

# TÌM HIỂU XUNG ĐỘT GIỮA CƯ DÂN VÀ DOANH NGHIỆP DU LỊCH TẠI KHU BẢO TỒN THIÊN NHIÊN PÙ LUÔNG: NGHIÊN CỨU TỪ NHẬN THỨC CỦA NGƯỜI DÂN ĐỊA PHƯƠNG

Dương Thị Hiền<sup>1</sup>, Trần Đức Thanh<sup>2</sup>

## TÓM TẮT

*Cư dân và doanh nghiệp du lịch là những mắt xích quan trọng tại mỗi điểm đến du lịch. Trong quá trình tương tác, với những lợi ích, vai trò, mục tiêu, triết lý khác nhau, sự mâu thuẫn, xung đột giữa hai nhóm này là điều khó tránh khỏi. Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả sử dụng phương pháp phỏng vấn sâu với 20 cư dân địa phương (là đại diện của những người tham gia du lịch và không tham gia du lịch) để làm rõ những xung đột tồn tại giữa cư dân và doanh nghiệp du lịch. Kết quả nghiên cứu là cơ sở lý luận đề đưa ra một số góp ý cho chính quyền địa phương trong việc quản lý xung đột, tạo ra sự đồng thuận giữa các bên liên quan. Qua đó, góp phần phát huy sức mạnh của các bên, tạo ra hình ảnh đẹp về điểm đến.*

**Từ khoá:** Xung đột, cư dân, doanh nghiệp du lịch, Khu Bảo tồn Thiên nhiên Pù Luông.

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Cộng đồng địa phương (hay cư dân địa phương) là các hộ dân sinh sống trong khu vực triển khai hoạt động du lịch. Cộng đồng địa phương được xem là bên liên quan quan trọng nhất trong phát triển du lịch bền vững tại mỗi điểm đến. Sự tham gia và ủng hộ của cư dân địa phương chính là yếu tố quyết định sự phát triển bền vững của điểm đến (Alexander, 2000). Sự phát triển du lịch sẽ không có ý nghĩa nếu lợi ích kinh tế xã hội và môi trường của nó không mang lại cho cộng đồng địa phương. Doanh nghiệp du lịch là các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh liên quan đến du lịch, bao gồm: các doanh nghiệp lưu trú, các doanh nghiệp kinh doanh ăn uống, doanh nghiệp kinh doanh vận chuyển, đưa đón khách; doanh nghiệp kinh doanh lễ hành và hướng dẫn viên du lịch (Luật Du Lịch Việt Nam, 2017). Các doanh nghiệp du lịch là cầu nối giữa khách du lịch với cộng đồng, là người giữ vai trò môi giới trung gian để bán các sản phẩm dịch vụ du lịch cho khách (Goodwin & Santilli, 2009). Họ cũng là người đầu tư để tạo ra một số sản phẩm du lịch tại điểm đến như dịch vụ lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí... khi cộng đồng địa phương chưa đủ khả năng cung ứng các dịch vụ này. Các doanh nghiệp du lịch thường sử dụng lao động địa phương trong các công việc lao công, nghiệp vụ như dọn vệ sinh, bảo vệ, dọn phòng, nấu ăn, chạy bàn... Từ đó, góp phần tạo thu nhập cho người dân. Bên cạnh đó, doanh nghiệp du lịch còn đóng góp vào sự phát triển kinh tế của địa phương thông qua việc mua nông sản, hàng hóa của địa phương để bán cho du khách, đóng thuế, phí môi trường, lệ phí tham quan.

