ động rõ ràng theo nghĩa cộng đồng tự khởi xướng, thiết kế sản phẩm hoặc lập kế hoạch phát triển dài hạn. Sự tham gia của cộng đồng vẫn phụ thuộc vào các yếu tố bên ngoài (sự hỗ trợ từ chính quyền, doanh nghiệp, các dự án hoặc tổ chức phi chính phủ), chưa có tổ chức là cộng đồng địa phương đóng vai trò điều phối.

Như vậy, mức độ tham gia cộng đồng tại Khuổi Khon phản ánh mô hình phát triển còn thiên về hỗ trợ bên ngoài và tham gia chức năng, thiếu tính đồng kiến tạo sản phẩm. Các sản phẩm du lịch đặc thù mang giá trị văn hóa cao, nhưng chưa được cộng đồng tổ chức thành chuỗi sản phẩm có tính định hướng và bền vững. Điều này đặt ra yêu cầu nâng cao năng lực, xây dựng cơ chế tổ chức đại diện và thúc đẩy quá trình trao quyền thực chất cho cộng đồng địa phương tại Khuổi Khon.

4.2. Yếu tố ảnh hưởng đến sự tham gia của cộng đồng trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù

Từ kết quả phân tích thực trạng cũng như mức độ tham gia của cộng đồng, có thể thấy, sự tham gia của người Lô Lô đen tại Khuổi Khon trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù chịu ảnh hưởng bởi 4 nhóm yếu tố chính như sau:

Thứ nhất, nhận thức và năng lực của người dân còn hạn chế: nhiều hộ tiếp cận du lịch với mục tiêu thu nhập ngắn hạn, chưa có tư duy dài hạn về phát triển sản phẩm gắn với bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc. Kỹ năng tổ chức giao tiếp, hướng dẫn khách du lịch, truyền thông và ngoại ngữ còn yếu, ảnh hưởng đến khả năng làm chủ và nâng cấp sản phẩm.

Thứ hai, thiếu tổ chức đại diện và cơ chế phối hợp: hiện tại chưa có mô hình hợp tác xã hoặc tổ du lịch cộng đồng đóng vai trò điều phối, ban quản lý của xóm hoạt động rời rạc, thiếu chuyên nghiệp. Các hộ kinh doanh hoạt động riêng lẻ, thiếu chia sẻ thông tin và phối hợp, dẫn đến dịch vụ phân tán, không đồng đều, khó xây dựng thương hiệu thống nhất.

Thứ ba, hạ tầng du lịch và tiếp cận thị trường còn yếu: cơ sở vật chất du lịch đơn sơ, thiếu tiện nghi và kênh quảng bá hiệu quả. Nguồn khách chủ yếu đến qua các đoàn tự phát hoặc giới thiệu từ chính quyền, hoặc doanh nghiệp lữ hành, chưa có liên kết với các nền tảng số [15]. Thứ tư, hỗ trợ từ bên ngoài còn ít: dù đã có sự tham gia của chính quyền và một số tổ chức, nhưng cách tiếp cận vẫn nặng tính hành chính, thiếu cơ chế đồng kiến tạo và chưa chuyển hóa thành năng lực tổ chức độc lập của cộng đồng.

5. Kết luận

Nghiên cứu tại xóm Khuổi Khon cho thấy cộng đồng người Lô Lô đã bước đầu tham gia vào phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù như lưu trú homestay truyền thống, ẩm thực địa phương, trình diễn văn nghệ dân gian và trải nghiệm nghề truyền thống. Tuy nhiên, mức độ tham gia hiện còn thấp, chủ yếu tập trung ở các bậc trung gian trong thang đo Pretty (1995), như tham gia tư vấn; tham gia khuyến khích vật chất; tham gia chức năng. Các hình thức tham gia chủ động, đồng kiến tạo và kiểm soát hoạt động du lịch chưa rõ rệt. Kết quả này phản ánh mô hình phát triển du lịch cộng đồng tại Khuổi Khon

