



Cẩm nang thực tiễn phát triển du lịch **NÔNG THÔN VIỆT NAM**



Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch
Tổng cục du lịch
Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch

Hà Văn Siêu
Viện trưởng Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch



ANDO Katsuhiro,
Chuyên gia phát triển du lịch của JICA

THỰC TIỄN PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG THÔN

Chiến lược phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 đã xác định quan điểm phát triển dựa trên phát huy lợi thế quốc gia về giá trị văn hóa và sinh thái, đặc biệt là yếu tố văn hóa truyền thống dân tộc để phát triển du lịch có chất lượng, hiệu quả, bền vững và có sức cạnh tranh. Phát triển du lịch nông thôn đang trở thành xu hướng chiến lược nhằm phát huy yếu tố cội rễ văn hóa dân tộc thấm đậm ở khắp các miền quê Việt Nam.

Trong xu hướng phát triển chung, du lịch vùng nông thôn đối diện với nhiều thách thức như khả năng tiếp cận điểm du lịch, điều kiện hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật dịch vụ, nhận thức và kỹ năng đón tiếp du lịch. Đặc biệt phần đông dân cư nông thôn đang bỡ ngỡ trong quá trình tiếp thu, hội nhập, chuyển đổi làm dịch vụ du lịch ngay trên quê hương mình. Nếu giúp bà con nông thôn tháo gỡ những khó khăn, vượt qua thách thức, khắc phục những hạn chế đó, hiển nhiên du khách sẽ có những trải nghiệm du lịch thú vị; ngành du lịch mở ra cơ hội to lớn để phát triển và dân cư các vùng nông thôn có thêm sinh kế cải thiện đời sống vật chất và tinh thần nhờ du lịch.

Tuy nhiên, nếu phát triển du lịch không đúng quy cách, hoặc bỏ qua những nguyên tắc kỹ thuật cơ bản mà vội vàng chỉ quan tâm tới những lợi ích vật chất trước mắt thì hậu quả khôn lường. Và như vậy những vùng nông thôn Việt Nam đa sắc màu hấp dẫn và giá trị như viên ngọc quý hôm nay sẽ nhanh chóng không còn giữ được vẻ đẹp vốn có nữa. Bởi thế, du lịch nông thôn cần có bước đi cẩn trọng và ứng xử có trách nhiệm gắn với bản sắc văn hóa cộng đồng địa phương. Cộng đồng dân cư là đối tượng trung tâm có vai trò đặc biệt quan trọng, quyết định tới sự thành công hay thất bại trong các chương trình, dự án phát triển du lịch nông thôn. Cho đến nay, nhiều bài học thành công và cả những thất bại từ thực tiễn phát triển du lịch nông thôn đang cần được phổ biến, khuyến cáo rộng rãi để giúp cho quá trình triển khai đảm bảo đúng hướng.

Thời gian qua, Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch (ITDR) đã phối hợp với Tổ chức Hợp tác phát triển Quốc tế Nhật Bản (JICA) triển khai các dự án hỗ trợ phát triển du lịch nông thôn ở Đường Lâm (Hà Nội), Hồng Phong (Hải Dương), Cái Bè (Tiền Giang), Phước Tích và Thanh Toàn (Thừa Thiên Huế) v.v. Trong quá trình triển khai, những phát hiện và kinh nghiệm thú vị được tổng hợp và biên tập thành tài liệu tham khảo-hướng dẫn này với tên gọi "Cẩm nang thực tiễn phát triển du lịch nông thôn Việt Nam".

Cách tiếp cận từ thực tiễn này đã đưa những dự án hiện thực trở thành điển hình dẫn dắt về phương pháp đối với các vùng nông thôn có tiềm năng phát triển du lịch trên mọi miền cả nước.

Với sự quan tâm của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Tổng cục Du lịch, các Bộ, ngành, chính quyền địa phương và các đối tác liên quan, hy vọng rằng thông qua Cẩm nang này những bài học kinh nghiệm hữu ích từ thực tiễn sẽ được học tập vận dụng sáng tạo phù hợp với điều kiện cụ thể của từng địa phương, qua đó góp phần thúc đẩy du lịch Việt Nam phát triển.

Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch cam kết đồng hành cùng các bên trong các dự án phát triển du lịch nông thôn với ước mong không ngừng tiếp thu những yếu tố mới, kinh nghiệm hay để hoàn thiện cập nhật Cẩm nang ngày càng toàn diện hơn.

Hà Văn Siêu

TƯƠNG LAI CỦA DU LỊCH NÔNG THÔN VIỆT NAM

Nông thôn Việt Nam có nhiều tài nguyên du lịch hấp dẫn như phong cảnh đẹp, nhiều di sản thiên nhiên và văn hóa, nghề truyền thống phong phú, đời sống con người sinh động v.v.

JICA đã có nhiều hoạt động phát triển nông thôn thông qua du lịch như một phần trong kế hoạch nỗ lực phát triển các vùng nông thôn Việt Nam. Du lịch là ngành không cần đầu tư lớn vẫn có thể tạo sinh khí cho nền kinh tế địa phương nếu biết vận dụng một cách khéo léo các tài nguyên du lịch.

Cẩm nang này tóm tắt lại các phương pháp phát triển du lịch nông thôn có thể ứng dụng vào thực tiễn dựa vào các chương trình thí điểm phát triển du lịch nông thôn do Tổng cục Du lịch, Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch và JICA phối hợp thực hiện. Ngoài ra, nhờ sự hợp tác của các sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch các tỉnh thành địa phương, chúng tôi đã tập hợp được thông tin về 121 địa bàn nông thôn có tiềm năng phát triển du lịch. Tuy không đơn giản để phát triển toàn bộ 121 địa phương này thành các điểm du lịch, nhưng một khi các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, người dân, các cơ quan liên quan trong ngành du lịch, các chuyên gia v.v cùng hợp sức ứng dụng cẩm nang này thì sẽ không còn là điều xa vời nữa.

Việt Nam đã đạt được những thành tựu đáng kể trong tăng trưởng kinh tế. Không chỉ phát triển khu vực đô thị, nếu tái hiện những giá trị của các khu vực nông thôn thì du lịch có thể trở thành cơ hội phát triển mới. Du lịch được cho là mang lại nhiều đóng góp cho nông thôn như tạo việc làm, phát huy văn hóa, tạo dựng cơ sở kinh tế và phát triển địa phương v.v... Hơn nữa, một khi quảng bá được nét hấp dẫn của du lịch nông thôn Việt Nam cho trong nước và nước ngoài thì chính du lịch nông thôn có thể trở thành sức mạnh thu hút nhiều du khách hơn.

Tôi hy vọng nhiều địa phương sẽ tiến hành phát triển du lịch nông thôn vì những lý do trên. Mong rằng cẩm nang này sẽ là kim chỉ nam thiết thực cho các bạn, những người có liên quan đến ngành du lịch Việt Nam

ANDO Katsuhiro

Chương I: Nhận thức về du lịch nông thôn trong cẩm nang

- 1.1. Giới thiệu về cẩm nang
- 1.2. Du lịch nông thôn là gì?
- 1.3. Vì sao cần phát triển du lịch nông thôn?
- 1.4. Khu vực có khả năng phát triển du lịch nông thôn
- 1.5. Những bên liên quan tham gia vào du lịch nông thôn
- 1.6. Phát triển du lịch nông thôn như thế nào?
- 1.7. Những hiệu quả kỳ vọng từ cẩm nang
- 1.8. Một số lưu ý khi sử dụng cẩm nang này