<sup>1</sup> Khoa Khoa học Xã hội, Trường Đại học Hồng Đức; Email: duongthihien@hdu.edu.vn

<sup>2</sup> Khoa Du lịch học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn Hà Nội

Tuy nhiên, tại nhiều điểm đến, doanh nghiệp du lịch bị chỉ trích là những thế lực đã bắt tay với các nhà chức trách để mua đất của người dân địa phương với giá rẻ, chiếm dụng những mảnh đất quan trọng của địa phương (Jinsheng & Siriphon, 2019; Lo & Janta, 2020; Wang & Yotsumoto, 2019), gây ô nhiễm môi trường (Mannon & Glass-Coffin, 2019) và làm xáo trộn cảnh quan (Kreiner et al., 2015). Việc kinh doanh du lịch đã làm thay đổi cấu trúc xã hội và làm giảm sự gắn kết cộng đồng (Kinseng et al., 2018). Nhiều bất đồng trong chia sẻ lợi ích cũng đã xảy ra (Jinsheng & Siriphon, 2019; Lo & Janta, 2020).

Tại nhiều điểm đến du lịch, để phản đối các doanh nghiệp du lịch, người dân đã diễu hành chặn đường và biểu tình công khai (Jinsheng & Siriphon, 2019), đốt xe của du khách, phá hoại tàu thuyền du lịch (Ebrahimi & Khalifah, 2014). Tại Việt Nam, vấn đề mâu thuẫn, căng thẳng giữa cư dân và các bên như doanh nghiệp du lịch đã bắt đầu được bộc lộ (Thân Vĩnh Lộc, 2016). Những hành động đó không chỉ làm xấu đi hình ảnh của điểm đến mà còn phá hủy giá trị hợp tác giữa các bên liên quan, ảnh hưởng tiêu cực đến tính bền vững xã hội, môi trường và kinh tế, gây lãng phí tài nguyên, làm cho địa phương thiếu định hướng chiến lược, làm suy yếu công tác quản lý du lịch; ảnh hưởng tới thái độ, sự ủng hộ của cộng đồng với việc phát triển du lịch (Lo & Janta, 2020; Wang, 2021).

Như vậy, một trong những vấn đề quan trọng để duy trì và đảm bảo sự phát triển bền vững, hiệu quả của một điểm đến du lịch chính là phải nhận diện được những mâu thuẫn nảy sinh giữa cộng đồng địa phương và doanh nghiệp du lịch; phân tích và làm rõ nguyên nhân của các mâu thuẫn, xung đột. Từ đó, xây dựng mô hình quản lý xung đột, nhằm hạn chế tác động tiêu cực của các xung đột đối với các bên. Điều này không chỉ giúp đảm bảo lợi ích cho cộng đồng địa phương và các doanh nghiệp du lịch, mà hơn hết nó còn giúp các điểm đến du lịch hoạt động một cách ổn định và bền vững.

## 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### 2.1. Khái niệm xung đột

Xung đột là một hiện tượng, một trạng thái, một quá trình luôn thường trực trong xã hội, tồn tại ở hầu hết các cấp độ xã hội, xuất hiện khi một bên nhận thấy bên kia đã, đang hoặc sẽ gây ra những mối lo ngại/sự thất vọng cho họ (Thomas, 1976). Wall & Callister (1995) cũng đưa ra định nghĩa xung đột là một quá trình trong đó một bên nhận thấy rằng lợi ích của mình đang bị chống đối hoặc bị ảnh hưởng tiêu cực bởi một bên khác. Xung đột có thể chỉ thể hiện trong thái độ, quan điểm, lợi ích, mục tiêu, nhưng nó cũng có thể được biểu hiện bằng hành vi cụ thể.

Như vậy, xung đột giữa cư dân và doanh nghiệp du lịch được xác định trong nghiên cứu này là các tình huống liên quan đến: sự bất đồng (disagreement), cảm xúc tiêu cực (negative emotions) và lo ngại về tác động tiêu cực (interference/negatively affected) mà doanh nghiệp du lịch có thể gây ra cho cư dân địa phương trong quá trình tương tác, phát triển du lịch tại địa phương. Những khía cạnh này được sử dụng để phỏng vấn các đáp viên về nội dung xung đột giữa cư dân và doanh nghiệp du lịch.