Tài liệu tham khảo

- [1] D. J. Timothy, "Participatory planning a view of tourism in Indonesia," *Ann. Tour. Res.*, vol. 26, no. 2, 1999, doi: 10.1016/S0160-7383(98)00104-2.
- [2] C. Tosun, D. J. Timothy, A. Parpairis, and D. MacDonald, "Cross-border cooperation in tourism marketing growth strategies," *J. Travel Tour. Mark.*, vol. 18, no. 1, 2005, doi: 10.1300/J073v18n01_02.
- [3] P. E. Murphy, *Tourism: A Community Approach* (RLE Tourism). 2013. doi: 10.4324/9780203068533.
- [4] C. Tosun and D. J. Timothy, "Arguments for Community Participation in the Tourism Development Process," *J. Tour. Stud.*, vol. 14, no. 2, 2003.
- [5] R. Scheyvens, "Ecotourism and the empowerment of local communities," *Tour. Manag.*, vol. 20, no. 2, 1999, doi: 10.1016/S0261-5177(98)00069-7.
- [6] R. Scheyvens and H. van der Watt, "Tourism, empowerment and sustainable development: A new framework for analysis," *Sustain.*, vol. 13, no. 22, 2021, doi: 10.3390/su132212606.
- [7] C. Tosun, "Towards a typology of community participation in the tourism development process," *Anatolia*, vol. 10, no. 2, 1999, doi: 10.1080/13032917.1999.9686975.
- [8] C. Tosun, "Expected nature of community participation in tourism development," *Tour. Manag.*, vol. 27, no. 3, 2006, doi: 10.1016/j.tourman.2004.12.004.
- [9] H. Goodwin and R. Santilli, "Community-Based Tourism: a success?," *ICRT Occassional Pap. Univ. Greenwich*, vol. 11, no. 03.2230.5-001.00, 2009.
- [10] Võ Quế, *Du lịch cộng đồng lý thuyết và vận dụng*. NXB Khoa học và Kỹ thuật, Hà Nội, 2006.
- [11] Bùi Thanh Hương & Nguyễn Đức Hoa Cương, *Nghiên cứu các mô hình du lịch dựa vào cộng đồng ở Việt Nam*. Tổ chức phát triển Hà Lan (SNV), Trường Đại học Hà Nội., 2007.

hiện vẫn phụ thuộc nhiều vào yếu tố bên ngoài, thiếu thiết chế tổ chức nội sinh, cơ chế chia sẻ lợi ích minh bạch và năng lực phát triển sản phẩm. So với một số mô hình ở khu vực miền núi phía Bắc, điểm yếu rõ nhất ở Khuổi Khon là cộng đồng chưa thực sự làm chủ hoạt động du lịch, từ thiết kế sản phẩm đến quảng bá và tiếp thị, xây dựng chiến lược kế hoạch phát triển.

Từ kết quả nghiên cứu, bài viết đề xuất một số hàm ý như sau:

Về chính sách: cần chuyển đổi cơ chế hỗ trợ sang trao quyền thực chất cho cộng đồng thông qua mô hình như hợp tác xã hoặc tổ hợp tác du lịch, gắn với khung pháp lý rõ ràng và cơ chế giám sát nội bộ.

Về đào tạo nâng cao năng lực cho cộng đồng: tập trung bồi dưỡng kỹ năng tổ chức dịch vụ du lịch, kỹ năng giao tiếp, hướng dẫn du lịch, thiết kế sản phẩm và quản trị chất lượng dịch vụ; ưu tiên hình thành những người tiên phong trong cộng đồng để dẫn dắt quá trình chuyển đổi. Về phát triển sản phẩm du lịch đặc thù và mở rộng thị trường: hỗ trợ xây dựng chuỗi sản phẩm mang đậm bản sắc văn hóa Lô Lô đen, kết nối với doanh nghiệp lữ hành và nền tảng số để mở rộng thị trường, đồng thời nâng cao năng lực cạnh tranh điểm đến.

Lời cảm ơn: Nhóm tác giả xin trân trọng cảm ơn Ủy ban Nhân dân xã Kim Cúc, Ban quản lý du lịch cộng đồng xóm Khuổi Khon và các hộ gia đình người Lô Lô đen tại địa bàn nghiên cứu đã nhiệt tình hỗ trợ, cung cấp thông tin và tham gia các cuộc phỏng vấn, tạo điều kiện thuận lợi để chúng tôi hoàn thành bài báo này.

