

BÁO CÁO TỔNG HỢP

Hội thảo Quốc tế về Du lịch Bền vững Khu vực Tiểu vùng Sông Mê Công Mở rộng



Ghi chú:

- 1. Báo cáo được thực hiện với sự tham gia và hỗ trợ của Dự án Du lịch Thụy Sĩ vì sự phát triển bền vững tại Việt Nam (ST4SD)**
- 2. Người thực hiện: TS. Lê Tuấn Anh, Trưởng khoa Du lịch và Ngôn ngữ Quốc tế, Trường Đại học Văn hoá Hà Nội, chuyên gia Dự án ST4SD**

Mục đích

Tổng hợp các kết quả, bài học và ý kiến phản hồi chính từ diễn đàn, đồng thời đề xuất cơ chế, chính sách và khuyến nghị nhằm thúc đẩy du lịch bền vững tại Việt Nam và trong hợp tác Tiểu vùng Mê Công mở rộng (GMS).

Đối tượng sử dụng báo cáo

Cơ quan quản lý nhà nước (Chính phủ, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, các Bộ/ngành liên quan, Cục Du lịch Quốc gia, UBND và Sở Du lịch/Sở VHTT&DL các tỉnh/thành phố), khu vực tư nhân, các đối tác phát triển quốc tế, hiệp hội du lịch, cộng đồng địa phương và giới học thuật.

MỤC LỤC

TÓM TẮT	1
1. GIỚI THIỆU	4
1.1. Bối cảnh và cơ sở.....	4
1.2. Mục tiêu và kết quả kỳ vọng của Hội thảo.....	4
1.4. Phương pháp xây dựng báo cáo.....	5
1.5. Đối tượng sử dụng và cách thức vận dụng báo cáo.....	6
2. CÁC KẾT QUẢ THẢO LUẬN CHÍNH THEO CHỦ ĐỀ	7
2.1. Du lịch cộng đồng (CBT) và các mô hình du lịch bao trùm.....	7
2.2. Tiêu chuẩn, chứng nhận và bảo đảm chất lượng.....	7
2.3. Chuyển đổi số, dữ liệu và thương hiệu điểm đến.....	8
2.4. Hợp tác khu vực và quan hệ đối tác trong GMS.....	8
2.5. Các vấn đề xuyên suốt.....	9
3. CÁC PHÁT HIỆN TỔNG HỢP: THÁCH THỨC VÀ CƠ HỘI	10
3.1. Thách thức về chính sách và khung pháp lý.....	10
3.2. Khoảng trống về thể chế và điều phối.....	10
3.3. Khoảng trống về tiêu chuẩn, giám sát và dữ liệu.....	10
3.4. Khoảng cách số và tiếp cận thị trường không đồng đều.....	11
3.5. Các cơ hội chính.....	11
4. ĐỀ XUẤT CƠ CHẾ, CHÍNH SÁCH VÀ KHUYẾN NGHỊ ĐỐI VỚI VIỆT NAM	12
4.1. Định hướng về chính sách và quy định.....	12
4.2. Cơ chế thể chế và quản trị.....	12
4.3. Khung hỗ trợ cho du lịch cộng đồng và du lịch bao trùm.....	13
4.4. Tiêu chuẩn, chứng nhận và giám sát.....	13
4.5. Chuyển đổi số và xây dựng thương hiệu.....	14
4.6. Sáng kiến thí điểm và cơ chế học hỏi.....	14
5. ĐỀ XUẤT CƠ CHẾ, CHÍNH SÁCH VÀ KHUYẾN NGHỊ CHO HỢP TÁC GMS.....	15
5.1. Định hướng chính sách khu vực và gắn kết với Chiến lược Du lịch GMS 2030.....	15
5.2. Khung du lịch bền vững chung và bộ chỉ số GMS.....	15
5.3. Tiêu chuẩn khu vực và cơ chế công nhận lẫn nhau.....	16
5.4. Sản phẩm, tuyến du lịch liên biên giới và thương hiệu chung.....	16
5.5. Tri thức khu vực, dữ liệu và nền tảng số.....	17
5.6. Cơ chế quản trị và triển khai.....	17
6. KẾT LUẬN VÀ ĐỊNH HƯỚNG TIẾP THEO	18
6.1. Tóm tắt các thông điệp chính.....	18
6.2. Hàm ý chiến lược đối với Việt Nam và GMS.....	18
6.3. Các bước tiếp theo trong ngắn và trung hạn.....	19
6.4. Chương trình nghị sự về học hỏi và đối tác.....	20

TÓM TẮT

Hội nghị quốc tế về Du lịch bền vững Tiểu vùng sông Mê Công mở rộng (GMS) tổ chức tại Ninh Bình, Việt Nam đã quy tụ các nhà hoạch định chính sách, cơ quan quản lý du lịch, tổ chức khu vực, đại diện khu vực tư nhân, các chủ thể du lịch cộng đồng (CBT) và giới học thuật từ các nước trong Tiểu vùng. Trong bối cảnh du lịch phục hồi sau đại dịch COVID-19, rủi ro do biến đổi khí hậu gia tăng và kỳ vọng đối với thị trường thay đổi, các đại biểu thống nhất rằng du lịch bền vững không còn là một sự lựa chọn đặc biệt hay một yếu tố bổ sung tùy chọn mà đã trở thành nền tảng cho năng lực cạnh tranh dài hạn, khả năng chống chịu và sự bền vững chung của khu vực GMS.

Báo cáo này hệ thống hóa các thông điệp chính và ý kiến phản hồi từ hội thảo, đồng thời chuyển hóa chúng thành các cơ chế, định hướng chính sách và khuyến nghị có tính thực tiễn. Báo cáo chủ yếu dựa trên bài trình bày quan trọng của GS. Fabian Weber về các xu hướng toàn cầu và kinh nghiệm của Thụy Sĩ, cùng với hai phiên thảo luận của hội thảo giới thiệu kinh nghiệm của các nước GMS và bàn về cách thức cụ thể hóa Chiến lược Du lịch GMS 2030. Báo cáo tập trung vào hai cấp độ hành động: (i) các giải pháp ở cấp quốc gia dành cho Việt Nam với vai trò nước chủ nhà và là một trong những quốc gia tiên phong trong khu vực; và (ii) các sáng kiến hợp tác ở cấp tiểu vùng GMS.

Các thông điệp chính từ thảo luận của hội nghị bao gồm:

- Du lịch trong GMS cần **vượt lên trên cách tiếp cận “giảm thiểu tác động tiêu cực” để hướng tới các mô hình du lịch tạo tác động tích cực và tái tạo**, trong đó hoạt động du lịch chủ động góp phần cải thiện chất lượng môi trường, gia tăng sức sống về văn hóa và nâng cao sinh kế địa phương, thay vì chỉ cố gắng giảm bớt các tác động tiêu cực.
- **Du lịch cộng đồng và các mô hình du lịch bao trùm** giữ vai trò trung tâm trong quá trình chuyển đổi này. Các mô hình này có tiềm năng lớn trong việc phân bổ lợi ích công bằng hơn, bảo tồn di sản văn hóa và đa dạng hóa sản phẩm, song cần có khung chính sách rõ ràng, cơ chế quản trị ổn định và hỗ trợ kỹ thuật dài hạn để phát triển bền vững.
- **Tiêu chuẩn, bộ chỉ số và hệ thống dữ liệu về du lịch bền vững** được hỗ trợ bởi các công cụ số phù hợp, là yếu tố thiết yếu để tăng độ tin cậy trên thị trường, đảm bảo tính minh bạch và giúp quản lý điểm đến dựa trên bằng chứng, bao gồm quản lý dòng khách và sức chứa điểm đến.
- **Chuyển đổi số và sử dụng dữ liệu** được ghi nhận là các động lực then chốt: từ truyền thông, cung cấp thông tin cho du khách đến giám sát và điều chỉnh quản lý, các giải pháp số có thể hỗ trợ điểm đến triển khai du lịch bền vững trong thực tiễn với điều kiện công cụ và cách tiếp cận được thiết kế phù hợp với điều kiện của doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa (MSMEs) và khu vực nông thôn.
- **Hợp tác khu vực GMS** mang lại giá trị gia tăng đáng kể thông qua việc hài hòa hóa các khuôn khổ, phát triển sản phẩm liên biên giới, chia sẻ tri thức và củng cố một thương hiệu chung định hướng bền vững, điều mà mỗi quốc gia khó có thể xây dựng một cách đơn lẻ.

Trên cơ sở đó, báo cáo đề xuất một số cơ chế, chính sách và khuyến nghị cho Việt Nam:

- **Tăng cường khung chính sách, quy hoạch và định hướng đầu tư** bằng cách lồng ghép sâu sắc hơn các mục tiêu bền vững và khả năng chống chịu với biến đổi khí hậu vào chiến lược, quy hoạch và quy định về du lịch; đồng thời áp dụng các công cụ như phân vùng, khái

niệm sức chứa và các biện pháp bảo đảm về môi trường-xã hội, đặc biệt tại các điểm đến nhạy cảm.