Chương II: Phương pháp và quy trình phát triển du lịch nông thôn

- 2.1. Chu kỳ phát triển du lịch nông thôn
- 2.2. Quy trình và phương pháp phát triển du lịch nông thôn
- 2.3. BƯỚC 1: LẬP KẾ HOẠCH
 - 2.3.1. Chọn nông thôn đối tượng để phát triển du lịch
 - 2.3.2. Lập kế hoạch trong phạm vi nông thôn
- 2.4. BƯỚC 2: XÂY DỰNG CƠ CẤU TỔ CHỨC QUẢN LÝ DU LỊCH
 - 2.4.1. Các loại cơ cấu tổ chức
 - 2.4.2. Phương pháp lôi kéo sự tham gia của cộng đồng, người dân khi xây dựng cơ cấu tổ chức
- 2.5. BƯỚC 3: THIẾT KẾ SẢN PHẨM, DỊCH VỤ DU LỊCH
 - 2.5.1. Phương pháp nắm bắt và xem xét cách thức khai thác tài nguyên du lịch thông qua việc xây dựng bản đồ tài nguyên du lịch
 - 2.5.2. Phương pháp khai thác tài nguyên du lịch thành sản phẩm, dịch vụ du lịch
 - 2.5.3. Thêm giá trị gia tăng để quảng bá sản phẩm du lịch
 - 2.5.4. Thường xuyên cải thiện dịch vụ du lịch
- 2.6. BƯỚC 4: HOÀN THIỆN KHẢ NĂNG TIẾP NHẬN DU KHÁCH TẠI ĐIỂM DU LỊCH
 - 2.6.1. Trang bị khả năng tiếp nhận mềm
 - 2.6.2. Trang bị cơ sở đón tiếp cứng - cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật tiếp đón khách
- 2.7. BƯỚC 5: XÚC TIẾN VÀ QUẢNG BÁ
 - 2.7.1. Lập kế hoạch xúc tiến
 - 2.7.2. Phương pháp quảng bá
- 2.8. BƯỚC 6: KIỂM SOÁT VÀ QUẢN LÝ
 - 2.8.1. Các bước kiểm soát
 - 2.8.2. Kế hoạch kiểm soát
 - 2.8.3. Thu thập dữ liệu kiểm soát
 - 2.8.4. Phân tích kết quả kiểm soát và phản hồi vào các kế hoạch về sau
 - 2.8.5. Vận dụng kết quả giám sát để phân tích vòng đời của điểm du lịch

- 3.1. Khái quát về các điển hình thực tế phát triển du lịch nông thôn
 - 3.1.1. Các địa phương điển hình
 - 3.1.2. Vị trí của các địa phương điển hình
- 3.2. ĐIỂN HÌNH THỰC TẾ 1: LÀNG ĐƯỜNG LÂM, THÀNH PHỐ HÀ NỘI
 - 3.2.1. Khái quát làng Đường Lâm
 - 3.2.2. Những điểm chính trong điển hình Đường Lâm
 - 3.2.3. Phương pháp và quá trình phát triển du lịch nông thôn tại làng Đường Lâm
 - 3.2.4. Bài học từ mô hình phát triển tại Đường Lâm và những vấn đề tồn đọng
 - 3.2.5. Ý kiến của người trong cuộc
- 3.3. ĐIỂN HÌNH THỰC TẾ 2: LÀNG BỐ DƯƠNG, XÃ HỒNG PHONG, TỈNH HẢI DƯƠNG
 - 3.3.1. Khái quát Hồng Phong
 - 3.3.2. Những điểm chính trong điển hình Hồng Phong
 - 3.3.3. Phương pháp và quá trình phát triển du lịch Hồng Phong
 - 3.3.4. Tương lai của nghệ thuật Múa rối nước và việc phát triển du lịch
 - 3.3.5. Nhìn lại quá trình phát triển du lịch của làng rối nước Hồng Phong
- 3.4. ĐIỂN HÌNH THỰC TẾ 3: LÀNG PHƯỚC TÍCH, TỈNH THỪA THIÊN HUẾ
 - 3.4.1. Khái quát về làng Phước Tích
 - 3.4.2. Những điểm chính trong điển hình Phước Tích
 - 3.4.3. Phương pháp và quá trình phát triển du lịch làng Phước Tích
 - 3.4.4. Thành quả của việc phát triển du lịch làng Phước Tích, những vấn đề tồn đọng
 - 3.4.5. Nhìn lại quá trình phát triển du lịch làng Phước Tích
- 3.5. ĐIỂN HÌNH THỰC TẾ 4: THANH TOÀN, TỈNH THỪA THIÊN HUẾ
 - 3.5.1. Khái quát điển hình Thanh Toàn
 - 3.5.2. Những điểm chính trong điển hình Thanh Toàn
 - 3.5.3. Phương thức và quy trình phát triển tại Thanh Toàn
 - 3.5.4. Thành quả của dự án thí điểm và định hướng du lịch nông thôn Thanh Toàn trong tương lai
 - 3.5.5. Nhìn lại quá trình phát triển du lịch Thanh Toàn
- 3.6. ĐIỂN HÌNH THỰC TẾ 5: LÀNG ĐÔNG HÒA HIỆP, TỈNH TIỀN GIANG
 - 3.6.1. Khái quát về làng Đông Hòa Hiệp
 - 3.6.2. Những điểm chính trong điển hình Đông Hòa Hiệp
 - 3.6.3. Quá trình và phương pháp phát triển du lịch làng Đông Hòa Hiệp
 - 3.6.4. Kết quả đạt được của dự án và các vấn đề tồn đọng đối với du lịch nông thôn Đông Hòa Hiệp
 - 3.6.5. Nhìn lại quá trình phát triển du lịch tại làng Đông Hòa Hiệp
- 3.7. ĐIỂN HÌNH THỰC TẾ 6: DỰ ÁN DU LỊCH DỰA VÀO CỘNG ĐỒNG CƠ TU
 - 3.7.1. Mở đầu
 - 3.7.2. Bối cảnh và quá trình hình thành của dự án (phát triển cộng đồng, khôi phục nghề dệt truyền thống, phát triển du lịch dựa vào cộng đồng)
 - 3.7.3. Giai đoạn lập kế hoạch dự án
 - 3.7.4. Những thay đổi tại địa phương (trên phương diện xã hội, kinh tế, văn hóa)
 - 3.7.5. Những thách thức trước mắt
 - 3.7.6. Phát triển du lịch tại vùng dân tộc thiểu số
 - 3.7.7. Hướng đến tương lai
- 3.8. ĐIỂN HÌNH THỰC TẾ 7: LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG TỈNH BẮC NINH
 - 3.8.1. Khái quát về 3 làng nghề truyền thống tỉnh Bắc Ninh
 - 3.8.2. Những điểm chính trong điển hình này
 - 3.8.3. Phương pháp và quá trình phát triển du lịch
 - 3.8.4. Bài học rút ra khi làm du lịch tại các vùng nông thôn

Chương IV: Các địa phương đối tượng phát triển du lịch nông thôn

- 4.1. Khảo sát về các địa phương đối tượng phát triển du lịch nông thôn
 - 4.1.1. Phương pháp khảo sát
 - 4.1.2. Vị trí các địa phương đối tượng phát triển du lịch nông thôn
- 4.2. Danh sách các địa phương đối tượng phát triển nông thôn

Chương V: Vai trò và sự liên kết giữa các cơ quan hữu quan

- 5.1. Vai trò tham gia của các cơ quan hữu quan
- 5.2. Vai trò của cơ quan Nhà nước cấp Trung ương
 - 5.2.1. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch
 - 5.2.2. Tổng cục Du lịch
 - 5.2.3. Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch
- 5.3. Vai trò của chính quyền các tỉnh, thành địa phương
 - 5.3.1. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch các tỉnh, thành
 - 5.3.2. Ủy ban nhân dân và phòng Văn hóa - Thông tin huyện
 - 5.3.3. Ủy ban nhân dân xã
- 5.4. Hợp tác giữa các cơ quan hành chính và các doanh nghiệp, hiệp hội
 - 5.4.1. Hợp tác với Hiệp hội Lữ hành Việt Nam (VISTA)
 - 5.4.2. Hợp tác với các công ty du lịch
- 5.5. Hợp tác giữa các cơ quan hành chính với các cơ quan liên quan khác
 - 5.5.1. Các trường Đại học, các trường nghiệp vụ liên quan đến ngành du lịch
 - 5.5.2. Các công ty tư vấn du lịch
 - 5.5.3. Các cơ quan truyền thông
 - 5.5.4. Hợp tác với các tổ chức tài trợ nước ngoài, các tổ chức phi chính phủ

Chương VI: Mở rộng phát triển du lịch nông thôn

- 6.1. Từ việc sử dụng cẩm nang
- 6.2. Tới việc mở rộng các phương pháp phát triển du lịch nông thôn

Chương I: Nhận thức về du lịch nông thôn trong cẩm nang



1.1. Giới thiệu về cẩm nang

(1) Bối cảnh và mục đích xây dựng cẩm nang

Cẩm nang này được xây dựng trên sự hợp tác giữa Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch thuộc Tổng cục Du lịch, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, các nhà nghiên cứu, những người làm công tác du lịch và tổ chức Hợp tác quốc tế Nhật Bản (JICA), nhằm mục đích phát triển nông thôn thông qua du lịch tại Việt Nam.