## 2.2. Miêu tả địa bàn nghiên cứu

Khu Bảo tồn Thiên nhiên (BTTN) Pù Luông là một điểm đến du lịch nổi tiếng tại miền núi Thanh Hóa, cách Hà Nội khoảng 170 km và trung tâm thành phố 130 km. Với  $\frac{3}{4}$  diện tích là rừng nguyên sinh, Pù Luông có hệ sinh thái đa dạng phong phú, không khí trong lành, cùng rất nhiều cảnh quan hấp dẫn, còn nhiều nét hoang sơ. Đó là quang cảnh của núi non hùng vĩ cùng những cánh rừng xanh rì; là các hang động với nhũ đá sắc màu đã được hình thành trong suốt 250 triệu năm; là các suối, thác nước trong veo, mát lạnh; những cánh đồng ruộng bậc thang trải dài trong thung lũng, cùng những nếp nhà sàn cổ kính của cộng đồng người Mường, người Thái ẩn hiện trong sương. Tất cả đã tạo nên một bức tranh tuyệt đẹp tựa như vườn treo trên cao. Ngoài ra, với độ cao trên dưới 1000m (có đỉnh cao nhất lên đến 1700m), Pù Luông có kiểu khí hậu mát mẻ quanh năm, là một điểm đến du lịch nghỉ dưỡng lý tưởng của xứ Thanh. Trong quá khứ, thực dân Pháp đã từng có ý định đầu tư công sức, tiền bạc để biến vùng núi cao này trở thành một trung tâm du lịch sinh thái và nghỉ dưỡng lý tưởng giống như Đà Lạt (Lâm Đồng) và Sapa (Lào Cai). Nhưng vì điều kiện chưa cho phép tham vọng đó vẫn còn bỏ ngỏ. Pù Luông còn hấp dẫn du khách bởi những nét văn hóa rất đặc trưng của đồng bào dân tộc Thái, Mường. Đó là những phong tục, lễ hội truyền thống, kiến trúc nhà sàn, ẩm thực cùng các nghề truyền thống vẫn còn được lưu giữ (như nghề dệt thổ cẩm, đan lát, canh tác lúa nước), những điệu múa nón, múa quạt của người Thái, cồng chiêng của người Mường.

Có thể nói, khu BTTN Pù Luông hội tụ tất cả các yếu tố để trở thành điểm đến du lịch hấp dẫn. Thực tế, du khách đã bắt đầu tìm đến Pù Luông từ đầu những năm 2000s và trở nên đặc biệt sôi động từ năm 2015. Trong 5 năm qua, Khu BTTN Pù Luông liên tục đón hàng nghìn lượt du khách tới thăm mỗi năm (Ban quản lý Khu bảo tồn Thiên nhiên Pù Luông, 2019). Để đáp ứng nhu cầu của du khách, nhiều hộ dân địa phương đã nhanh nhẹn học hỏi kinh nghiệm, mạnh dạn cải tạo nhà cửa, xây dựng thêm cơ sở vật chất kỹ thuật để kinh doanh các dịch vụ du lịch như kinh doanh homestay, dịch vụ ăn uống, giao lưu văn nghệ, quà lưu niệm,... Nhận thấy những tiềm năng và cơ hội phát triển, nhiều chủ đầu tư bên ngoài cũng đã đến mua đất, thuê đất hoặc hợp tác với cư dân địa phương xây dựng các khu nghỉ dưỡng phục vụ nhu cầu của du khách. Đến nay, đã có hàng trăm doanh nghiệp du lịch đang hoạt động trên địa bàn khu BTTN Pù Luông.

## 2.3. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện nghiên cứu, phương pháp phỏng vấn bán cấu trúc đã được sử dụng. Cụ thể, nhóm tác giả xây dựng một danh mục các câu hỏi mở và các chủ đề cần đề cập đến. Người trả lời tự do giải thích quan điểm của họ, được đặt câu hỏi trở lại với người phỏng vấn để hiểu hơn về câu hỏi. Nội dung các câu hỏi liên quan tới quá trình hình thành và phát triển du lịch cộng đồng tại địa phương, thực trạng xung đột, các loại xung đột giữa các bên liên quan tại điểm đến, chính sách quản lý và giải quyết xung đột. Đại diện của cư dân địa phương (cả người tham gia du lịch và không tham gia du lịch) được lựa chọn theo chủ đích (lấy mẫu phi xác suất) nhằm tiếp cận những đối tượng phù hợp và am hiểu về vấn đề nghiên cứu.