- **Hoàn thiện thể chế và cơ chế quản trị**, bao gồm xây dựng cơ chế tham vấn đa bên về du lịch bền vững ở cấp quốc gia, tăng cường phối hợp dọc giữa trung ương - địa phương và thúc đẩy mô hình quản lý điểm đến tích hợp, có sự tham gia của khu vực nhà nước, tư nhân và cộng đồng.
- **Xây dựng một khung hỗ trợ thống nhất cho CBT và các mô hình du lịch bao trùm** với hệ thống khái niệm và tiêu chí rõ ràng, hướng dẫn về quản trị và chia sẻ lợi ích, cùng các dịch vụ hỗ trợ kỹ thuật và kết nối thị trường phù hợp cho các sáng kiến do cộng đồng dẫn dắt hoặc hợp tác cộng đồng – doanh nghiệp.
- **Thiết kế và triển khai chương trình quốc gia về tiêu chuẩn và chỉ số du lịch bền vững**, áp dụng cách tiếp cận theo cấp bậc thân thiện với MSMEs và cộng đồng, đồng thời bảo đảm sự tương thích với các khung trong khu vực Đông Nam Á (ASEAN) và khung do Hội đồng Du lịch bền vững toàn cầu (GSTC) ban hành; xây dựng một bộ chỉ số cốt lõi về du lịch bền vững tích hợp trong hệ thống thống kê du lịch quốc gia.
- **Đẩy nhanh chuyển đổi số và củng cố thương hiệu du lịch** thông qua hướng dẫn về dữ liệu và số hóa trong lĩnh vực du lịch, hỗ trợ điểm đến và doanh nghiệp áp dụng các công cụ số thân thiện, dễ sử dụng và lồng ghép thông điệp về bền vững và tác động tích cực vào thương hiệu du lịch quốc gia của Việt Nam.
- **Lựa chọn và triển khai thí điểm một số “điểm đến du lịch xanh”** như Ninh Bình và một số điểm đến tiêu biểu khác, làm “phòng thí nghiệm học tập” cho các mô hình tiếp cận tích hợp, kết hợp CBT, tiêu chuẩn bền vững, hệ thống dữ liệu và công cụ số.

Ở cấp tiểu vùng, báo cáo đề xuất một số cơ chế và khuyến nghị hỗ trợ cho hợp tác GMS:

- **Khẳng định lại vai trò trung tâm của sự bền vững và khả năng chống chịu** trong phát triển du lịch GMS, đồng thời cụ thể hóa Chiến lược Du lịch GMS 2030 thành một chương trình hành động khu vực ngắn gọn, có thứ tự ưu tiên.
- **Xây dựng khung du lịch bền vững chung và một bộ chỉ số lõi cho GMS**, bảo đảm tính tương thích với các tham chiếu của ASEAN và GSTC và lồng ghép các chỉ số này vào cơ chế báo cáo và ra quyết định ở cấp khu vực.
- **Thúc đẩy tích hợp và công nhận lẫn nhau về tiêu chuẩn du lịch bền vững** đồng thời thiết kế một cơ chế ghi nhận khu vực ở mức phù hợp dành cho doanh nghiệp và điểm đến đáp ứng các tiêu chí đã thống nhất, qua đó gửi tín hiệu rõ ràng về chất lượng và bền vững tới du khách và đối tác.
- **Xây dựng và quảng bá các tuyến sản phẩm liên biên giới theo chủ đề và câu chuyện thương hiệu GMS hướng tới bền vững**, nhấn mạnh trải nghiệm trên dòng Mê Công, các tuyến di sản, sản phẩm du lịch thiên nhiên và CBT; tổ chức marketing chung dưới một bản sắc thống nhất nhưng vẫn tôn trọng nét riêng của từng quốc gia.
- **Tăng cường vai trò của Văn phòng Điều phối Du lịch Mê Công (MTCO) như một trung tâm tri thức và dữ liệu khu vực**, thông qua việc xây dựng Nền tảng tri thức du lịch bền vững GMS, thúc đẩy hài hòa hóa dữ liệu, phát triển các bảng thông tin (dashboard) dùng chung và hỗ trợ lan tỏa các thực hành tốt, công cụ, tài liệu hướng dẫn.

- **Thúc đẩy năng lực triển khai ở cấp khu vực thông qua học hỏi ngang hàng**, bao gồm các hoạt động trao đổi, học tập lẫn nhau và cộng đồng thực hành giữa các điểm đến, mạng lưới CBT và cơ quan quản lý du lịch đang làm việc với chủ đề du lịch bền vững và du lịch tái tạo.

Lộ trình phía trước mà hội thảo và báo cáo này gợi mở nhấn mạnh tính hành động và học hỏi liên tục. Trong ngắn hạn, Việt Nam và các nước GMS được khuyến nghị rà soát, ưu tiên hóa các khuyến nghị, lồng ghép chúng vào chiến lược, quy hoạch và chương trình hiện có, đồng thời lựa chọn một số “điểm đến du lịch xanh” và tuyến liên biên giới để thí điểm, qua đó minh chứng lợi ích của du lịch bền vững và du lịch tạo tác động tích cực. Nhóm Công tác Du lịch GMS và MTCO được khuyến khích thống nhất một lộ trình khu vực trọng tâm, phân định rõ vai trò; trong khi đó các đối tác phát triển có thể hỗ trợ xây dựng, thử nghiệm và nhân rộng các khung, tiêu chuẩn, công cụ dữ liệu và nền tảng tri thức.

Nếu những bước đi này được triển khai trên tinh thần đối tác và học hỏi liên tục, Hội thảo quốc tế về Du lịch bền vững Tiểu vùng sông Mê Công mở rộng sẽ không chỉ là một cuộc đối thoại thành công, mà còn trở thành bước ngoặt hướng tới một tương lai du lịch bền vững hơn, bao trùm hơn và có khả năng chống chịu cao hơn cho Việt Nam và toàn bộ Tiểu vùng sông Mê Công mở rộng.

1. GIỚI THIỆU

1.1. Bối cảnh và cơ sở

Du lịch là một trong những ngành tăng trưởng nhanh nhất tại khu vực GMS, đóng góp đáng kể vào tạo việc làm, thu nhập và thúc đẩy liên kết khu vực. Đồng thời, lợi thế cạnh tranh của tiểu vùng lại dựa trên chính những tài sản dễ bị tổn thương nhất trước các hình thức phát triển du lịch thiếu bền vững hoặc quản lý yếu kém: các hệ sinh thái độc đáo, di sản văn hóa phong phú và cộng đồng địa phương đa dạng.

Trên phạm vi toàn cầu, du lịch đang trải qua một quá trình chuyển đổi mang tính cấu trúc. Như GS. Fabian Weber đã nhấn mạnh, du lịch bền vững đã dịch chuyển từ một lựa chọn đặc thù trở thành một xu thế lớn và ngày càng là điều kiện tiên quyết để tham gia thị trường. Du khách cũng như các cơ quan quản lý đều kỳ vọng doanh nghiệp và điểm đến phải chứng minh được đóng góp thực chất cho bảo vệ môi trường, ứng phó biến đổi khí hậu, nâng cao phúc lợi cộng đồng và gìn giữ văn hóa, chứ không chỉ đơn thuần là “giảm bớt tác động tiêu cực”. Sự dịch chuyển này thể hiện qua các mô hình du lịch tạo tác động tích cực và du lịch tái tạo, sự quan tâm ngày càng lớn đến du lịch trung hòa hoặc ít phát thải các-bon và việc lan tỏa nhanh chóng của công nghệ (trí tuệ nhân tạo, phân tích dữ liệu, số hóa) để tối ưu hóa sử dụng tài nguyên, tăng cường minh bạch và hỗ trợ ra quyết định dựa trên bằng chứng.

Trong GMS, bối cảnh toàn cầu đó giao thoa với một thời điểm quan trọng của quá trình phục hồi sau COVID-19. Đại dịch đã phơi bày những lỗ hổng do phụ thuộc quá mức vào một số ít thị trường và một số điểm đến quá tải, nhưng đồng thời cũng mở ra cơ hội để “khởi động lại, cải cách và tái cân bằng” du lịch trên những nền tảng bền vững hơn. Chiến lược Du lịch GMS 2030 và tầm nhìn về Du lịch bền vững và có khả năng chống chịu đã đặt tính bền vững, khả năng chống chịu và phúc lợi cộng đồng vào trung tâm con đường phát triển du lịch của tiểu vùng, kêu gọi phân bổ lại dòng khách và lợi ích một cách đồng đều hơn, tăng cường hỗ trợ thiết thực cho cộng đồng địa phương và tạo điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp lựa chọn các mô hình du lịch xanh.

Với vai trò nước chủ nhà của Hội nghị quốc tế về Du lịch bền vững GMS và là một trong những điểm đến du lịch dẫn dắt trong khu vực, Việt Nam đang triển khai chương trình chuyển đổi xanh thông qua các sáng kiến như Chương trình Du lịch xanh 2023–2025, xây dựng Chỉ số Phát triển Du lịch Việt Nam và thúc đẩy quan hệ đối tác nhằm phát triển du lịch nông thôn và du lịch cộng đồng. Những nỗ lực này phù hợp với Chiến lược Du lịch GMS 2030 hướng tới tăng cường khả năng chống chịu, thúc đẩy tăng trưởng bao trùm và bảo vệ các giá trị văn hóa, tự nhiên, đồng thời tận dụng hiệu quả công nghệ và đổi mới sáng tạo.

Trên nền bối cảnh đó, Hội thảo quốc tế về Du lịch bền vững Tiểu vùng sông Mê Công mở rộng được tổ chức tại Ninh Bình ngày 18/11/2025 như một diễn đàn trọng tâm, quy tụ trong cùng một không gian các góc nhìn toàn cầu, chiến lược khu vực và kinh nghiệm thực tiễn của các quốc gia thành viên.