Từ lâu, thế giới đã nhận thức rằng phát triển du lịch sẽ góp phần phát triển kinh tế xã hội, mang lại lợi ích kinh tế cho đất nước. Tại Việt Nam, Chiến lược Phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (Số: 2473/QĐ-TTg) và Quy hoạch Tổng thể Phát triển du lịch Việt Nam (Số: 201/QĐ-TTg) cũng nhận định tầm quan trọng của du lịch trong phát triển kinh tế xã hội, và vạch ra phạm vi, đối tượng phát triển du lịch một cách rộng rãi bao gồm cả thành phố đến khu vực nông thôn. Việc thực hiện phát triển này thực tế không phải là Tổng Cục Du lịch và Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch tiến hành trực tiếp mà chính là do các Sở VH-TDL các tỉnh thành làm trung tâm, liên kết với các tổ chức liên quan như cơ quan đào tạo nhân lực du lịch, các công ty du lịch, v.v và cả với cộng đồng địa phương để thực hiện.

Tuy nhiên, trên thực tế còn nhiều người vẫn chưa nắm được phương pháp triển khai, ví dụ như bắt đầu từ đâu hay phát triển như thế nào. Vì thế, cuốn cẩm nang này, dựa vào các mô hình phát triển du lịch nông thôn thực tế đã thực hiện, sử dụng tối đa biểu đồ và hình ảnh, để diễn giải phương pháp phát triển du lịch nông thôn tại Việt Nam. Ngoài ra, trên cơ sở nhiều mô hình đã được triển khai, cẩm nang này cũng phân tích phương pháp phát triển và cơ chế quản lý cần thiết trong quá trình phát triển du lịch tại các vùng nông thôn.

Đối với những người có liên quan đến phát triển du lịch tại các vùng nông thôn, ban biên tập mong muốn quý vị hãy đọc cẩm nang này để đánh giá tình hình phát triển của địa phương mình, hoặc sử dụng nó như tài liệu tham khảo cho các bước phát triển tiếp theo. Hy vọng cuốn cẩm nang này sẽ trở thành trở thành tài liệu có ích trong phát triển du lịch tại các vùng nông thôn ở Việt Nam.

(2) Đối tượng sử dụng

Cẩm nang được xây dựng với mục đích chính dành cho những người liên quan đến công việc phát triển du lịch như sau:

- ① Các cán bộ quản lý ở Trung ương phụ trách lập và thực hiện chính sách các lĩnh vực liên quan đến du lịch.
- ② Các cán bộ quản lý các địa phương phụ trách lập và thực hiện chính sách các lĩnh vực liên quan đến du lịch.
- ③ Những người liên quan đến công việc phát triển du lịch tại nông thôn.
- ④ Các nhà nghiên cứu của các trường đại học phụ trách đào tạo nhân lực để xây dựng điểm du lịch, những người làm công tác tư vấn và kinh doanh du lịch

Trong phát triển du lịch nông thôn thì cộng đồng địa phương và các công ty liên quan đến du lịch v.v đóng vai trò quan trọng, tuy nhiên, dưới góc độ quản lý, sự hỗ trợ cho cộng đồng, sự liên kết khéo léo với các công ty liên quan đến du lịch của các cơ quan quản lý du lịch mới là then chốt trong phát triển du lịch nông thôn.

(3) Cấu trúc của cẩm nang

Cẩm nang được cấu trúc gồm 6 chương. Chương I tóm tắt tư tưởng cơ bản trong phát triển du lịch nông thôn và cách sử dụng cẩm nang này. Chương II phân tích phương pháp và quy trình phát triển du lịch nông thôn thành 6 bước là lập kế hoạch; xây dựng cơ chế; thiết kế; hoàn chỉnh cơ chế tiếp nhận; xúc tiến quảng bá; kiểm soát - quản lý để diễn giải về phương pháp phát triển. Chương III diễn giải một số điển hình thực tế phát triển du lịch nông thôn và cơ chế quản lý, v.v dựa trên các mô hình đã thực hiện là du lịch di sản; du lịch văn hóa; du lịch làng nghề truyền thống; du lịch cộng đồng; du lịch sinh thái v.v. Chương IV giới thiệu về các địa phương có nhiều tiềm năng du lịch nông thôn trên toàn Việt Nam, sẽ thật phù hợp khi so sánh với các phương pháp phát triển trong chương II và các mô hình tại các địa phương đã phát triển trong chương III để đưa ra các phương pháp phát triển phù hợp với khả năng từng địa phương đó. Chương V, chương VI đề cập đến vai trò của các cơ quan liên quan và một số khuyến nghị khi vận dụng cẩm nang.

Chương I: Nhận thức về du lịch nông thôn

Mục đích xây dựng cẩm nang, du lịch nông thôn là gì, tính cần thiết và khả năng phát triển du lịch nông thôn trong phát triển du lịch Việt Nam.

Chương II: Phương pháp và quy trình phát triển du lịch nông thôn

Phương pháp phát triển du lịch nông thôn (6 bước) và mô hình cho từng bước.

Chương III: Một số điển hình thực tế về phát triển du lịch nông thôn

Sử dụng 7 mô hình phát triển du lịch nông thôn thành công tại Việt Nam để minh họa và giải thích tình hình trước khi phát triển; các nội dung đã thực hiện; thành quả cũng như các phương pháp phát triển hữu hiệu thông qua phân tích các mô hình đó.

Chương IV: Các địa phương phù hợp để phát triển Du lịch nông thôn tại Việt Nam

Tác giả đã khảo sát bằng phiếu điều tra đối với 63 tỉnh thành trên cả nước để lựa chọn ra các địa phương có tiềm năng phát triển du lịch nông thôn.

Chương V: Vai trò và sự liên kết giữa các cơ quan hữu quan

Giải thích về sự liên quan và các hỗ trợ của các cơ quan quản lý du lịch với các đơn vị tư nhân và cộng đồng trong phát triển du lịch nông thôn.

Chương VI: Mở rộng phát triển du lịch nông thôn

Đề xuất các chính sách liên quan để có thể vận dụng cẩm nang này sẽ gắn liền với phát triển du lịch Việt Nam sau này.

1.2. Du lịch nông thôn là gì?

(1) Định nghĩa về du lịch nông thôn

Cẩm nang này tóm tắt các phương pháp, giai đoạn phát triển, v.v chủ yếu tập trung vào du lịch nông thôn. Trước hết, về khái niệm du lịch nông thôn, theo từ điển du lịch (Encyclopedia of tourism, 2000, Routledge, trang 514-515) thì du lịch nông thôn (Rural tourism) được giải thích như sau:

Du lịch nông thôn: là loại hình khai thác các vùng nông thôn như một nguồn tài nguyên và đáp ứng nhu cầu của cư dân đô thị trong việc tìm kiếm không gian yên tĩnh và giải trí ngoài trời hơn là chỉ liên quan đến thiên nhiên. Du lịch nông thôn bao gồm các chuyến thăm vườn quốc gia và công viên công cộng, du lịch di sản trong khu vực nông thôn, các chuyến đi tham quan danh lam thắng cảnh và thưởng thức cảnh quan nông thôn, và du lịch nông nghiệp. Nói chung, khu vực nông thôn hấp dẫn nhất đối với khách du lịch là những vùng ven khu nông nghiệp, thường là vùng dân cư thưa thớt, vùng biệt lập hoặc những vùng cao, miền núi ít được biết đến. Du lịch nông thôn cung cấp một nguồn thu nhập thêm, đặc biệt là cho phụ nữ, và đóng vai trò quan trọng trong việc giảm tỷ lệ suy giảm dân số nông thôn. Đầu tư du lịch nông thôn có thể bảo tồn các công trình lịch sử, và các hoạt động truyền thống như lễ hội làng có thể được phục hồi thông qua sự quan tâm của khách du lịch.