Quá trình phỏng vấn diễn ra vào tháng 9 năm 2021. Nhóm nghiên cứu đã tiếp cận được 20 cư dân (6 cư dân là chủ các homestay, 1 cư dân là thành viên của gia đình kinh doanh homestay, 5 cư dân vừa là chủ hộ kinh doanh homestay, vừa là trưởng thôn/bí thư chi

bộ của thôn; 2 cư dân tham gia phục vụ tại các homestay, 2 cư dân tham gia vận chuyển khách và 4 cư dân không tham gia du lịch). Các bài phỏng vấn được thực hiện theo bản hướng dẫn phỏng vấn. Hướng dẫn này gồm một danh sách các câu hỏi, giúp người phỏng vấn tập trung vào các chủ đề có liên quan đến mục tiêu của đề tài. Tuy nhiên, tùy vào ngữ cảnh và đặc điểm của đối tượng phỏng vấn, thứ tự và cách đặt câu hỏi có thể linh động. Với nhiều đối tượng, ngoài các nội dung chính đã được liệt kê, nhóm nghiên cứu hỏi thêm các thông tin về địa phương và thực trạng du lịch.

### 3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

Sự phát triển của du lịch đã tạo ra nhiều thay đổi trong đời sống của cư dân địa phương. Người dân có nhiều cơ hội việc làm và nâng cao thu nhập; cơ sở hạ tầng được cải thiện; cảnh quan thiên nhiên được quan tâm hơn; ý thức bảo tồn văn hóa, bảo vệ môi trường cũng được nâng cao. Tuy nhiên, hoạt động du lịch đã làm gia tăng sự chênh lệch giàu nghèo, gây xáo trộn đời sống địa phương, thương mại hóa các giá trị văn hóa... Những tác động tiêu cực đó là tiền đề cho những xung đột tại khu BTTN Pù Luông. Dựa trên dữ liệu phỏng vấn, xung đột giữa cộng đồng cư dân và doanh nghiệp du lịch đang diễn ra như sau:

#### *Thứ nhất, về khía cạnh văn hoá xã hội*

Nhiều cư dân phản ánh: các doanh nghiệp du lịch (cụ thể là doanh nghiệp kinh doanh lưu trú trên địa bàn) đã thương mại hóa, thậm chí là quảng bá sai về văn hóa truyền thống của địa phương. Nhiều hộ kinh doanh homestay trưng bày và cho thuê trang phục dân tộc, nhưng đó không phải là trang phục của người Thái Pù Luông mà là của Thái Tây Bắc. Thậm chí có gia đình còn trưng bày và cho khách thuê cả váy Mông để tham gia giao lưu nhảy sạp, uống rượu cần.

Hoạt động kinh doanh du lịch còn làm thay đổi lối sống của một số hộ dân. Họ đã biết nói dối khách, nói dối về nguồn gốc thực phẩm, nông sản, đồ lưu niệm. Người dân mua thực phẩm ngoài phố huyện về chế biến cho khách nhưng lại nói là thực phẩm sạch của nhà. Sự gán bó, đoàn kết trong cộng đồng cũng giảm đi. Người dân ít giúp đỡ nhau khi các gia đình có việc lớn. Thậm chí sự ghen ghét, đố kỵ cũng nảy sinh giữa các hộ dân, giữa những người không tham gia du lịch với hộ kinh doanh và giữa các hộ cùng kinh doanh du lịch. Một cư dân, đồng thời là chủ một homestay cho biết người dân có hành vi ghen tức với gia đình mình:

*“Để dẫn nước về bể, chúng tôi phải làm ống dẫn nước từ suối về, ống dẫn nước bắt qua bờ ruộng của nhiều hộ dân. Rồi không hiểu sao, người dân cứ cắt ống dẫn nước của gia đình tôi, có lẽ ghen tức với gia đình tôi...” (Cư dân 3).*

Cư dân khác lại chia sẻ: *“Một số hộ dân có thái độ ghen tị với những gia đình đông khách nên hay gây sự với khách. Rồi còn cố tình không đi dờn chuồng trại ra xa, gây mùi hôi cho các homestay bên cạnh. Khi ban quản lý đến nhắc nhở và yêu cầu đi dờn ra khu vực riêng thì họ nói đấy là đất của tôi, tôi thích làm gì thì làm. Đến nay vấn đề này chưa được xử lý” (Cư dân 4).*

#### *Thứ hai, về kinh tế*

Vấn đề chia sẻ lợi ích kinh tế từ du lịch cũng là một vấn đề căng thẳng giữa cư dân và doanh nghiệp du lịch. Nhiều người dân cho rằng lợi nhuận du lịch chủ yếu rơi vào tay một số

hộ làm du lịch hoặc các nhà đầu tư, còn người dân được hưởng lợi khá ít. Cụ thể, những hộ dân có nhà ở vị trí đẹp đã được các chủ đầu tư bên ngoài như thành phố Thanh Hoá, Hà Nội đến góp vốn hợp tác, đến nay thu nhập của họ rất tốt. Nhiều gia đình khác nhận được một chút lợi ích từ việc bán nông sản. Nhưng có những gia đình trả lời là mình không nhận được chút lợi ích gì từ du lịch, thậm chí cuộc sống còn bị thiệt thòi hơn. Một gia đình cho biết:

*“Trước đây, bản Đôn thuộc khu vực vùng núi nghèo nên con cái đi học được hỗ trợ kinh phí, nhưng khi du lịch phát triển nhiều hộ dân giàu lên rồi bên trên cắt bản Đôn khỏi danh sách hỗ trợ, con cái chúng tôi đi học không được hỗ trợ gì cả, mà gia đình tôi không làm du lịch, kinh tế vẫn rất khó khăn... (Cư dân 10)”*

Một cư dân cho biết thêm:

*“Hầu hết quản lý doanh nghiệp là người từ nơi khác đến. Họ có trình độ, biết ngoại ngữ mới được thuê. Người dân trong làng trình độ thấp nên chủ yếu chỉ làm phục vụ, lau dọn. Với các homestay do cư dân làm chủ, người nhà họ tự làm hết chứ không thuê bên ngoài. Gia đình tôi chưa bao giờ được ai thuê” (Cư dân 11).*

Ngoài ra, sự mâu thuẫn xảy ra giữa các hộ dân cùng kinh doanh du lịch. Một cư dân có cho biết:

*“Ở đây mỗi nhà phải trích ra 10.000 VNĐ trên một đầu khách để nộp vào quỹ cộng đồng. Hàng quý, chi hội trưởng chi hội phụ nữ sẽ đến thu. Nguồn quỹ được sử dụng cho các việc chung của làng như dọn vệ sinh, trồng hoa ven đường, sửa đường. Nhưng nhiều gia đình gian dối trong kê khai để không phải đóng góp, hoặc đóng ít đi. Thực tế ở đây quản lý không chặt, báo lên bao nhiêu thì biết bấy nhiêu.... Trước đây gia đình tôi có đóng góp quỹ du lịch cộng đồng đầy đủ nhưng rồi tôi thấy nhiều hộ không đóng nên tôi cũng không đóng nữa. (Cư dân 4).*

Cư dân cũng thể hiện sự quan ngại về việc khó so bì, cạnh tranh được với các doanh nghiệp có chủ đầu tư bên ngoài giúp đỡ. Một gia đình kinh doanh homestay tại bản Đôn cho biết:

*“Họ chủ yếu là người Hà Nội, có cả người nước ngoài, vừa giàu vừa giỏi nên làm du lịch rất giỏi, phòng đất nhưng khách lúc nào cũng đông. Chúng tôi chỉ làm homestay bình dân, mỗi khách trung bình từ 100.000 đến 200.000 VNĐ/đêm. Vào mùa cao điểm thì có khách nhưng những lúc khác ít lắm” (Cư dân 6).*

#### *Thứ ba, về môi trường tự nhiên*

Người dân khá bức xúc về vấn đề ô nhiễm môi trường. Người dân cho biết, nhiều doanh nghiệp, hộ kinh doanh homestay xả trực tiếp nước thải xuống suối, xuống ruộng của dân, gây bốc mùi, làm đổi màu nước. Trước đây nước suối sạch có thể tắm, uống trực tiếp, nhưng đến nay không thể tắm được vì bẩn.

*“Ba ống nước thải của một khu nghỉ dưỡng xả thẳng xuống ruộng lúa của gia đình tôi. Đến nay nước ruộng đã có mùi lạ, khi lội vào cảm thấy ngứa chân. Gia đình tôi có đề xuất chủ doanh nghiệp phải có phí đền bù nhưng chưa được giải quyết” (Cư dân 10).*

Để xử lý rác thải, các hộ dân trong bản sử dụng phương pháp truyền thống là chôn lấp hoặc đốt rác. Khi chưa có khách du lịch, lượng rác thải ít thì không sao, nhưng khi du khách đến đông, lượng rác thải lớn, việc đốt rác gây ra ô nhiễm không khí. Hiện nay, công ty vệ sinh môi trường đã đến thu gom rác nên tình trạng đốt rác đã đỡ hơn trước, nhưng lại gây ra vấn đề tranh cãi, nộp phí môi trường như thế nào cho công bằng. Vấn đề này, mỗi bản lại có

cách xử lý khác nhau. Có nơi chia theo đầu người, theo hộ kinh doanh du lịch với hộ không kinh doanh du lịch, theo khối lượng... Có thôn đã giải quyết và đi đến thống nhất chung trong làng, nhưng có thôn vẫn đang tranh cãi và chưa có phương án cuối cùng. Ví dụ, tại bản Hiêu, đại diện thôn cho biết:

*“Hai lần một tuần, xe của công ty vệ sinh môi trường đến thu gom rác. Phí cả thôn là 5 triệu VNĐ/tháng, chia cho 400 nhân khẩu (người), mỗi khẩu đóng 3000VNĐ/tháng, như vậy là được 1.2 triệu, còn lại 2.8 triệu sẽ chia cho 14 hộ kinh doanh homestay. Tuy nhiên một số hộ cho rằng mình chỉ đón khách từ tháng 5 đến tháng 9 nên chỉ đóng 270.000VNĐ cho 4 tháng đó, các tháng còn lại họ cũng chỉ đóng 3.000VNĐ/khẩu và 8 hộ còn lại sẽ phải đóng 400.000VNĐ. Tuy nhiên, 8 hộ dân kia cũng phản đối, không đồng ý với đề xuất này. Hiện nay, vấn đề này cũng chưa được giải quyết” (Cư dân 16).*

Ngoài ra, việc xây dựng liên tục các cơ sở lưu trú còn gây phá vỡ cảnh quan thiên nhiên của địa phương. Một cư dân tại bản Đôn trả lời:

*“Mấy năm nay các nhà đầu tư nơi khác đến mua đất xây homestay/khu nghỉ dưỡng liên tục. Mấy xúc, máy ủi, xe tải chở đất vào ra vào liên tục. Từ màu xanh của núi rừng giờ nhìn thật lởm chớm, nham nhở bởi màu vàng của các dự án dở dang. Cột điện, dây điện chằng chịt khắp nơi (Cư dân 5).*

#### 4. KẾT LUẬN

Xung đột là một hiện tượng, một trạng thái, một quá trình luôn thường trực trong các mối quan hệ xã hội. Du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp, cần có sự phối hợp của nhiều bên liên quan; trong quá trình tương tác, những mâu thuẫn, xung đột là điều không thể tránh khỏi. Sự xung đột giữa các bên liên quan có thể làm xấu đi hình ảnh của điểm đến, đồng thời phá hủy giá trị hợp tác giữa các bên, làm cho địa phương thiếu định hướng chiến lược và làm suy yếu công tác quản lý du lịch. Vì vậy, việc nhận diện các xung đột giữa các thành viên là rất quan trọng.