1.2. Mục tiêu và kết quả kỳ vọng của Hội thảo

Hội thảo được xây dựng xoay quanh ba mục tiêu có mối liên hệ chặt chẽ với nhau:

- **Chia sẻ tri thức và kinh nghiệm quốc tế, khu vực về du lịch bền vững**, kết nối bài học toàn cầu và kinh nghiệm của Thụy Sĩ với thực tiễn của các quốc gia GMS;

- **Làm rõ và củng cố tầm nhìn, định hướng chiến lược chung của tiểu vùng** về du lịch bền vững và có khả năng chống chịu, đặc biệt trong bối cảnh chuyển đổi số, biến đổi khí hậu và yêu cầu bảo vệ môi trường;
- **Xác định các cơ chế cụ thể và hành động tập thể** để chuyển từ cam kết sang triển khai Chiến lược Du lịch GMS 2030 ở cấp quốc gia và cấp khu vực, tập trung vào các trọng tâm:
 - Xây dựng và áp dụng khung, bộ chỉ số đo lường du lịch bền vững;
 - Hỗ trợ các mô hình du lịch cộng đồng và du lịch bao trùm;
 - Phát triển thương hiệu và sản phẩm du lịch liên kết khu vực; và
 - Tăng cường điều phối thông qua MTCO, các đối tác phát triển và các mạng lưới như Mạng Lưới Du Lịch Sinh Thái Châu Á (AEN) và Hiệp Hội Du Lịch Châu Á Thái Bình Dương (PATA).

Trên cơ sở đó, các kết quả kỳ vọng của hội nghị bao gồm:

- **Xây dựng nhận thức chung** về các xu hướng quốc tế và các công cụ phù hợp, ví dụ như mô hình tiêu chuẩn theo cấp bậc “Swisstainable” của Thụy Sĩ;
- **Ghi nhận, hệ thống hóa các kinh nghiệm đa dạng của các nước GMS** theo một cấu trúc rõ ràng;
- **Hình thành một tập hợp các khuyến nghị ưu tiên** dành cho Việt Nam và cho hợp tác khu vực GMS; và
- **Đặt nền tảng bằng chứng cho các hoạt động tiếp theo**, trong đó có dự án Du lịch Thụy Sĩ vì sự phát triển bền vững tại Việt Nam (ST4SD) và các đối tác.

1.3. Mục đích và giá trị gia tăng của Báo cáo

Báo cáo này là một trong những sản phẩm chính của hội thảo với ba mục đích cụ thể:

- **Tổng hợp** nhằm hệ thống hóa các thông điệp, phát hiện và ý kiến phản hồi chính từ bài trình bày của GS. Fabian Weber, đại diện các nước GMS, MTCO, ST4SD, AEN, PATA và các bên liên quan khác;
- **Chuyển hóa thành định hướng hành động** bằng cách diễn giải các kết quả thảo luận thành các gợi ý thực tiễn cho hoạch định chiến lược, chính sách và chương trình ở Việt Nam và các nước GMS khác, cả ở cấp chính sách, chương trình và điểm đến;
- **Hỗ trợ xây dựng chương trình và điều phối** bằng cách cung cấp một tài liệu tham chiếu chung cho các cơ quan nhà nước và đối tác phát triển trong việc ưu tiên hóa, thiết kế và điều phối các sáng kiến về du lịch bền vững trong thời gian tới, với trọng tâm là hành động cần thiết cho hiện tại và tương lai.

Giá trị gia tăng của báo cáo nằm ở góc nhìn tích hợp, kết nối ba lớp: xu hướng và công cụ toàn cầu; thực tiễn đa dạng tại các nước GMS và bối cảnh, ưu tiên cụ thể của Việt Nam. Nhờ đó, báo cáo không chỉ phản ánh lại nội dung hội thảo mà còn đề xuất các định hướng gắn kết, mạch lạc cho Việt Nam và cho hợp tác Tiểu vùng GMS.

1.4. Phương pháp xây dựng báo cáo

Báo cáo này được xây dựng trên cơ sở tổng hợp các tài liệu và trao đổi trước và trong Hội thảo quốc tế về Du lịch bền vững GMS. Các nguồn thông tin chính bao gồm:

- **Chương trình và cách tiếp cận nội dung của hội thảo**, trong đó xác định mục tiêu, chủ đề và câu hỏi định hướng cho bài trình bày và các phiên thảo luận;
- **Bài trình bày chính của GS. Fabian Weber** về các xu hướng toàn cầu trong du lịch bền vững và du lịch tái tạo, mô hình “Swisstainable” của Thụy Sĩ và vai trò của tiêu chuẩn, dữ liệu và công nghệ;
- **Tổng hợp nội dung hai phiên thảo luận**, phản ánh kinh nghiệm quốc gia, góc nhìn khu vực và các đề xuất cụ thể cho triển khai Chiến lược Du lịch GMS 2030;
- **Các tài liệu nền** về Chiến lược Du lịch GMS 2030, các sáng kiến du lịch bền vững và du lịch xanh của Việt Nam, cùng các cơ chế hợp tác khu vực liên quan.

Các tài liệu này được rà soát và phân tích theo hai bước. Thứ nhất, các thông điệp chính, thách thức và đề xuất giải pháp được rút ra từ bài trình bày và thảo luận, sau đó được nhóm lại theo chủ đề, bao gồm: du lịch cộng đồng và du lịch bao trùm; tiêu chuẩn, chỉ số và hệ thống dữ liệu du lịch bền vững; chuyển đổi số và quản lý/định vị điểm đến; hợp tác khu vực, quản trị và các điểm đến du lịch xanh thí điểm. Thứ hai, các nhóm nội dung này được chuyển hóa thành các khuyến nghị định hướng hành động ở hai cấp độ:

- Đối với Việt Nam, tập trung vào chính sách và quy hoạch, thể chế và quản trị, các mô hình CBT và du lịch bao trùm, tiêu chuẩn và theo dõi, chuyển đổi số và điểm đến thí điểm;
- Đối với hợp tác GMS, tập trung vào khung khổ và bộ chỉ số chung, tiêu chuẩn và cơ chế ghi nhận khu vực, sản phẩm và thương hiệu liên biên giới, nền tảng tri thức và dữ liệu, cùng các cơ chế học hỏi ngang hàng.

Các khuyến nghị được xem là quan trọng khi chúng trực tiếp phản hồi những vấn đề được nhiều bên và nhiều quốc gia nhấn mạnh, gắn rõ ràng với triển khai Chiến lược Du lịch GMS 2030 và ưu tiên du lịch bền vững của Việt Nam, đề xuất các bước đi khả thi và có tiềm năng nhân rộng trong Tiểu vùng.

1.5. Đối tượng sử dụng và cách thức vận dụng báo cáo

Báo cáo này được xây dựng chủ yếu để phục vụ:

- **Các cơ quan nhà nước tại Việt Nam** (Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, các bộ/ngành liên quan, Sở Du lịch/Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch) chịu trách nhiệm về chính sách, quy hoạch, quản lý và đầu tư du lịch;
- **Các cơ quan du lịch quốc gia và bộ, ngành liên quan của các nước GMS**, đang triển khai Chiến lược Du lịch GMS 2030 và mong muốn củng cố khung du lịch bền vững;
- **Văn phòng Điều phối Du lịch Mê Công (MTCO) và Nhóm Công tác Du lịch GMS** với vai trò là các cơ chế điều phối chủ chốt trong khu vực;
- **Các đối tác phát triển và tổ chức tài trợ** (bao gồm Tổng Cục Kinh tế Liên bang Thụy Sĩ - SECO, Tổ chức Helvetas Việt Nam, Dự án ST4SD và các bên liên quan khác) đang hỗ trợ du lịch bền vững, ứng phó biến đổi khí hậu, phát triển khu vực tư nhân và trao quyền cho cộng đồng;
- **Khu vực tư nhân và các hiệp hội nghề nghiệp**, bao gồm doanh nghiệp du lịch, tổ chức quản lý điểm đến và các mạng lưới doanh nghiệp;

- **Cộng đồng địa phương và các tổ chức xã hội**, đặc biệt là các nhóm tham gia vào du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và bảo tồn di sản;
- **Các cơ sở đào tạo và nghiên cứu** với vai trò quan trọng trong việc xây dựng nguồn nhân lực và nền tảng tri thức phục vụ chuyển đổi dài hạn.

Đối với các nhóm đối tượng trên, báo cáo được kỳ vọng sẽ đóng vai trò:

- **Tài liệu tham chiếu chiến lược** khi rà soát, điều chỉnh chính sách, chiến lược và kế hoạch hành động;
- **Công cụ hỗ trợ xây dựng chương trình**, giúp xác định các lĩnh vực ưu tiên cần hỗ trợ kỹ thuật và nguồn lực;
- **Nguồn học liệu** ghi nhận các thực tiễn tốt, thách thức và giải pháp tiềm năng; và
- **Mốc tham chiếu** cho công tác giám sát và theo dõi, qua đó đánh giá tiến độ trong phát triển du lịch bền vững tại Việt Nam và GMS trong tương lai.

2. CÁC KẾT QUẢ THẢO LUẬN CHÍNH THEO CHỦ ĐỀ

Phần này tổng hợp các thông điệp, ý kiến và phản hồi chính nổi lên từ bài trình bày của GS. Fabian Weber và hai phiên thảo luận của Hội thảo, được sắp xếp theo các nhóm chủ đề lớn.