Các công trình bỏ hoang trong các ngôi làng xuống cấp hoặc đang có dấu hiệu xuống cấp có thể được phục dựng để trở thành ngôi nhà thứ hai cho cư dân đô thị. Sự phát triển đó mang lại sự thịnh vượng mới cho các vùng nông thôn nghèo, nhưng cũng có thể phá hủy các đặc trưng cảnh quan mà ban đầu đã thu hút khách du lịch. Việc gia tăng sự hiện diện của người dân đô thị đã thay đổi tính chất xã hội của các làng, lưu lượng dày đặc của xe ô tô và các đoàn khách gây ra ùn tắc giao thông trên các tuyến đường làng chật hẹp và cản trở sự di chuyển của gia súc. Ô nhiễm giao thông, vật nuôi thả rông, sự thiếu kiểm soát du khách ra vào có thể gây tổn thương vật nuôi và cây trồng. Sự trùng hợp của mùa vụ nông nghiệp và du lịch cũng dễ dẫn đến xung đột về nguồn nhân lực. Vì vậy, cần cân giữa chi phí và lợi ích từ du lịch nông thôn không phải lúc nào cũng mang đến kết quả tích cực, nhưng tại một số vùng nông thôn, du lịch được xem là một hoạt động hiển nhiên.

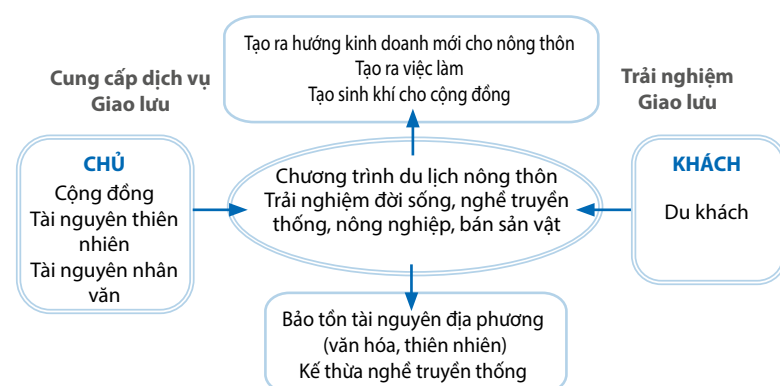
Một trong những định nghĩa phổ biến nhất về du lịch nông thôn được nhiều học giả trích dẫn là của tác giả Bernard Lane (1994) đúc kết trong bài viết “Du lịch nông thôn là gì?” đăng trên tạp chí Du lịch Bến vững, quyển 2, số 1-2, tại trang 14. Theo đó, du lịch nông thôn với hình thức thuần túy nhất là loại hình du lịch:

- (1) Được diễn ra ở những khu vực nông thôn;
- (2) Thiết thực cho nông thôn – hoạt động dựa trên những đặc điểm tiêu biểu của những khu vực nông thôn với quy mô kinh doanh nhỏ, không gian mở, được tiếp xúc trực tiếp và hòa mình vào thế giới thiên nhiên, những di sản văn hóa, xã hội và văn hóa truyền thống ở làng xã
- (3) Có quy mô nông thôn – bao gồm các công trình xây dựng cũng như quy mô khu định cư thường có quy mô nhỏ (thôn, bản)
- (4) Dựa trên đặc điểm, yếu tố truyền thống, phát triển chậm và được tổ chức chặt chẽ, gắn kết với các hộ dân địa phương. Được phát triển và quản lý chủ yếu bởi địa phương phục vụ lợi ích lâu dài của dân cư trong làng xã
- (5) Với nhiều loại hình, thể hiện đặc tính đa dạng về môi trường, kinh tế, lịch sử, địa điểm của mỗi nông thôn.

Như vậy, có thể nói du lịch nông thôn là loại hình du lịch trong đó nông nghiệp, sinh hoạt, nghề truyền thống, cảnh quan, v.v vốn chưa được xem là tài nguyên du lịch, giờ được sử dụng như những tài nguyên du lịch dành cho du khách tiếp xúc, trải nghiệm với đời sống nông thôn. Việc này phụ thuộc vào phương pháp phát triển nhưng có nghĩa là tất cả mọi nông thôn đều có khả năng trở thành điểm đến du lịch. Trong tâm trí mỗi người ắt sẽ xuất hiện hình ảnh du lịch thực tế của những người thành thị chưa từng tiếp xúc với cuộc sống nông thôn bình thường đến trải nghiệm nông nghiệp, ăn những thức ăn tươi ngon từ các loại rau do mình hái, hoặc ngồi nghe người dân nói về đời sống nông thôn. Đối với người dân nông thôn thì đó chỉ là cuộc sống và sinh hoạt thường ngày, nhưng chỉ cần thêm vào một chút dịch vụ giá trị gia tăng nào đó cho phù hợp với du lịch thì có thể làm thành điều hấp dẫn thú vị cho du khách và cư dân thành phố. Thêm vào đó, nhờ có du lịch mà nhu cầu về nông nghiệp tăng lên, các giá trị văn hóa có hướng kế thừa, nên có thể nói du lịch nông thôn giúp cho việc gia tăng thu nhập (biểu đồ 1.1). Nói cách khác, du lịch nông thôn là cơ hội mở rộng kinh doanh ở khu vực nông thôn đó thông qua du lịch. Mặt khác, một khi du lịch phát triển thành công tại địa phương thì cũng có thể phát sinh các vấn đề thay đổi về mặt xã hội và môi trường ở địa phương đó. Vì thế, cần phải cân nhắc từ phương diện xã hội và môi trường khi phát triển du lịch nông thôn.

Có thể tóm tắt về khái niệm du lịch nông thôn như sau:

- Tất cả các yếu tố nông thôn (đời sống, nghề truyền thống, cảnh quan v.v) đều có thể trở thành tài nguyên du lịch có sức hấp dẫn du khách
- Là hướng sinh kế mới cho vùng nông thôn
- Có thể tạo công ăn việc làm mới cho phụ nữ và những người trẻ khác
- Có thể phát triển bằng cách kết hợp hài hòa tài nguyên khu vực nông thôn (nông nghiệp và nghề truyền thống, di sản văn hóa v.v) với du lịch
- Nhờ có sự kết hợp như thế mà có hướng kế thừa nghề truyền thống cũng như các di sản văn hóa
- Được quản lý, khai thác và thực hiện chủ yếu bởi người dân địa phương



Sơ đồ 1.1. Biểu đồ khái niệm du lịch nông thôn

(2) Loại hình du lịch nông thôn

Tiếp theo, du lịch nông thôn (Rural Tourism) cụ thể gồm những loại nào? Loại hình du lịch nông thôn rất đa dạng do tài nguyên trong các khu vực nông thôn rất phong phú. Ví dụ, có thể kể các loại hình du lịch ở một số khu vực trên cơ sở vận dụng đặc trưng ở từng khu vực nông thôn đó, sẽ có Du lịch di sản văn hóa (Heritage tourism); Du lịch văn hóa (Cultural tourism); Du lịch làng nghề truyền thống (Craft tourism); Du lịch cộng đồng (Community based tourism); Du lịch sinh thái (Eco-tourism); Du lịch nông sinh học (Agro-tourism) v.v. Điều quan trọng trong phát triển du lịch nông thôn là vận dụng tính đặc sắc có ở từng nông thôn đó.

Bảng 1.1 liệt kê một số ví dụ về nét hấp dẫn của loại hình du lịch nông thôn. Một số trong các ví dụ nêu ở đây sẽ được giải thích về phương pháp và các bước phát triển trong các trường hợp phát triển thực tế trong chương III.