Qua kết quả phỏng vấn sâu cư dân địa phương tại các điểm đến du lịch thuộc khu BTTN Pù Luông, sự xung đột giữa hai nhóm cư dân và doanh nghiệp du lịch chủ yếu liên quan tới vấn đề chia sẻ lợi ích kinh tế và những tác động tiêu cực mà doanh nghiệp du lịch gây ra cho môi trường văn hóa xã hội và môi trường tự nhiên. Về cơ bản, những xung đột này chưa tạo ra những hành vi bạo lực như một số điểm đến khác. Tuy nhiên, các nhà quản lý cần có sự lưu tâm về vấn đề này trước khi nó đi xa hơn. Các nhà quản lý nên tập trung vào các hoạt động làm tăng lợi ích cảm nhận của cư dân sở tại về ngành kinh tế du lịch, làm cho các nhóm nhìn nhận được giá trị của nhau.

Cư dân với doanh nghiệp du lịch nên ngồi lại với nhau và thống nhất một cơ chế rõ ràng về việc hợp tác cùng có lợi. Cộng đồng sẽ duy trì cảnh quan tự nhiên như cảnh quan nông nghiệp, nghề truyền thống, lối sống văn hóa truyền thống, bảo vệ môi trường, tạo nên hình ảnh đẹp của điểm đến thu hút du khách cho doanh nghiệp. Ngược lại, doanh nghiệp kiếm lời nhờ vào những giá trị văn hóa của cộng đồng phải chấp nhận chia sẻ lợi ích, giúp nâng cao chất lượng cuộc sống cho người dân, bảo tồn văn hóa, lễ hội của địa phương, phục dựng các di tích lịch sử, bảo vệ cảnh quan thiên nhiên... Ngoài ra, doanh nghiệp phải thực hiện đúng các quy định về bảo vệ môi trường, đào tạo và sử dụng lao động địa phương và

trả mức thù lao hợp lý. Doanh nghiệp nên ưu tiên việc làm cho người dân địa phương để tạo cơ hội việc làm cho địa phương và giúp họ nhận được những lợi ích từ phát triển du lịch.