- [12] Nguyễn Đoàn Hạnh Dung, “SỰ THAM GIA CỦA CỘNG ĐỒNG ĐỊA PHƯƠNG TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI LÀNG THANH THỦY CHÁNH, HUẾ,” *Hue Univ. J. Sci. Soc. Sci. Humanit.*, vol. 128, no. 6D, pp. 101–119, Nov. 2019, doi: 10.26459/hueuni-jssh.v128i6D.5467.
- [13] Nguyen Bui Anh Thu et al, “Local community participation in developing community-based ecotourism at Bay Mau Cam Thanh Coconut Forest-Hoi An,” *Hue Univ. J. Sci. Soc. Sci. Humanit.*, vol. 128, no. 6D, pp. 53–70, Nov. 2019, doi: 10.26459/hueuni-jssh.v128i6D.5417.
- [14] Đàm Thị Uyên & Mai Thị Hồng Vĩnh, “Tín ngưỡng của người Lô Lô ở miền Tây Cao Bằng,” *TNU J. Sci. Technol.*, vol. 227, no. 09, pp. 559–567, May 2022, doi: 10.34238/tnu-jst.5918.
- [15] Trương Thị Cẩm Anh, Trần Đình Thao, Hồ Ngọc Ninh, “Thực trạng và giải pháp giảm nghèo cho dân tộc Lô Lô trên địa bàn tỉnh Cao Bằng,” *Tạp chí Khoa học Nông nghiệp Việt Nam*, vol. 18, no. 9, pp. 713–724, 2020.
- [16] Nguyễn Văn Tiến, “Khuổi Khon khai thác văn hóa Lô Lô phát triển du lịch cộng đồng,” *Tạp chí Du lịch*, vol. 5, 2022.
- [17] B. Trauer, “Conceptualizing special interest tourism - Frameworks for analysis,” *Tour. Manag.*, vol. 27, no. 2, 2006, doi: 10.1016/j.tourman.2004.10.004.
- [18] C. Purnomo Akademi Maritim Yogyakarta, “Efektifitas Strategi Pemasaran Produk Wisata Minat Khusus Gua Cerme, Imogiri, Bantul,” *J. Siasat Bisnis*, vol. 12, no. 3, 2008.
- [19] P. E. Murphy, “Tourism as a community industry-an ecological model of tourism development,” *Tour. Manag.*, vol. 4, no. 3, 1983, doi: 10.1016/0261-5177(83)90062-6.
- [20] J. N. Pretty, “Participatory learning for sustainable agriculture,” *World Dev.*, vol. 23, no. 8, 1995, doi: 10.1016/0305-750X(95)00046-F.
- [21] P. Chathoth, L. Altinay, R. J. Harrington, F. Okumus, and E. S. W. Chan, “Co-production versus co-creation: A process based continuum in the hotel service context,” *Int. J. Hosp. Manag.*, vol. 32, no. 1, 2013, doi: 10.1016/j.ijhm.2012.03.009.
- [22] M. M. Leal, B. Casais, and J. F. Proença, “Tourism co-creation in place branding: the role of local community,” *Tour. Rev.*, vol. 77, no. 5, 2022, doi: 10.1108/TR-12-2021-0542.

Community participation in the development of special interest tourism products: a case study of Khuoi Khon hamlet, Kim Cuc commune, Bao Lac district, Cao Bang province

Đo Huyen Trang^{1,*}, Nguyen Phuong Thao²

¹Faculty of Tourism – Hospitality, Phenikaa School of Economics and Business, PHENIKAA University

²Faculty of Tourism, School of Foreign Languages and Tourism, Hanoi University of Industry (HaUI)

Email: trang.dohuyen@phenikaa-uni.edu.vn

Abstract This research investigates the participation of the Lo Lo ethnic community in Khuoi Khon Hamlet (Kim Cuc Commune, Bao Lac District, Cao Bang Province) in the development of special interest tourism products. By employing a qualitative methodology including in-depth interviews and field observations and applying Pretty’s (1995) seven-level participation framework, the study examines the extent of community involvement and identifies key factors influencing their participation in developing culturally embedded tourism offerings. The findings indicate that the local community has begun engaging in tourism-related activities such as operating homestays, preparing traditional cuisine, performing folk arts, and offering handicraft-based experiences. However, the level of engagement remains mainly at intermediate levels, namely consultative participation, material incentives, and functional roles, while proactive and co-creative participation remains limited. Influencing factors include limited awareness and skills among residents, a lack of representative community organizations, inadequate tourism infrastructure, and weak market linkages, as well as unsustainable external support. Based on these insights, the research proposes several policy implications to enhance the role of the local community in the sustainable development of special interest tourism products.

Keywords Special interest tourism products; community participation; community-based tourism.