(3) Loại dịch vụ trong du lịch nông thôn

Du lịch nông thôn đòi hỏi tạo ra các dịch vụ trên cơ sở sử dụng các tài nguyên du lịch có ở nông thôn đó. Các loại dịch vụ du lịch nông thôn đang được thực hiện tại Việt Nam bao gồm:

- ① Nhà hàng nông gia: là dịch vụ ẩm thực tại nhà người dân sử dụng rau và các loại thực phẩm lấy tại nông thôn
- ② Dịch vụ Homestay: là dịch vụ lưu trú tại nhà người dân, trải nghiệm chính cuộc sống của họ
- ③ Trải nghiệm, mua sắm với nghề truyền thống: Quảng diễn cho du khách xem các nghề thủ công truyền thống như nghề gốm, các loại hình nghệ thuật dân gian v.v còn lưu lại tại làng, cung cấp dịch vụ trải nghiệm hoặc bán cho du khách hàng lưu niệm
- ④ Trải nghiệm nông nghiệp: Dịch vụ trải nghiệm khi tham gia các hoạt động nông nghiệp
- ⑤ Tour bơi thuyền, đi xe đạp: Là dịch vụ sử dụng cảnh quan của làng (như sông nước, cảnh quan thiên nhiên) để làm hấp dẫn du khách
- ⑥ Tham quan, trải nghiệm các lễ tế, màn trình diễn truyền thống: Hát múa tại các lễ hội, tổ chức các buổi trình diễn truyền thống
- ⑦ Giao lưu với người dân địa phương - hướng dẫn viên địa phương: Là hoạt động giao lưu hoặc giới thiệu về làng cho du khách bởi chính người dân địa phương
- ⑧ Tái hiện lịch sử và văn hóa: Là dịch vụ viếng thăm và nghe giải thích các tài nguyên văn hóa và các kiến tạo vật còn lưu giữ lại từ xưa
- ⑨ Các dịch vụ khác: Là các dịch vụ sử dụng tài nguyên du lịch và tài nguyên con người khác còn lưu giữ tại địa phương

Bảng 1.1. Một số loại hình du lịch nông thôn

Loại hình	Đặc trưng	Nét hấp dẫn Du lịch (điển hình)
Du lịch di sản (Heritage tourism) Mô hình: Làng Đường Lâm, Hà Nội	Là du lịch bảo tồn và phát huy các di sản văn hóa trong làng (nhà cổ, đình làng, miếu-đền, nhà thờ họ, bia đá) được truyền lại cho hậu thế và các hoạt động của người xưa, để người bên ngoài có thể học tập, giao lưu.	Thăm thú và học tập về các di tích lịch sử, thăm các nhà cổ, lưu trú, ẩm thực tại nhà hàng nông gia, hướng dẫn viên địa phương hướng dẫn du khách đi thăm làng v.v
Du lịch văn hóa (Cultural tourism) Mô hình: Làng Bô Dương, tỉnh Hải Dương	Du lịch sử dụng các đặc trưng văn hóa, nghi lễ, nghệ thuật truyền thống và văn hóa phi vật thể độc đáo của làng.	Tham quan các buổi trình diễn nghệ thuật truyền thống, tour tham quan nguồn gốc văn hóa truyền thống, tham quan và trải nghiệm các nghi lễ v.v
Du lịch làng nghề truyền thống (Craft tourism) Mô hình: -Làng nghề truyền thống tỉnh Bắc Ninh -Làng Phước Tích, tỉnh Thừa Thiên Huế	Du lịch trải nghiệm, giao lưu nghề truyền thống, nghề thủ công mỹ nghệ, các tác phẩm nghệ thuật, nghề gốm v.v có nguồn gốc từ nông thôn.	Trải nghiệm nghề truyền thống, giao lưu với nghệ nhân, mua các sản phẩm nghề truyền thống, tham gia tour đi tham quan nguồn gốc các sản phẩm nghề truyền thống v.v.
Du lịch cộng đồng (Community based tourism) Mô hình: Làng Thanh Toàn, tỉnh Thừa Thiên Huế	Du lịch với thú vui hòa mình vào cuộc sống và người dân nông thôn, giao lưu với họ.	Trải nghiệm và giao lưu liên quan đến nghề truyền thống, nghề nghiệp do người dân sinh sống trong làng kinh doanh, tour tiếp xúc đời sống nông thôn, tour vận dụng môi trường tự nhiên trong làng v.v
Du lịch sinh thái (Eco tourism) Mô hình: Cái Bè, tỉnh Tiền Giang	Du lịch vận dụng các không gian tự nhiên như cảnh quan sông nước, cây xanh, công viên, vườn cây ăn quả, nhà vườn.	Tour khám phá môi trường thiên nhiên như sông nước, phong cảnh, thăm và dùng thử tại các cơ sở chế biến trái cây...
Du lịch nông sinh học (Agro tourism)	Du lịch có các hoạt động nghề và cuộc sống tại các nông thôn.	Các chương trình trải nghiệm, học tập về nông nghiệp, dùng thử nông sản, giao lưu với người dân làm nông nghiệp.v.v
Du lịch dân tộc thiểu số (Ethno-tourism) Mô hình: Làng dân tộc Cơ Tu huyện Nam Giang, tỉnh Quảng Nam	Du lịch vận dụng đời sống và văn hóa của các dân tộc thiểu số.	Lý giải đời sống của người dân tộc thiểu số, trải nghiệm văn hóa dân tộc, tham gia các buổi trình diễn, âm nhạc của người dân tộc thiểu số.

1.3. Vì sao cần phát triển du lịch nông thôn?

Vì sao cần phát triển du lịch nông thôn tại Việt Nam? Ở Việt Nam hiện nay, phần đông dân số sinh sống tại nông thôn, nhưng so với thành thị thì thu nhập vẫn thấp và tỉ lệ nghèo cao¹. Cụ thể, tổng dân số nghèo và dân số cận nghèo trong toàn quốc vượt trên 22 triệu người. Tỉ lệ xóa nghèo hàng năm giảm 9,6% số hộ, tuy nhiên, nếu xét theo từng khu vực thì có thể thấy đầu tiên là 28,55% tại vùng Tây Bắc, các vùng như vùng núi Đông Bắc, Bắc Trung bộ, Nam Trung bộ, Tây Nguyên v.v đến nay vẫn còn tỉ lệ hộ nghèo cao.

Bảng 1.2. Dữ liệu hộ nghèo

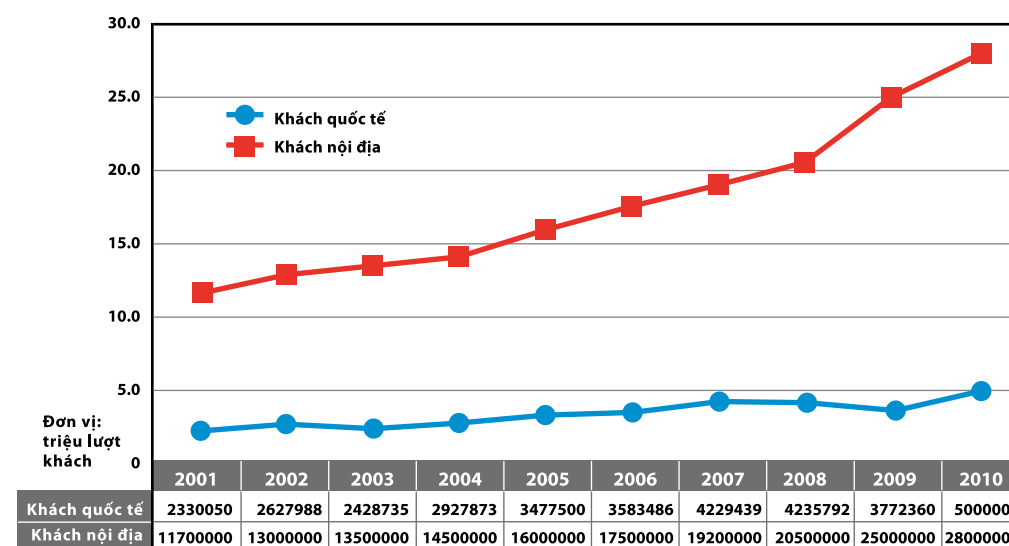
	Khu vực ²	Số người nghèo	Số hộ nghèo		Số hộ cận nghèo	
			Số hộ	Tỉ lệ (%)	Số hộ	Tỉ lệ (%)
1	Vùng núi Đông Bắc bộ	2.470.555	429.579	17,39	220.307	8,92
2	Tây Bắc bộ	635.962	181.591	28,55	72.985	11,48
3	Đồng bằng sông Hồng	5.266.527	257.634	4,89	241.086	4,58
4	Vùng Bắc Trung bộ	2.659.540	399.291	15,01	346.803	13,04
5	Vùng Nam Trung bộ	2.012.488	245.605	12,20	187.514	9,32
6	Tây Nguyên	1.229.803	184.429	15,00	76.144	6,19
7	Đông Nam bộ	3.732.312	47.519	1,27	40.432	1,08
8	Đồng bằng sông Mekong	4.368.676	403.462	9,24	284.456	6,51
	Tổng kết	22.357.863	2.149.110	9,60	1.469.727	6,57