2.1. Du lịch cộng đồng (CBT) và các mô hình du lịch bao trùm

Các đại biểu nhất trí rằng du lịch bền vững trong GMS cần phải lấy cộng đồng làm trung tâm và được xây dựng trên nền tảng địa phương:

- **Du lịch cộng đồng là trụ cột của tăng trưởng bao trùm:** Du lịch cộng đồng được nhìn nhận như một mô hình chủ chốt giúp phân bổ lợi ích du lịch đến người dân địa phương, bảo tồn bản sắc văn hóa và đa dạng hóa sản phẩm, đồng thời góp phần kéo dài thời gian lưu trú và phân tán dòng khách khỏi những điểm đến quá tải.
- **Từ tham gia đến trao quyền:** Nhiều ý kiến nhấn mạnh cộng đồng không chỉ dừng lại ở mức “tham gia” vào hoạt động du lịch, mà cần được trao quyền thực chất trong việc ra quyết định về phát triển du lịch tại địa bàn của mình, từ thiết kế sản phẩm, quản lý dòng khách đến xây dựng cơ chế phân chia lợi ích. Điều này đòi hỏi các vai trò và quyền lợi của cộng đồng phải được làm rõ và, khi phù hợp, được thể chế hóa.
- **Cân bằng giữa tính “nguyên bản” và nhu cầu thị trường:** Thị trường quốc tế ngày càng quan tâm đến trải nghiệm “bản địa”, nhưng tính nguyên bản cần được bảo vệ trước nguy cơ thương mại hóa quá mức. Thảo luận gợi ý vai trò quan trọng của công tác diễn giải, nâng cao năng lực cho chủ thể và giáo dục du khách để gìn giữ giá trị văn hóa.
- **Nhu cầu về hỗ trợ dài hạn:** Nhiều mô hình du lịch cộng đồng và du lịch bao trùm còn khá mong manh, đặc biệt sau cú sốc COVID-19. Các đại biểu nhấn mạnh nhu cầu về các cơ chế hỗ trợ ổn định, bao gồm tư vấn kỹ thuật, kết nối thị trường và hỗ trợ quản trị, thay vì các can thiệp ngắn hạn theo dạng “dự án”.

2.2. Tiêu chuẩn, chứng nhận và bảo đảm chất lượng

Tiêu chuẩn và chứng nhận được nhìn nhận là yếu tố then chốt tạo dựng uy tín và mở rộng thị trường cho du lịch bền vững, nhưng cũng cần được triển khai theo cách linh hoạt và thực tiễn:

- **Gắn kết với các khung khu vực và quốc tế:** Các nước GMS ngày càng tham chiếu tới bộ tiêu chí ASEAN và các chuẩn mực do Hội đồng Du lịch bền vững toàn cầu (GSTC) đưa ra. Việc điều chỉnh, hài hòa khuôn khổ quốc gia với những tham chiếu này được coi là cách thức quan trọng để nâng cao uy tín, tiếp cận phân khúc thị trường có trách nhiệm và xây dựng “ngôn ngữ chung” về du lịch bền vững.
- **Cách tiếp cận theo cấp bậc (tiered approach):** Từ kinh nghiệm Thụy Sĩ, các đại biểu đánh giá cao mô hình tiêu chuẩn theo nhiều cấp độ: một tầng cam kết cơ bản, dễ tiếp cận cho đa số doanh nghiệp và các tầng cao hơn ghi nhận những đơn vị đã đạt các chứng nhận uy tín. Cách tiếp cận này giúp giảm rào cản tiếp cận cho doanh nghiệp nhỏ và mô hình cộng đồng.
- **Tích hợp thay vì nhân rộng thêm nhãn hiệu:** Thay vì xây thêm nhiều nhãn mới, các ý kiến ủng hộ việc tích hợp và công nhận lẫn nhau giữa các hệ thống chứng nhận hiện có, đặt chúng trong một chương trình khung quốc gia hoặc tiểu vùng. Điều này giúp giảm nhầm lẫn cho doanh nghiệp và du khách, đồng thời tận dụng tốt hơn các nỗ lực đã đầu tư.
- **Tiêu chuẩn như công cụ quản lý, không chỉ là nhãn mác:** Các đại biểu nhấn mạnh tiêu chuẩn cần được nhìn nhận như công cụ quản lý thường xuyên giúp doanh nghiệp và điểm đến đo lường hiệu quả, xác định khoảng trống và lập kế hoạch cải thiện, chứ không chỉ như một “nhãn dán” phục vụ tiếp thị.

2.3. Chuyển đổi số, dữ liệu và thương hiệu điểm đến

Chuyển đổi số được nhìn nhận vừa là cơ hội lớn, vừa là thách thức trong tiến trình phát triển du lịch bền vững GMS:

- **Công cụ số phục vụ quản lý và minh bạch:** Các giải pháp số (cổng thông tin, ứng dụng, hệ thống đặt dịch vụ, bản đồ số, v.v.) có thể hỗ trợ quản lý dòng khách, cung cấp thông tin theo thời gian thực, quảng bá các điểm đến ít người biết đến và tăng tính minh bạch về hiệu quả môi trường - xã hội của điểm đến.
- **Dữ liệu cho ra quyết định dựa trên bằng chứng:** Nhiều ý kiến nhấn mạnh sự cần thiết phải vượt ra ngoài cách đo lường truyền thống (lượng khách, doanh thu) để xây dựng các hệ thống dữ liệu ghi nhận cả tác động môi trường, xã hội và văn hóa. Hệ thống chỉ số phù hợp sẽ giúp chính quyền và điểm đến quản lý linh hoạt, điều chỉnh chính sách dựa trên bằng chứng.
- **Thu hẹp khoảng cách số:** Trong khi các doanh nghiệp lớn và điểm đến đô thị đã ứng dụng khá tốt công cụ số, nhiều doanh nghiệp nhỏ, mô hình cộng đồng và điểm đến vùng sâu vùng xa vẫn gặp khó khăn về kết nối, thiết bị và kỹ năng số. Nhu cầu hỗ trợ áp dụng các công cụ đơn giản, thân thiện với người dùng được nhấn mạnh như một ưu tiên để bảo đảm không ai bị bỏ lại phía sau.
- **Định vị và thương hiệu gắn với bền vững:** Ở góc độ marketing, các cơ quan xúc tiến du lịch cho rằng tính bền vững cần được tích hợp vào câu chuyện thương hiệu, không phải như một “nhãn phụ” mà như một phần cốt lõi của định vị điểm đến GMS trong thị trường cạnh tranh.

2.4. Hợp tác khu vực và quan hệ đối tác trong GMS

Các vấn đề và cơ hội của du lịch bền vững trong GMS mang tính xuyên biên giới, đòi hỏi các cơ chế hợp tác khu vực mạnh mẽ hơn:

- **Cụ thể hóa Chiến lược Du lịch GMS 2030:** Các đại biểu cho rằng Chiến lược du lịch GMS 2030 đã đưa ra một khung định hướng tốt, nhưng cần được cụ thể hóa thành chương trình hành động ưu tiên với mục tiêu, kết quả và phân công trách nhiệm rõ ràng, đặc biệt với các nội dung về bền vững và khả năng chống chịu.
- **Khung bền vững và bộ chỉ số chung:** Có sự đồng thuận cao về nhu cầu xây dựng khung du lịch bền vững chung và bộ chỉ số lõi cho toàn GMS, vừa giúp các quốc gia có cơ sở so sánh và học hỏi, vừa hỗ trợ huy động nguồn lực hỗ trợ kỹ thuật và tài chính một cách có mục tiêu hơn.
- **Điểm đến “du lịch xanh” thí điểm:** Một đề xuất cụ thể được nhiều bên ủng hộ là xác định và hỗ trợ ít nhất một điểm đến du lịch xanh phù hợp với chuẩn mực GSTC tại mỗi nước GMS trong một giai đoạn nhất định, coi đây là các “phòng thí nghiệm” cho mô hình du lịch tái tạo, CBT, quản lý dựa trên dữ liệu và chia sẻ kinh nghiệm khu vực.
- **Thương hiệu và sản phẩm chung:** Các mạng lưới khu vực (AEN, PATA, v.v.) nhấn mạnh lợi ích của một bản sắc thương hiệu GMS thống nhất nhưng linh hoạt, làm khuôn khổ chung để phát triển các tuyến sản phẩm liên biên giới (hành lang di sản, tuyến Mê Công, mạng lưới du lịch cộng đồng), trong khi vẫn tôn trọng nét riêng của từng quốc gia.
- **Vai trò điều phối của MTCO và đối tác:** Văn phòng Điều phối Du lịch Mê Công (MTCO) được ghi nhận là đầu mối quan trọng trong việc điều phối, chia sẻ tri thức và huy động đối tác, song cần được tiếp tục củng cố về vai trò và nguồn lực để thực hiện hiệu quả hơn các chức năng này.

2.5. Các vấn đề xuyên suốt

Xuyên suốt các chủ đề, một số thông điệp mang tính nền tảng được nhấn mạnh:

- **Bền vững là điều kiện để cạnh tranh và chống chịu, không phải gánh nặng:** Thảo luận cho thấy bền vững được nhìn nhận ngày càng rõ như một lợi thế chiến lược dài hạn, giúp quản lý rủi ro, nâng cao chất lượng trải nghiệm và tăng khả năng phục hồi sau khủng hoảng.
- **Từ “giảm tác hại” đến tạo tác động tích cực:** Hội thảo cho thấy sự chuyển dịch nhận thức từ việc chỉ tập trung vào giảm thiểu tác động tiêu cực sang tạo ra giá trị ròng tích cực cho thiên nhiên và cộng đồng thông qua du lịch.
- **“Không thể quản lý những gì không đo lường được”:** Các đại biểu nhiều lần nhấn mạnh tầm quan trọng của bộ chỉ số và hệ thống dữ liệu phù hợp để đo lường tiến bộ, minh chứng nỗ lực và điều chỉnh chính sách một cách kịp thời.
- **Đối tác và trách nhiệm chung:** Thành công của du lịch bền vững đòi hỏi sự phối hợp của nhà nước, doanh nghiệp, cộng đồng và đối tác phát triển; không một chủ thể đơn lẻ nào có thể tự mình đảm đương toàn bộ.
- **Định hướng hành động:** Nhiều ý kiến cho rằng kiến thức, khái niệm và công cụ về du lịch bền vững đã tương đối đầy đủ; ưu tiên hiện nay là chuyển từ đối thoại và tầm nhìn sang hành động cụ thể, với những sáng kiến thí điểm có khả năng nhân rộng và cơ chế học hỏi liên tục.