Các bên liên quan cũng có thể nhờ bên thứ ba làm trung gian đứng ra tìm hiểu những mong muốn, sự quan tâm của các bên, từ đó đưa ra những đề xuất cho sự hợp tác có lợi cho cả hai bên (Rubin, 1994). Chính quyền địa phương (người đóng vai trò trung gian giữa các doanh nghiệp, công ty du lịch với cộng đồng địa phương) là các trung gian tốt nhất có thể thực hiện nhiệm vụ kết nối và tạo điều kiện để các bên nâng cao hiểu biết lẫn nhau, nhận thức tích cực về nhau, tạo nên sự đồng thuận giữa các nhóm, từ đó tạo ra sự hợp tác rộng rãi hơn và hình thành các liên minh trong tương lai. Chính quyền địa phương cần tìm hiểu và nắm bắt được nhu cầu, lợi ích và mối quan tâm của từng bên, qua đó xây dựng một cơ chế, chính sách tích hợp có thể đáp ứng nguyện vọng của các bên liên quan. Mỗi địa phương cần có những quy định rõ ràng, nhất quán (bộ quy tắc ứng xử trong du lịch/ Code of Conduct) và yêu cầu các bên tham gia cùng tuân thủ.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Thân Vĩnh Lộc (2016), Được mất du lịch cộng đồng - Xung đột lợi ích, *Báo Quảng Nam (Online)*, <https://baoquangnam.vn/du-lich/duoc-mat-du-lich-cong-dong-bai-2-xung-dot-loi-ich-43150.html>.
- [2] Quốc Hội nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2017), *Luật Du lịch Việt Nam*.
- [3] Alexander, S. E. (2000), Resident attitudes towards conservation and black howler monkeys in Belize: the Community Baboon Sanctuary, *Environmental Conservation*, 27(4), 341–350.
- [4] Ebrahimi, S., & Khalifah, Z. (2014), Community supporting attitude toward community-based tourism development; non-participants perspective, *Asian Social Science*, 10(17), 29-35. <https://doi.org/10.5539/ass.v10n17p29>
- [5] Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). Community-Based Tourism: a success? *ICRT Occasional Paper 11*, 11, 1–37.
- [6] Jinsheng, Z., & Siriphon, A. (2019), Community-based Tourism Stakeholder Conflicts and the Co-creation Approach: *Journal of Mekong Societies*, 15(2), 37-54. <https://doi.org/10.14456/jms.2019.9>
- [7] Kinseng, R. A., Nasdian, F. T., Fatchiya, A., Mahmud, A., & Stanford, R. J. (2018), Marine-tourism development on a small island in Indonesia: blessing or curse? *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(11), 1062-1072. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1515781>
- [8] Kreiner, N. C., Shmueli, D. F., Ben Gal, M. (2015), Understanding conflicts at religious-tourism sites: The Baha'i World Center, Israel, *Tourism Management Perspectives*, 16, 228–236. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.04.001>
- [9] Lo, Y.-C., & Janta, P. (2020), Resident's Perspective on Developing Community-Based Tourism - A Qualitative Study of Muen Ngoen Kong Community, Chiang Mai, Thailand, *Frontiers in Psychology*, 11(1493), <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01493>

- [10] Mannon, S. E., & Glass-Coffin, B. (2019), Will the real rural community please stand up? Staging rural community-based tourism in Costa Rica, *Journal of Rural and Community Development*, 14(4), 71-93.
- [11] Rubin, J. Z. (1994), Models of Conflict Management, *Journal of Social Issues*, 50(1), 33-45. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1994.tb02396.x>
- [12] Thomas, K. W. (1976), Conflict and conflict management. In M. D. Dunnette (Ed.), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology* (pp. 889-935), Rand McNally.
- [13] Wall, J. A. J., & Callister, R. R. (1995), Conflict and its management, *Journal of Management*, 21(3), p.515-558.
- [14] Wang, L. (2021), Causal analysis of conflict in tourism in rural China: The peasant perspective, *Tourism Management Perspectives*, 39(July), 100863. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100863>
- [15] Wang, L., Yotsumoto, Y. (2019), Conflict in tourism development in rural China, In *Tourism Management* (Vol. 70, pp. 188-200), <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.08.012>

## UNCOVERING CONFLICTS BETWEEN RESIDENTS AND TOURISM ENTERPRISES IN PU LUONG NATURAL RESERVE: A STUDY FROM LOCALS' PERCEPTION

Duong Thi Hien, Tran Duc Thanh

### ABSTRACT

*Residents and tourism enterprises are important stakeholders in all tourist destinations. During the process of interaction, with different interests, roles, goals and theories, these two groups often conflict with each other. In this study, the authors used in-depth interviews with 20 residents (both tourism participants and non-participants) to clarify conflicts between residents and tourism businesses. The research result is a theoretical basis to make some suggestions for local authorities in managing conflicts, creating consensus among stakeholders. Thereby, it contributes to promote the strengths of the parties, creating a beautiful image for the destination.*

**Keywords:** *Conflict, residents, tourism enterprises, Pu Luong Nature Reserve.*

\* Ngày nộp bài: 10/7/2022; Ngày gửi phản biện: 14/10/2022; Ngày duyệt đăng: 31/10/2022

\* Bài báo này là kết quả nghiên cứu từ đề tài cấp cơ sở, mã số đề tài ĐT-2021-07 của Trường Đại học Hồng Đức