Nguồn: Số liệu thống kê hộ nghèo năm 2012, Số 749/QĐ-LDTBXH, 13/05/2013, Bộ LĐ TBXH

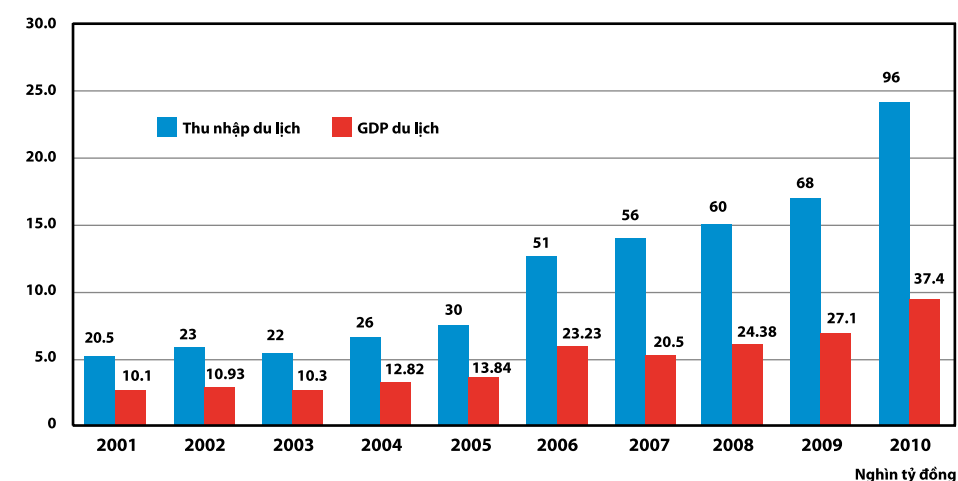
Bên cạnh đó, du lịch được coi là ngành đem lại ngoại tệ, có thể góp phần cải thiện kinh tế địa phương và tạo công ăn việc làm. Nhìn vào tăng trưởng số du khách trong nước và quốc tế, tỉ lệ GDP từ du lịch tại Việt Nam thì thấy số du khách quốc tế và GDP gia tăng kể từ sau năm 2000 (biểu đồ 1.3., 1.4.), sự tăng trưởng ổn định số du khách và tầm quan trọng của du lịch trong nền kinh tế đang dần dần được nâng cao. Ngoài ra, trong những năm gần đây, số lượng khách du lịch nội địa tăng lên đáng kể, đạt 35 triệu khách trong năm 2013. Có thể nói rằng, trong số khách du lịch nội địa, những người ở thành thị có khả năng đi du lịch, thì nhu cầu trở về với cuộc sống tại các khu vực nông thôn, trải nghiệm cuộc sống nông thôn là rất lớn. Do vậy, những điểm đến trong trường hợp này không chỉ là các điểm du lịch nổi tiếng như các thành phố lớn hay các điểm đến là di sản văn hóa, mà đã được mở rộng một cách đa dạng sang các vùng nông thôn, vùng núi lân cận và loại hình du lịch cũng đa sắc thái tùy theo cá nhân, nhóm hay gia đình.

1. Định nghĩa tỉ lệ nghèo: chỉ các hộ mà thu nhập cả hộ trong 1 tháng dưới 400.000 đồng đối với vùng nông thôn và dưới 500.000 đồng với thành thị. (Quyết định số 09/2011/QĐ-TTg, 30/1/2011 về việc ban hành chuẩn hộ nghèo, hộ cận nghèo áp dụng cho giai đoạn 2011 - 2015.)

2. Phân loại khu vực theo quyết định số 749/QĐ-LDTBXH, 13/05/2013, Bộ LĐ TBXH.



Biểu đồ 1.3. Biến thiên khách du lịch quốc tế và khách du lịch nội địa



Biểu đồ 1.4. Biến thiên GDP du lịch

1.4. Khu vực có khả năng phát triển du lịch nông thôn

Du lịch nông thôn gắn liền với việc tạo ra nguồn thu nhập kinh tế mới cho khu vực nông thôn. Ví dụ như tại làng cổ Đường Lâm thành phố Hà Nội do JICA và các cơ quan liên quan của Nhật Bản hợp tác phát triển từ năm 2003, sau khi chính thức bắt đầu làm du lịch vào năm 2008, lượng du khách tăng, đến năm 2012, vượt 70 ngàn người, chỉ 6 tháng đầu năm 2013 đạt 62.744 khách, tăng gấp 2 lần so với năm trước. Khảo sát một số hộ bắt đầu kinh doanh nhà hàng và các dịch vụ du lịch như homestay v.v trong thời gian gần đây thì so với thu nhập chỉ từ nông nghiệp trước khi làm du lịch. Hiện nay thu nhập gia đình đã tăng bình quân hơn 2 lần, có hộ thu nhập từ du lịch đặc biệt cao, tăng gấp hơn 10 lần. Bởi vậy, du lịch có vai trò mang lại hiệu quả kinh tế cho các hộ dân trong nông thôn và cho toàn thể khu vực, cho nên khi đánh giá tác động của du lịch không chỉ đơn thuần bằng yếu tố tăng trưởng số lượng khách du lịch mà nên bổ sung thêm yếu tố đánh giá hiệu quả kinh tế mà du lịch đem lại cho địa phương cũng như góp phần xóa đói giảm nghèo cho địa phương đó hay không nữa.

Ngoài ra, việc phát triển du lịch nông thôn còn có thể mang đến nhiều lợi ích khác cho cộng đồng dân cư địa phương. Ví dụ:

(1) Cải thiện chất lượng dịch vụ (cơ sở hạ tầng, y tế - sức khỏe, giáo dục...)

Với nông thôn, việc có thêm nguồn thu nhập mới, ví dụ phí tham quan du lịch đóng góp vào ngân quỹ của cộng đồng, có thể giúp cải thiện chất lượng của cơ sở hạ tầng, giáo dục và sức khỏe cộng đồng. Nguồn thu từ hoạt động du lịch có thể được sử dụng một phần cho việc xây dựng hệ thống đường xá, nhà vệ sinh công cộng, cống rãnh thoát nước, trường học, trạm y tế, dịch vụ đi lại, sức khỏe và giáo dục do vậy có thể tốt hơn với người dân ở khu vực nông thôn.

(2) Giúp cho hoạt động trao đổi văn hóa

Các khu vực nông thôn với văn hóa và truyền thống của mình luôn luôn là những điểm nhấn của các chuyến thăm tới các khu vực nông thôn. Các giá trị tự nhiên sẽ được tăng giá trị hấp dẫn với du khách nếu chúng gắn với văn hóa của cộng đồng người dân sống ở đó. Các cơ hội học hỏi văn hóa truyền thống sẽ được các du khách đánh giá rất cao. Tuy nhiên, do thời gian và do sự biến đổi trong xã hội hiện đại, rất nhiều di sản văn hóa vật thể và văn hóa phi vật thể ở các khu vực nông thôn có thể bị mai một hoặc xuống cấp. Việc phát triển du lịch nông thôn do đó giúp phục hồi và nâng cao các giá trị văn hóa, các ngành nghề truyền thống. Cùng lúc đó, người dân địa phương cũng cảm thấy giá trị tự tôn được nâng cao khi được quan tâm và tôn trọng của du khách về với quê hương mình. Ngược lại, cộng đồng địa phương cũng học hỏi từ du khách nhiều khía cạnh, ví dụ: Khách du lịch đến từ các nước phát triển thường ứng xử rất lịch thiệp, biết cách giữ gìn vệ sinh.v.v.