Những kết quả thảo luận theo chủ đề này là cơ sở để hình thành các phát hiện tổng hợp về thách thức và cơ hội (Mục 3) và tiếp đó là các khuyến nghị dành cho Việt Nam và hợp tác GMS (Mục 4 và 5).

3. CÁC PHÁT HIỆN TỔNG HỢP: THÁCH THỨC VÀ CƠ HỘI

Phần trước đã trình bày các kết quả thảo luận theo từng chủ đề. Phần này tổng hợp lại các nội dung đó thành một số nhóm thách thức và cơ hội mang tính xuyên suốt, đặc trưng cho bức tranh phát triển du lịch bền vững tại Việt Nam và toàn Tiểu vùng.

3.1. Thách thức về chính sách và khung pháp lý

Mặc dù có cam kết chính trị rõ ràng đối với du lịch bền vững, hệ thống chính sách và quy định hiện hành vẫn còn thiên về ưu tiên tăng trưởng lượng khách và quy mô đầu tư, hơn là nhấn mạnh hiệu quả môi trường - xã hội dài hạn. Một số vấn đề chính bao gồm:

- Việc lồng ghép các mục tiêu bền vững, khả năng chống chịu với khí hậu vào các quy định của Luật về du lịch, quy định về quy hoạch và tiêu chí thẩm định dự án vẫn còn hạn chế;
- Các công cụ như phân vùng, đánh giá sức chứa, đánh giá tác động môi trường - xã hội tích lũy chưa được áp dụng đầy đủ và nhất quán đối với các dự án du lịch, đặc biệt tại các khu vực nhạy cảm;
- Nhiều quy định về bền vững mới dừng ở mức nguyên tắc chung, chưa được cụ thể hóa thành các yêu cầu chi tiết, có tính ràng buộc và có cơ chế thực thi hiệu quả.

Những yếu tố này tạo ra khoảng cách giữa tầm nhìn chiến lược và các quyết định hàng ngày đang định hình cách thức phát triển của điểm đến.

3.2. Khoảng trống về thể chế và điều phối

Du lịch có tính liên ngành cao, nhưng sắp xếp thể chế thường vẫn phân tán:

- Chức năng quản lý liên quan đến du lịch được phân bổ giữa nhiều bộ, ngành (du lịch, môi trường, văn hóa, giao thông, kế hoạch, tài chính, v.v.) với cơ chế điều phối vẫn còn hạn chế;
- Phối hợp dọc giữa trung ương và địa phương còn chưa đồng đều: một số địa phương đi trước trong xây dựng mô hình du lịch bền vững, trong khi số khác vẫn chờ hướng dẫn từ trung ương;
- Các cơ chế tham vấn, đối thoại đa bên đã bắt đầu hình thành nhưng chưa được thể chế hóa một cách hoàn chỉnh, thiếu rõ ràng về chức năng, nhiệm vụ và cơ chế theo dõi, giám sát kết quả.

Kết quả là nhiều sáng kiến tốt vẫn mang tính đơn lẻ, khó lan tỏa, và các cơ hội tạo liên kết giữa những lĩnh vực có liên quan (bảo tồn, du lịch, phát triển nông thôn, v.v.) chưa được khai thác đầy đủ.

3.3. Khoảng trống về tiêu chuẩn, giám sát và dữ liệu

Các bên liên quan đều thừa nhận tầm quan trọng của tiêu chuẩn, bộ chỉ số và hệ thống dữ liệu về du lịch bền vững, nhưng vẫn tồn tại nhiều khoảng trống:

- Phân mảnh giữa nhiều nhãn hiệu và bộ tiêu chí khác nhau, gây nhầm lẫn cho doanh nghiệp và du khách;
- Mức độ tham gia các chương trình chứng nhận của doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa, và các mô hình cộng đồng còn thấp, do chi phí, tính phức tạp và thiếu hỗ trợ phù hợp;

- Hệ thống số liệu thống kê vẫn chủ yếu tập trung vào lượng khách và doanh thu, chưa có cơ chế hệ thống để theo dõi tác động môi trường, xã hội và văn hóa.

Điều này làm hạn chế khả năng của các điểm đến và quốc gia trong việc đo lường tiến bộ, minh chứng kết quả và điều chỉnh chính sách một cách linh hoạt, thích ứng.

3.4. Khoảng cách số và tiếp cận thị trường không đồng đều

Công cụ số đang làm thay đổi mạnh mẽ ngành du lịch trên toàn cầu, nhưng lợi ích phân bổ không đồng đều:

- Các doanh nghiệp lớn và điểm đến đô thị thường có điều kiện tốt hơn để ứng dụng marketing số, nền tảng đặt dịch vụ trực tuyến, phân tích dữ liệu;
- Các điểm đến nông thôn, doanh nghiệp nhỏ và nhóm cộng đồng thường thiếu kết nối internet, trang thiết bị, kỹ năng hoặc thời gian để tham gia hiệu quả vào không gian số;
- Ở cấp khu vực, kiến trúc dữ liệu du lịch giữa các quốc gia GMS chưa được hài hòa, khiến việc phân tích xu hướng, quản lý dòng khách và phối hợp xúc tiến liên quốc gia gặp nhiều khó khăn.

Nếu không được giải quyết, khoảng cách số này có nguy cơ làm gia tăng chênh lệch, khi chỉ một số ít điểm đến và doanh nghiệp có khả năng tận dụng tốt cơ hội của chuyển đổi số và thu hút phần lớn giá trị gia tăng.

3.5. Các cơ hội chính

Song song với thách thức, thảo luận tại Hội thảo cũng chỉ ra các **cơ hội chiến lược** mà Việt Nam và các nước GMS có thể tận dụng:

- **Chính sách thuận lợi cho chuyển đổi xanh:** Giai đoạn phục hồi hậu COVID-19, cùng với các chương trình nghị sự toàn cầu và khu vực (Mục tiêu Phát triển bền vững - SDGs, Chiến lược Du lịch GMS 2030, các chiến lược tăng trưởng xanh quốc gia), tạo điều kiện thuận lợi để đưa bền vững vào sâu hơn trong chính sách và quyết định đầu tư.
- **Các mô hình và điển hình sẵn có:** Kinh nghiệm của Thụy Sĩ (ví dụ mô hình “Swisstainable”), của Thái Lan (ví dụ DASTA) và nhiều mô hình CBT, du lịch sinh thái trên toàn GMS cung cấp những “mẫu hình” cụ thể có thể tham khảo và điều chỉnh phù hợp với bối cảnh mỗi nước.
- **Nhu cầu ngày càng tăng đối với trải nghiệm có trách nhiệm và chân thực:** Xu hướng thị trường cho thấy du khách quan tâm hơn tới các sản phẩm du lịch thiên nhiên, văn hóa, cộng đồng và ít tác động - vốn là thế mạnh của nhiều điểm đến trong GMS.
- **Tiềm năng định vị tiểu vùng và sản phẩm chung:** Các tuyến sông, hành lang di sản, vùng đa dạng sinh học xuyên biên giới là nền tảng tốt để phát triển tuyến và sản phẩm du lịch liên quốc gia, đồng thời xây dựng một hình ảnh Tiểu vùng gắn với phát triển du lịch bền vững.
- **Sự hiện diện của các đối tác phát triển:** Các sáng kiến như ST4SD và các dự án, chương trình song phương, đa phương khác có thể cung cấp hỗ trợ kỹ thuật, nguồn lực ban đầu và vai trò “kết nối” để thử nghiệm và nhân rộng các cơ chế, mô hình mới.
- **Tiến bộ nhanh về công nghệ:** Công cụ số, nếu được thiết kế thân thiện với người dùng và phù hợp với năng lực của các chủ thể nhỏ, có thể hỗ trợ hiệu quả việc quản lý tài nguyên, kể câu chuyện điểm đến, nâng cao tính minh bạch và kết nối thị trường.

Nhìn tổng thể, các cơ hội nêu trên cho thấy Việt Nam và GMS đang ở vị thế thuận lợi để chuyển từ cải thiện từng phần sang cách tiếp cận tham vọng hơn đối với du lịch tạo tác động tích cực. Trên cơ sở các phát hiện tổng hợp này, các phần tiếp theo của Báo cáo (Mục 4 và 5) sẽ chuyển hóa chúng thành các khuyến nghị cụ thể cho Việt Nam và các đề xuất hợp tác ở cấp Tiểu vùng.

4. ĐỀ XUẤT CƠ CHẾ, CHÍNH SÁCH VÀ KHUYẾN NGHỊ ĐỐI VỚI VIỆT NAM

Trên cơ sở các kết quả thảo luận tại Hội thảo và các phát hiện tổng hợp, mục này đề xuất một số cơ chế, định hướng chính sách và nhóm hành động ưu tiên cho Việt Nam. Các khuyến nghị được thiết kế như những bước đi tiếp theo mang tính thực tế, có thể triển khai từng bước với sự hỗ trợ của các bên liên quan trong nước và các đối tác phát triển.

4.1. Định hướng về chính sách và quy định

Lồng ghép bền vững và khả năng chống chịu với khí hậu vào các chính sách, chiến lược du lịch cốt lõi

- Cập nhật các chiến lược, quy hoạch tổng thể và văn bản pháp luật liên quan đến du lịch ở cấp quốc gia để xác định rõ tăng trưởng du lịch phải theo hướng ít các-bon, sử dụng hiệu quả tài nguyên, tôn trọng văn hóa và bảo đảm tính bao trùm về mặt xã hội.
- Tích hợp đánh giá rủi ro khí hậu, thích ứng và giảm thiểu rủi ro thiên tai vào công tác quy hoạch du lịch, đặc biệt đối với các điểm đến ven biển, ven sông và miền núi.

Tăng cường các công cụ quy hoạch cho phát triển điểm đến du lịch bền vững

- Áp dụng một cách hệ thống các công cụ phân vùng, kiểm soát sức chứa và đánh giá tác động tích lũy trong các quy hoạch phát triển du lịch ở cấp quốc gia và cấp tỉnh.
- Yêu cầu các dự án du lịch tại khu vực nhạy cảm (di sản, khu bảo tồn, vùng ven biển) phải chứng minh được cách thức tránh, giảm thiểu và bù đắp các tác động môi trường và xã hội.

4.2. Cơ chế thể chế và quản trị

Thiết lập hoặc tăng cường cơ chế đa bên cấp quốc gia về du lịch bền vững

- Thành lập (hoặc củng cố) một diễn đàn hoặc hội đồng quốc gia về du lịch bền vững trực thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch với sự tham gia của các bộ, ngành chủ chốt, đại diện các tỉnh/thành, hiệp hội khu vực tư nhân, giới học thuật và các tổ chức cộng đồng.
- Giao nhiệm vụ cho cơ chế này điều phối chính sách, rà soát tiến độ, tư vấn về ưu tiên đầu tư và đóng vai trò diễn đàn đối thoại, giải quyết xung đột.

Tăng cường phối hợp dọc giữa cấp quốc gia và cấp tỉnh

- Khuyến khích các tỉnh xây dựng hoặc cập nhật kế hoạch phát triển du lịch bền vững ở cấp điểm đến, bảo đảm phù hợp với các khuôn khổ quốc gia.
- Cung cấp hướng dẫn và mẫu biểu để Sở Du lịch/Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch có thể tích hợp chỉ số bền vững và các hoạt động du lịch xanh vào kế hoạch công tác hàng năm.

Thúc đẩy quản trị tích hợp ở cấp điểm đến

- Hỗ trợ hình thành hoặc củng cố các tổ chức quản lý điểm đến (DMO) tại những khu vực du lịch trọng điểm, với vai trò, chức năng rõ ràng cho chính quyền địa phương, cộng đồng và các chủ thể khu vực tư nhân.
- Khuyến khích lập kế hoạch chung giữa các cơ quan phụ trách du lịch, bảo tồn, phát triển nông thôn và hạ tầng tại các điểm đến ưu tiên.

4.3. Khung hỗ trợ cho du lịch cộng đồng và du lịch bao trùm

Xây dựng khuôn khổ hoặc hướng dẫn quốc gia về du lịch cộng đồng (CBT) và du lịch bao trùm

- Làm rõ khái niệm, tiêu chí đủ điều kiện và tiêu chuẩn chất lượng đối với du lịch cộng đồng và các mô hình bao trùm khác (ví dụ: mô hình hợp tác cộng đồng - doanh nghiệp, hợp tác xã).
- Đưa ra hướng dẫn về cấu trúc quản trị, vai trò và trách nhiệm của các nhóm cộng đồng, chính quyền địa phương và đối tác tư nhân.

Thế chế hóa cơ chế chia sẻ lợi ích và quyền của cộng đồng

- Thúc đẩy các quy định hoặc thỏa thuận mẫu về chia sẻ lợi ích, bảo đảm phân phối thu nhập công bằng, tái đầu tư vào các ưu tiên của cộng đồng và bảo vệ di sản văn hóa.
- Tăng cường các cơ chế bảo đảm nguyên tắc đồng thuận tự do, được thông tin trước và đầy đủ (FPIC) khi các dự án du lịch tác động đến đất đai, tài nguyên hoặc tài sản văn hóa của cộng đồng.

Xây dựng các dịch vụ hỗ trợ chuyên biệt cho CBT và các mô hình bao trùm

- Thành lập hoặc giao nhiệm vụ cho các đơn vị hỗ trợ kỹ thuật (ví dụ: trong hệ thống Cục Du lịch quốc gia Việt Nam, các sở ngành địa phương hoặc các dự án đối tác) cung cấp hỗ trợ trực tiếp về thiết kế sản phẩm, nâng cao chất lượng, kể câu chuyện điểm đến, tiếp cận thị trường và quản lý kinh doanh.
- Tạo điều kiện để các nhóm CBT thiết lập quan hệ đối tác với các doanh nghiệp lữ hành có trách nhiệm nhằm bảo đảm nguồn cầu ổn định và cơ hội marketing chung.

4.4. Tiêu chuẩn, chứng nhận và giám sát

Thiết kế Chương trình du lịch bền vững quốc gia với hệ thống các tiêu chuẩn theo cấp bậc

- Trên cơ sở tham khảo kinh nghiệm quốc tế (các chương trình bền vững “đa cấp”), xây dựng một khung khổ quốc gia với các đặc điểm:
 - Cung cấp một mức cam kết đầu vào cơ bản dành cho mọi doanh nghiệp du lịch;
 - Ghi nhận các mức độ thực hành cao hơn thông qua những tiêu chí ngày càng nghiêm ngặt;
 - Chấp nhận và tích hợp các chứng nhận đáng tin cậy đã có (ví dụ: các chứng nhận của ASEAN, các chứng nhận phù hợp GSTC) thay vì tạo ra những hệ thống song song.

Làm cho tiêu chuẩn trở nên thiết thực đối với các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa (MSMEs) và cộng đồng

- Cung cấp các công cụ đơn giản (bảng kiểm, mẫu tự đánh giá, biểu mẫu) và tài liệu đào tạo giúp các doanh nghiệp nhỏ và các nhóm CBT hiểu và đáp ứng được các yêu cầu về bền vững.
- Đưa ra hỗ trợ kỹ thuật có trọng tâm hoặc các ưu đãi nhỏ để khuyến khích áp dụng tiêu chuẩn tại các điểm đến nông thôn và đang nổi.

Xây dựng khung chỉ số quốc gia về du lịch bền vững

- Xác định một bộ chỉ số cốt lõi bao phủ các khía cạnh môi trường (ví dụ: sử dụng tài nguyên, chất thải, đa dạng sinh học), xã hội (ví dụ: việc làm địa phương, bình đẳng giới, mức độ hài lòng của cộng đồng) và kinh tế.
- Tích hợp các chỉ số này vào hệ thống thống kê du lịch quốc gia và khuyến khích các tỉnh thu thập, báo cáo dữ liệu định kỳ.
- Sử dụng dữ liệu để xây dựng các bản tin định kỳ về “Tình hình Du lịch bền vững tại Việt Nam”, phục vụ điều chỉnh chính sách và truyền thông với công chúng.

4.5. Chuyển đổi số và xây dựng thương hiệu

Ban hành định hướng chính sách và tiêu chuẩn về dữ liệu du lịch và số hóa

- Xây dựng hướng dẫn quốc gia về thu thập, chia sẻ và bảo vệ dữ liệu du lịch, bao gồm các tiêu chuẩn dữ liệu tối thiểu đối với điểm đến và doanh nghiệp.
- Thúc đẩy các hệ thống dữ liệu có khả năng kết nối với nhau, cho phép Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam và các địa phương phân tích xu hướng và theo dõi các chỉ số phát triển bền vững.

Hỗ trợ điểm đến và doanh nghiệp MSMEs áp dụng công cụ số

- Triển khai các chương trình nâng cao hiểu biết số và marketing điện tử cho doanh nghiệp MSMEs, nhóm CBT và cán bộ địa phương, tập trung vào những công cụ có chi phí thấp, thân thiện với người dùng (đặt dịch vụ trực tuyến, mạng xã hội, kể chuyện số).
- Khuyến khích phát triển các nền tảng số giới thiệu sản phẩm bền vững, trải nghiệm CBT và các điểm đến ít được biết đến.

Lồng ghép bền vững vào thương hiệu du lịch Việt Nam

- Cập nhật định vị thương hiệu và hoạt động xúc tiến du lịch quốc gia theo hướng nhấn mạnh Việt Nam là điểm đến bền vững và tạo tác động tích cực, làm nổi bật các nỗ lực bảo tồn thiên nhiên, bảo vệ di sản văn hóa và mang lại lợi ích cho cộng đồng.
- Sử dụng kể chuyện, hình ảnh và các chiến dịch truyền thông để giới thiệu những ví dụ cụ thể về du lịch tái tạo, thực hành xanh và cộng đồng được trao quyền.

4.6. Sáng kiến thí điểm và cơ chế học hỏi

Lựa chọn và hỗ trợ các “điểm đến du lịch xanh” thí điểm tại Việt Nam

- Lựa chọn một số điểm đến (bao gồm Ninh Bình và các địa bàn tiêu biểu khác) làm nơi thí điểm các mô hình du lịch bền vững tích hợp, kết hợp CBT, tiêu chuẩn bền vững, hệ thống dữ liệu và công cụ số.

- Xây dựng lộ trình ở cấp điểm đến với các mục tiêu, vai trò và gói hỗ trợ rõ ràng, đồng thời ghi chép, tổng kết bài học theo cách có thể nhân rộng cho các địa phương khác.

Xây dựng vòng lặp học hỏi và các nền tảng chia sẻ tri thức

- Thiết lập cơ chế (nền tảng trực tuyến, các hội thảo định kỳ) để điểm đến và doanh nghiệp chia sẻ kinh nghiệm, thách thức và đổi mới trong lĩnh vực du lịch bền vững.
- Khuyến khích hợp tác giữa Việt Nam và các nước GMS khác trong việc ghi chép, trao đổi các nghiên cứu trường hợp, công cụ và tài liệu đào tạo.