Trên thực tế thì có một số địa bàn nông thôn, người dân địa phương không hứng thú với việc tiếp xúc và trao đổi văn hóa với người bên ngoài. Nhìn chung, sự thành công của các chuyến du lịch nông thôn phụ thuộc vào chính người dân địa phương trong việc họ có được trao quyền hoặc kiểm soát hoạt động du lịch.

(3) Giúp nâng cao nhận thức về bảo tồn môi trường

Thông thường cộng đồng cư dân địa phương không nhận thấy được hết các giá trị môi trường sống xung quanh họ. Điều này dễ hiểu bởi vì họ đã quá quen thuộc với các giá trị môi trường sống đó. Khi có nhiều khách du lịch đến thăm và tìm hiểu về các giá trị môi trường sống đó, người dân dần cảm nhận, ý thức cũng như cảm giác tự hào về giá trị môi trường sống quanh mình. Họ dần trở nên quan tâm bảo tồn môi trường sống và các giá trị môi trường sống quanh mình để thu hút nhiều hơn các du khách thông qua việc giữ gìn vệ sinh nhà cửa, xóm làng, phân loại và xử lý chất thải, rác thải đúng quy định; làm đẹp và tăng giá trị cảnh quan xung quanh khu vực sống.v.v.

Khu vực như thế nào thì phù hợp để phát triển du lịch? Có thể nói bất kỳ khu vực nông thôn nào ở Việt Nam cũng có thể phát triển du lịch nông thôn nếu nắm được phương pháp phát triển. Nông thôn có nhiều tài nguyên lịch sử, có cảnh quan đẹp, còn lưu lại nghề truyền thống, nông thôn có văn hóa dân tộc thú vị v.v, đặc trưng nông thôn càng mạnh, càng độc đáo thì khả năng phát triển du lịch càng cao. Chiến lược Phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 và Quy hoạch Tổng thể Phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 đã xác định việc phân chia thành 7 vùng để phát triển du lịch. Nhà nước cũng đang xây dựng nhiều đề án phát triển du lịch tại các khu vực nông thôn và miền núi như: Đề án phát triển du lịch cộng đồng gắn với xóa đói, giảm nghèo; Đề án phát triển du lịch biên giới; Đề án phát triển du lịch biển, đảo; các kế hoạch phát triển du lịch tại các khu vực kinh tế còn khó khăn như Tây Bắc bộ và vùng Tây Nguyên, đồng bằng sông Cửu Long... Kỳ vọng vào phát triển du lịch nông thôn trong chính sách càng ngày càng được thể hiện rõ.

Theo khảo sát của JICA và Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch đã thực hiện trên 63 tỉnh thành thì cả nước có trên 121 khu vực nông thôn đang thực hiện, hoặc có tiềm năng thực hiện phát triển du lịch. Danh sách 121 khu vực nông thôn này sẽ được giới thiệu ở chương IV. Để hình thành du lịch nông thôn, cần một số điều kiện cơ bản như chất lượng tài nguyên du lịch, điều kiện vị trí, đi lại, tính cạnh tranh trên thị trường du lịch, mức độ quan tâm của người dân v.v. Một số lưu ý khi đánh giá tiềm năng du lịch nông thôn cần xem xét dưới đây:

(1) Tính độc đáo của tài nguyên khu vực nông thôn

Tài nguyên du lịch khu vực nông thôn bao gồm nhiều dạng, lại có nhiều loại nông thôn, gồm các mục như bảng 1.3 dưới đây. Ở nông thôn, khu vực nào có càng nhiều tài nguyên nổi bật so với các địa phương khác thì khả năng hình thành điểm đến du lịch càng cao. Ngoài ra, từng tài nguyên du lịch đơn lẻ thì không đủ mạnh, vì thế có nhiều phương pháp giúp kết hợp với các tài nguyên du lịch đơn lẻ với nhau để tăng nét hấp dẫn của điểm đến du lịch nông thôn. Cụ thể, như làng cổ Đường Lâm, Hà Nội được giới thiệu trong mô hình thực tế trong chương III thì tài nguyên du lịch đặc trưng nhất là nhà cổ, nhưng tác giả vẫn đưa vào các phương pháp kết hợp với dịch vụ ẩm thực, lưu trú, trải nghiệm nghề truyền thống, các lễ hội địa phương v.v. để tạo ra mô hình du lịch nông thôn hấp dẫn.

(2) Điều kiện vị trí - tính thuận tiện trong đi lại

Du lịch nông thôn không đơn giản chỉ là chuẩn bị các chương trình du lịch mà bằng cách nào đó cần phải lôi kéo được du khách đến nữa. Điều kiện quan trọng là vị trí và cách tiếp cận. Tiêu chuẩn xác định vị trí sẽ là cự ly từ thành phố chính, cự ly từ điểm du lịch quan trọng, tính thuận tiện trong giao thông, có hay không đối với phương tiện giao thông công cộng v.v. Điều kiện vị trí là một trong những yêu cầu cần xem xét đầu tiên khi lập kế hoạch phát triển du lịch nông thôn. Giả sử nếu đường vào làng chưa được thuận tiện, gây khó khăn trong việc mời gọi du khách thì phương pháp cần thiết là từ giai đoạn ban đầu ta suy nghĩ cách bán sản phẩm du lịch có liên kết với các điểm đến du lịch xung quanh. Tuy nhiên, cũng có trường hợp cách tiếp cận tuy chưa được hoàn chỉnh lắm, nhưng nếu khu vực nông thôn đó có các tài nguyên du lịch đặc sắc như đề cập trên đây thì vẫn trở thành điểm đến du lịch.

Cự ly đi lại lý tưởng nhất là có thể đi du lịch và về trong ngày từ thành phố trung tâm hoặc từ điểm du lịch quan trọng nào đó (nghĩa là 1 chiều mất khoảng 1 giờ), như thế sẽ kích thích được nhiều khách đi du lịch trong ngày. Nhưng nếu đi về trong ngày khó (1 chiều trên 2 giờ trở lên) thì đòi hỏi phải có cơ sở vật chất lưu trú, hoặc phải lập chương trình trọn gói sao cho có thể sử dụng các cơ sở lưu trú tại thành phố trung tâm hoặc các điểm du lịch quan trọng. Vì lẽ này mà chúng ta cần xem xét tình hình phát triển tại các địa phương xung quanh để làm rõ vị trí của đối tượng nông thôn đó trên phương diện đi lại.

(3) Tính cạnh tranh trên thị trường

Khi đã đầy đủ các điều kiện về chất lượng tài nguyên du lịch, điều kiện vị trí-địa điểm lại như nói trên thì tính cạnh tranh trên thị trường sẽ được nâng cao. Ngược lại, nếu trường hợp cả đôi bên đều yếu thì cần nâng cao giá trị, chất lượng của sản phẩm du lịch bằng nhiều phương pháp như phát triển sản phẩm du lịch (sức hấp dẫn), nâng cao độ thân thiện, hiếu khách của người dân v.v. Về sản phẩm du lịch (sức hấp dẫn), giả sử nông thôn có điều kiện tiếp cận không tốt, nhưng có những điều mà chỉ ở điểm đến đó mới có thể xem được, có thể trải nghiệm được, thì sản phẩm đó vẫn có thể bán được. Trong hoạt động du lịch, nếu trong sản phẩm du lịch có “tính duy nhất (only one)”, “các nơi khác chưa thực hiện (number one)” v.v thì rất dễ để sản phẩm hóa. Thêm vào đó, khi cần nhắc làm các sản phẩm du lịch thì các câu khẩu hiệu (slogan) biểu hiện đặc trưng của làng cũng rất hiệu quả. Để đạt được như thế, từ giai đoạn phát triển tài nguyên du lịch nói trên ta phải đánh giá các yếu tố bên trong và các yếu tố bên ngoài một cách kỹ lưỡng thì mới đạt hiệu quả.