Các cơ chế và khuyến nghị nêu trên tạo nên một lộ trình thực tiễn để Việt Nam cụ thể hóa cam kết đối với du lịch bền vững và du lịch tạo tác động tích cực, đồng thời khẳng định vai trò nước đi đầu trong Tiểu vùng sông Mê Công mở rộng. Phần tiếp theo sẽ chuyển hóa các nguyên tắc tương tự thành những khuyến nghị dành cho hợp tác khu vực GMS.

5. ĐỀ XUẤT CƠ CHẾ, CHÍNH SÁCH VÀ KHUYẾN NGHỊ CHO HỢP TÁC GMS

Trên cơ sở những thách thức và cơ hội chung được nhận diện trong khuôn khổ Hội thảo, mục này đề xuất một số cơ chế và định hướng chính sách nhằm tăng cường hợp tác tiểu vùng về du lịch bền vững theo Chiến lược Du lịch GMS 2030. Mục tiêu là chuyển từ các khát vọng ở tầm cao xuống một tập hợp hành động chung trọng tâm để các quốc gia GMS và đối tác có thể cùng theo đuổi một cách thực tế.

5.1. Định hướng chính sách khu vực và gắn kết với Chiến lược Du lịch GMS 2030

Khẳng định lại bền vững và khả năng chống chịu là các nguyên tắc cốt lõi của du lịch GMS

- Nhắc lại một cách rõ ràng, thông qua quyết định của Nhóm Công tác Du lịch GMS (TWG) hoặc một tuyên bố chung rằng bền vững, khả năng chống chịu với biến đổi khí hậu và phúc lợi cộng đồng là những nền tảng không thể thương lượng trong phát triển du lịch GMS.
- Bảo đảm rằng các nguyên tắc này định hướng việc lựa chọn và thiết kế các sáng kiến cấp khu vực, chứ không chỉ dừng lại ở các hành động thuộc phạm vi quốc gia.

Cụ thể hóa các định hướng chiến lược thành một chương trình hành động khu vực ngắn gọn

- Trong khuôn khổ Chiến lược Du lịch GMS 2030, xác định một số lượng hạn chế các chủ đề ưu tiên cho hợp tác chung (ví dụ: tiêu chuẩn du lịch bền vững, điểm đến xanh, sản phẩm liên biên giới, dữ liệu và bộ chỉ số).
- Đối với mỗi chủ đề, xác định mục tiêu, các sản phẩm dự kiến, quốc gia đầu mối/đồng đầu mối và khung thời gian dự kiến (ví dụ: giai đoạn 2025–2027).

5.2. Khung du lịch bền vững chung và bộ chỉ số GMS

Xây dựng khung du lịch bền vững chung cho các điểm đến GMS

- Thống nhất một khung chung, ngắn gọn phản ánh các khía cạnh trọng yếu về môi trường, xã hội, văn hóa và kinh tế của du lịch bền vững và du lịch tái tạo.
- Bảo đảm khung này tương thích với các tham chiếu quốc tế được công nhận (ví dụ: GSTC) và các khung hiện có của ASEAN, đồng thời tránh trùng lặp.

Thiết lập một bộ chỉ số lõi về du lịch bền vững cho GMS

- Xác định một tập hợp nhỏ các chỉ số lõi mà tất cả các nước GMS cam kết theo dõi (ví dụ: sử dụng tài nguyên, quản lý chất thải, việc làm địa phương, mức độ hài lòng của cộng đồng, kết quả bảo tồn).
- Khuyến khích các quốc gia bổ sung các chỉ số riêng phù hợp với bối cảnh trong nước.

Lồng ghép các chỉ số bền vững vào báo cáo khu vực

- Đưa các chỉ số đã thống nhất vào các báo cáo du lịch GMS định kỳ, bên cạnh các chỉ số thống kê truyền thống (lượng khách đến, doanh thu) để theo dõi tiến độ và định hướng hỗ trợ của các đối tác phát triển.

5.3. Tiêu chuẩn khu vực và cơ chế công nhận lẫn nhau

Thúc đẩy tích hợp và công nhận lẫn nhau về tiêu chuẩn du lịch bền vững

- Rà soát các tiêu chuẩn du lịch bền vững hiện đang được sử dụng tại các nước GMS ở cấp quốc gia, ASEAN và quốc tế.
- Xác định các nội dung có thể hài hòa tiêu chí hoặc các trường hợp có thể công nhận lẫn nhau về chứng nhận, qua đó giảm chi phí và hạn chế nhầm lẫn cho doanh nghiệp.

Xây dựng cơ chế ghi nhận chung về du lịch bền vững cấp GMS

- Thiết kế một cơ chế ghi nhận khu vực ở mức độ không phức tạp (ví dụ: danh hiệu “Đối tác Du lịch bền vững GMS”) với các đặc điểm:
 - Ghi nhận các doanh nghiệp và điểm đến đáp ứng các tiêu chuẩn đã thống nhất hoặc đạt các chứng nhận đã được công nhận;
 - Cho phép duy trì sự đa dạng trong cách tiếp cận ở từng quốc gia, trong khi vẫn phát đi một thông điệp chung về ngưỡng thực hành tốt tới thị trường.

Lồng ghép tiêu chuẩn vào xúc tiến khu vực

- Ưu tiên giới thiệu trong các chiến dịch và chương trình xúc tiến chung đối với những doanh nghiệp và điểm đến đáp ứng các tiêu chí bền vững đã thống nhất, tạo động lực rõ ràng từ phía thị trường cho việc tham gia.

5.4. Sản phẩm, tuyến du lịch liên biên giới và thương hiệu chung

Thiết kế và quảng bá các tuyến du lịch theo chủ đề liên quốc gia

- Xác định các tuyến sản phẩm theo chủ đề đi qua biên giới giữa các nước GMS như:
 - Trải nghiệm sông Mê Công và vùng đất ngập nước;
 - Các hành lang di sản và văn hóa;
 - Mạng lưới du lịch cộng đồng và du lịch nông thôn;
 - Các tuyến du lịch thiên nhiên và khu bảo tồn.
- Huy động cộng đồng địa phương, doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) và các Tổ chức quản lý điểm đến (DMOs) cùng tham gia đồng thiết kế để bảo đảm tính xác thực và lợi ích cho địa phương.

Xây dựng câu chuyện thương hiệu GMS định hướng bền vững

- Điều chỉnh, làm mới thương hiệu du lịch GMS nhằm nhấn mạnh các giá trị bền vững, tính xác thực và tác động tích cực, đồng thời tạo không gian để mỗi quốc gia làm nổi bật bản sắc riêng.
- Bảo đảm các tài liệu thương hiệu truyền tải những ví dụ cụ thể về bảo tồn, trao quyền cho cộng đồng và các thực hành du lịch tái tạo.

Phối hợp hoạt động marketing và phân phối sản phẩm chung

- Sử dụng các hội chợ du lịch khu vực và quốc tế, nền tảng số và quan hệ đối tác truyền thông để quảng bá chung các sản phẩm liên biên giới đã được lựa chọn dưới thương hiệu GMS.
- Khuyến khích các doanh nghiệp lữ hành và nền tảng trực tuyến xây dựng các “tuyến du lịch bền vững GMS” với thành phần là các sản phẩm đã được chứng nhận hoặc ghi nhận.

5.5. Tri thức khu vực, dữ liệu và nền tảng số

Tăng cường vai trò Văn phòng Điều phối Du lịch Mê Công (MTCO) như một trung tâm tri thức

- Giao nhiệm vụ cho MTCO xây dựng và quản lý Nền tảng Tri thức Du lịch bền vững GMS, bao gồm các nghiên cứu điển hình, công cụ, tài liệu đào tạo và dữ liệu về các sáng kiến, chỉ số du lịch bền vững.
- Khuyến khích các quốc gia và đối tác thường xuyên cập nhật, đóng góp nội dung.

Thúc đẩy hài hòa hóa và chia sẻ dữ liệu ở cấp khu vực

- Xây dựng hướng dẫn về thu thập và báo cáo dữ liệu tương thích giữa các nước GMS, dựa trên khung chỉ số chung đã thống nhất.
- Thí điểm các bảng thông tin (dashboard) hoặc công cụ trực quan hóa giúp so sánh và phân tích hiệu quả bền vững giữa các điểm đến.

Tận dụng công cụ số cho du lịch có trách nhiệm và quản lý điểm đến

- Nghiên cứu, phát triển các công cụ số dùng chung (ví dụ: ứng dụng, cổng thông tin) nhằm:
 - Cung cấp thông tin du lịch có trách nhiệm cho du khách;
 - Làm nổi bật các sản phẩm bền vững và du lịch cộng đồng;
 - Hỗ trợ quản lý khách và thu thập phản hồi tại các điểm đến nhạy cảm.

5.6. Cơ chế quản trị và triển khai

Làm rõ vai trò trong cấu trúc hợp tác du lịch GMS

- Khẳng định lại vai trò của Nhóm Công tác Du lịch GMS (TWG), MTCO và các cơ quan du lịch quốc gia trong việc dẫn dắt và điều phối triển khai chương trình hợp tác về du lịch bền vững.
- Chỉ định đầu mối phụ trách ở mỗi quốc gia cho các chủ đề trọng tâm (ví dụ: tiêu chuẩn, dữ liệu, CBT, tài chính) để thuận tiện cho trao đổi và theo dõi.

Thông qua một lộ trình khu vực theo giai đoạn

- Thống nhất một lộ trình theo giai đoạn (ví dụ: ngắn hạn 0–2 năm, trung hạn 3–5 năm) với các hành động ưu tiên, mốc tiến độ và phân công trách nhiệm dự kiến.

- Tập trung nỗ lực ban đầu vào một số ít sáng kiến có tác động lớn (ví dụ: khung và bộ chỉ số bền vững, thí điểm các điểm đến xanh, một hoặc hai tuyến du lịch liên biên giới) để tạo đà và minh chứng kết quả.

Theo dõi tiến độ và điều chỉnh khi cần thiết

- Lồng ghép nội dung hợp tác về phát triển du lịch bền vững vào các cơ chế giám sát hiện có của GMS, báo cáo định kỳ cho Nhóm Công tác Du lịch và các diễn đàn GMS cấp cao hơn.
- Sử dụng các đợt rà soát hàng năm hoặc hai năm một lần để đánh giá kết quả đạt được, nhận diện nút thắt và điều chỉnh thứ tự ưu tiên cho phù hợp.

Các cơ chế và khuyến nghị nêu trên nhằm hỗ trợ các quốc gia GMS hành động tập thể trong lĩnh vực du lịch bền vững, bổ trợ cho nỗ lực ở cấp quốc gia và tận dụng các tài sản thiên nhiên, văn hóa chung của tiểu vùng. Kết hợp với các hành động trong nước của Việt Nam (Mục 4), chúng tạo nên một lộ trình thống nhất hướng tới tương lai du lịch GMS bền vững hơn, có khả năng chống chịu tốt hơn và bao trùm hơn.

6. KẾT LUẬN VÀ ĐỊNH HƯỚNG TIẾP THEO

6.1. Tóm tắt các thông điệp chính

Hội thảo quốc tế về Du lịch bền vững Tiểu vùng sông Mê Công mở rộng (GMS) đã khẳng định một nhận thức mạnh mẽ và thống nhất rằng bền vững không còn là yếu tố tùy chọn. Đây là nền tảng cho năng lực cạnh tranh dài hạn, khả năng chống chịu và phúc lợi cộng đồng. Xuyên suốt bài trình bày chính và hai phiên thảo luận, các đại biểu đã hội tụ ở một số thông điệp cốt lõi sau:

- Du lịch trong GMS phải vượt lên trên cách tiếp cận “giảm thiểu tác động tiêu cực” để hướng tới các mô hình du lịch tạo tác động tích cực và du lịch tái tạo, chủ động góp phần phục hồi hệ sinh thái, củng cố văn hóa và cải thiện sinh kế địa phương.
- Du lịch cộng đồng và các mô hình du lịch bao trùm giữ vai trò trung tâm trong quá trình chuyển đổi này, nhưng để phát triển được cần có khung khổ rõ ràng hơn, hỗ trợ dài hạn và cơ chế chia sẻ lợi ích công bằng.
- Tiêu chuẩn, dữ liệu và công nghệ là những yếu tố hỗ trợ then chốt: chúng tạo dựng uy tín trên thị trường, hỗ trợ quản lý dựa trên bằng chứng và giúp kiểm soát dòng khách cũng như các tác động.
- Hợp tác khu vực thông qua khuôn khổ GMS mang lại giá trị gia tăng quan trọng về tiêu chuẩn chung, sản phẩm liên biên giới, bộ chỉ số, tri thức và thương hiệu chung – những lĩnh vực mà không một quốc gia đơn lẻ nào có thể đạt được ở cùng mức độ.

Các thông điệp này là nền tảng cho những khuyến nghị được xây dựng dành cho Việt Nam (Mục 4) và cho hợp tác GMS (Mục 5).

6.2. Hàm ý chiến lược đối với Việt Nam và GMS

Đối với Việt Nam, kết quả của Hội thảo củng cố lựa chọn chiến lược theo đuổi một con đường du lịch xanh, bao trùm và được hỗ trợ bởi chuyển đổi số. Điều này hàm ý:

- Lồng ghép sâu sắc hơn các mục tiêu bền vững và khả năng chống chịu với khí hậu vào chính sách, công cụ quy hoạch và quyết định đầu tư;

- Xây dựng các cơ chế quản trị vững chắc, kết nối cấp quốc gia với cấp tỉnh và tập hợp được Nhà nước, khu vực tư nhân, cộng đồng và giới học thuật cùng ngồi lại trên một diễn đàn;
- Đầu tư vào tiêu chuẩn, hệ thống dữ liệu và năng lực để giúp du lịch bền vững có thể đo lường được, quản lý được và truyền thông ra thị trường một cách hiệu quả.

Đối với GMS, các thảo luận chỉ ra một cơ hội để định vị tiểu vùng như một điểm đến tiên phong theo định hướng bền vững thông qua:

- Thống nhất một khung du lịch bền vững chung và bộ chỉ số cho toàn tiểu vùng;
- Thí điểm các “điểm đến xanh” phù hợp GSTC tại mỗi quốc gia như những “phòng thí nghiệm học tập”;
- Phát triển các sản phẩm liên biên giới và câu chuyện thương hiệu chung cho GMS, đặt bền vững và tính xác thực vào vị trí trung tâm.

Kết hợp lại, những bước đi này có thể giúp bảo đảm rằng du lịch trong GMS đóng góp một cách ý nghĩa cho các Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDGs), các chương trình nghị sự về tăng trưởng xanh quốc gia và Chiến lược Du lịch GMS 2030.

6.3. Các bước tiếp theo trong ngắn và trung hạn

Để duy trì động lực sau Hội thảo, có thể ưu tiên một số bước đi ngắn và trung hạn sau:

Hoạt động tiếp nối ở cấp quốc gia tại Việt Nam

- Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam (VNAT) và các cơ quan liên quan rà soát các khuyến nghị trong Báo cáo và xác định một số hành động ưu tiên đầu tiên để lồng ghép vào chiến lược, quy hoạch và chương trình hiện có (ví dụ: sáng kiến du lịch xanh, hỗ trợ du lịch cộng đồng, hệ thống dữ liệu và chỉ số).
- Lựa chọn và xây dựng thiết kế thí điểm một hoặc một số “điểm đến du lịch xanh” tại Việt Nam, với mục tiêu, đối tác và gói hỗ trợ rõ ràng.

Hoạt động tiếp nối ở cấp khu vực trong khuôn khổ Chiến lược Du lịch GMS 2030

- Nhóm Công tác Du lịch GMS và MTCO thống nhất một chương trình hành động khu vực ngắn gọn về du lịch bền vững, tập trung vào một số chủ đề trọng tâm (tiêu chuẩn và chỉ số, điểm đến xanh, sản phẩm liên biên giới, tri thức và dữ liệu).
- Xác định đầu mối phụ trách ở mỗi nước GMS cho các chủ đề này nhằm tạo thuận lợi cho điều phối và chia sẻ thông tin.

Xây dựng chương trình và huy động hỗ trợ từ các đối tác phát triển

- Dự án Du lịch Thụy Sĩ vì Phát triển bền vững (ST4SD) và các đối tác khác sử dụng Báo cáo này làm đầu vào để tinh chỉnh danh mục hỗ trợ, ưu tiên các can thiệp thí điểm có khả năng tạo ra mô hình nhân rộng (ví dụ: hệ thống tiêu chuẩn theo cấp bậc, cơ chế hỗ trợ CBT, công cụ dữ liệu).
- Cùng xây dựng các bản ý tưởng (concept note) hoặc đề xuất dự án cho các cơ chế tài chính khu vực, hỗ trợ kỹ thuật và chương trình tăng cường năng lực.

6.4. Chương trình nghị sự về học hỏi và đối tác

Hội thảo cho thấy rằng du lịch bền vững trong GMS không phải là một “bản thiết kế cố định” mà là một hành trình học hỏi. Khi các quốc gia và điểm đến thử nghiệm các mô hình khác nhau, một số nguyên tắc có thể giúp giữ cho hành trình này đi đúng hướng:

- **Bắt đầu nhỏ, học nhanh, nhân rộng một cách khôn ngoan:** Các sáng kiến thí điểm, dù ở cấp điểm đến, sản phẩm hay chính sách, cần được thiết kế với mục tiêu học hỏi rõ ràng, có cơ chế phản hồi và con đường cụ thể để nhân rộng hoặc tái tạo.
- **Đầu tư vào các mối quan hệ và niềm tin:** Hợp tác hiệu quả giữa chính phủ, doanh nghiệp, cộng đồng và đối tác phát triển phụ thuộc vào đối thoại bền bỉ, minh bạch và trách nhiệm giải trình lẫn nhau.
- **Giữ cộng đồng và thiên nhiên ở vị trí trung tâm:** Quyết định về phát triển du lịch cần được dẫn dắt bởi mức độ đóng góp của du lịch đối với phúc lợi cộng đồng và sức khỏe hệ sinh thái, không chỉ bởi lợi ích kinh tế ngắn hạn.
- **Truyền thông cởi mở về thành công và thách thức:** Chia sẻ cả những thành tựu lẫn khó khăn sẽ củng cố quá trình học hỏi chung trong nội bộ Việt Nam và trên toàn GMS, đồng thời góp phần thu hút các nhà đầu tư, đối tác và du khách có trách nhiệm.

Nếu các nguyên tắc này định hướng cho những bước đi tiếp theo, Hội thảo quốc tế về Du lịch bền vững Tiểu vùng sông Mê Công mở rộng sẽ không chỉ là một cột mốc đối thoại, mà còn là bước ngoặt: từ tầm nhìn và cam kết chuyển sang những hành động cụ thể, góp phần để du lịch thực sự trở thành động lực cho phát triển bền vững, bao trùm và có khả năng chống chịu tại Việt Nam và trên toàn Tiểu vùng sông Mê Công mở rộng.