Bảng 1.3. Mô hình về tài nguyên du lịch

Hạng mục	Nội dung
Văn hóa	Đời sống, phong tục dân gian, y phục, tập quán v.v
Lịch sử	Di sản lịch sử, chùa, các công trình nhân tạo v.v
Ngành nghề	Nông nghiệp, nghề truyền thống, ngành nghề ẩm thực, làm bánh kẹo, v.v
Tài nguyên nhân văn	Những người hiểu rõ lịch sử địa phương, người biết rõ cuộc sống truyền thống, người kế thừa những ngành nghề xưa, những người dân có tính duy nhất, người hát hay, người kể chuyện xưa khéo v.v
Cảnh quan	Núi, sông, cảnh điểm viên, cánh đồng rau, cảnh quan truyền thống, những con đường, những điểm chụp hình (nổi tiếng để chụp hình cưới) v.v
Các món ăn, thức ăn đặc sản	Thức ăn đặc sản, rượu địa phương, trà v.v
Sản vật	Những sản vật, quà quê của địa phương khiến ta tự hào với các địa phương khác
Lễ hội, các sự kiện địa phương	Lễ hội, các sự kiện truyền thống
Trò chơi, thể thao	Các trò chơi địa phương, sân chơi dành cho trẻ em, những trò chơi truyền thống v.v
Nghệ thuật	Nghệ thuật, nghề thủ công truyền thống v.v
Những trải nghiệm vui	Đời sống nông thôn, trải nghiệm nông nghiệp, câu cá, trải nghiệm leo núi, những hoạt động bạn nghĩ hấp dẫn đối với người thành phố và người nước ngoài) v.v
Tài nguyên về sự thay đổi tự nhiên	Những cảnh quan thay đổi theo thời gian (bình minh đẹp, hoàng hôn đẹp)
Các liệu pháp sức khỏe	Thảo dược, thảo mộc, suối khoáng, rừng v.v
Các tài nguyên khác	Những con đường thú vị để đi dạo, những điểm nghỉ chân thoải mái v.v

1.5. Những bên liên quan tham gia vào du lịch nông thôn

Rất nhiều bên liên quan sẽ tham gia vào phát triển du lịch nông thôn. Phía nhà nước (khu vực công-Public sector), phía khu vực tư (Private sector) và các bên không chính thức tại nông thôn (Informal sectors), mỗi bên đều có vai trò quan trọng. Tuy nhiên, người dân, cộng đồng sống tại khu vực nông thôn đó được coi là quan trọng nhất. Ngoài ra, còn có các cơ quan hành chính của từng địa phương hỗ trợ cho các bên, nhưng gần đây vai trò của các đối tác tư nhân cũng được đề cao rất nhiều. Trong chương V sẽ trình bày những kỳ vọng về sự liên kết với các bên liên quan từ tầm nhìn của cấp quản lý.

(1) Các cơ quan quản lý hành chính

Các cơ quan hành chính ở Trung ương có Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Tổng cục Du lịch, các cơ quan như Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch; ở địa phương có Sở VHTTDL các tỉnh; ở cấp huyện có các phòng phụ trách Văn hóa Du lịch; ở cấp xã thì UBND đóng vai trò quan trọng. Đối với các địa phương có văn phòng quản lý các Di sản Văn hóa và Du lịch, có các vị trí liên quan đến văn hóa trực tiếp thì các cơ quan, bộ phận này cũng đóng vai trò quan trọng. Ngoài các cơ quan quản lý về du lịch, các công việc phát triển nông thôn do Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (Ministry of Agriculture and Rural Development) thực hiện và các hỗ trợ thương mại hóa do Bộ Công thương (Ministry of Trade and Industry) thực hiện như sản phẩm làng nghề truyền thống v.v đều có quan hệ với phát triển du lịch nông thôn.

(2) Các doanh nghiệp tư nhân

Gần đây, vai trò của các công ty tư nhân trong phát triển du lịch ngày càng được nâng cao. Đến nay, đã có những điển hình về hình thành điểm đến du lịch nhờ vào vốn của các công ty tư nhân, và sự hỗ trợ của họ vào phát triển du lịch nông thôn cũng được kỳ vọng rất nhiều. Ví dụ, có nhiều trường hợp mà các công ty du lịch, trên quan điểm khai thác thị trường, đã tư vấn cho cộng đồng và các cơ quan hành chính địa phương, đã đầu tư các cơ sở vật chất quy mô nhỏ (nhà vệ sinh v.v) cho hộ dân họ có kế hoạch gửi khách. Cũng có nhiều công ty du lịch khác đã hợp tác phát triển các dịch vụ du lịch, đào tạo hướng dẫn viên địa phương (thuyết minh viên du lịch) v.v. Một khi kết hợp mật thiết với địa phương như thế thì đối với các công ty du lịch cũng có lợi ích trong việc tạo sản phẩm hay thực hiện các hoạt động xúc tiến thị trường. Ngoài ra, các công ty du lịch thông qua hướng dẫn viên để hướng dẫn du khách thăm làng, tiếp xúc với văn hóa và người dân nông thôn nên vai trò của hướng dẫn viên hết sức quan trọng. Để phát huy hiệu quả các hoạt động của các công ty tư nhân đòi hỏi sự hợp tác của Hiệp hội Du lịch Việt Nam (VITA), Hiệp hội Lữ hành Việt Nam (VISTA). Và có lẽ sẽ thiếu sót nếu không nói đến mối liên hệ của ngành khách sạn, ngành dịch vụ ẩm thực, hàng lưu niệm, ngành lữ hành, ngành vận tải, ngành quảng cáo, các cơ quan truyền thông v.v với việc gửi du khách đến cho các điểm du lịch nông thôn.

(3) Cộng đồng dân cư nông thôn

Tại các khu vực nông thôn, các tổ chức có sức gắn kết trong cộng đồng như hội phụ nữ, hợp tác xã nông nghiệp, đoàn thanh niên, hội cựu chiến binh, các nhóm ngành nghề và các hộ dân v.v đều hỗ trợ cho du lịch. Các hộ dân độc lập thì có thể tham gia cung cấp dịch vụ du lịch gia đình như cung cấp dịch vụ ẩm thực hay tiếp nhận lưu trú tại nhà mình v.v. Cộng đồng nông thôn thì cung cấp dịch vụ theo nhóm ngành nghề trong các nghề truyền thống, các tổ chức quần chúng sẵn có trong xã hội nông thôn như hội phụ nữ, hội nông dân v.v cũng có thể tham gia làm dịch vụ du lịch. Tuy nhiên, khi phát triển du lịch tại các vùng nông thôn thì những người dân trước nay chưa làm du lịch sẽ cung cấp dịch vụ, nên đa số các trường hợp cần có hợp tác đào tạo kỹ thuật chuyên môn thông qua các chương trình tập huấn.

(4) Các cơ quan đào tạo nhân lực

Chúng ta kỳ vọng vào sự hỗ trợ phát triển du lịch nông thôn của khoa du lịch của các trường đại học, các trường nghiệp vụ du lịch, cao đẳng du lịch trực thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch thông qua việc thực hiện tập huấn kỹ thuật, các chương trình huấn luyện kỹ năng đón tiếp, phục vụ khách, tính hiếu khách v.v cho cộng đồng tham gia du lịch.

(5) Các cơ quan truyền thông

Việc giới thiệu khu vực nông thôn trên truyền hình, báo chí hay mạng Internet sẽ khơi sâu sự hiểu biết của khán thính giả bình thường đối với khu vực nông thôn đó, có hiệu quả mời gọi du khách đến cho các nông thôn nơi phát triển du lịch. Do đó, cần tăng cường giới thiệu du lịch nông thôn trên cơ sở kết hợp chặt chẽ với các cơ quan truyền thông để gia tăng hiệu quả mời gọi du khách.

(6) Khách du lịch

Thật không quá khi nói chính du khách là người quyết định nhất đến việc phát triển du lịch nông thôn. Tự thân việc du khách tham quan các điểm du lịch nông thôn lý giải rằng văn hóa và phong cách sống nông thôn, trải nghiệm sự khác biệt trong văn hóa đã đem lại động cơ cho cộng đồng địa phương đó làm du lịch. Gần đây, có trường hợp du lịch được đánh giá thông qua những lời truyền miệng của du khách đăng trên Internet và mạng xã hội về những điểm du lịch họ đã tham quan. Từ đó, có thể cho rằng du khách cũng trở thành một thành phần quyết định tạo nên du lịch nông thôn.

(7) Các chuyên gia trong lĩnh vực du lịch

Các chuyên gia người Việt Nam có chuyên môn trong lĩnh vực du lịch, các nhà tư vấn, các cơ quan hỗ trợ quốc tế, các tổ chức phi chính phủ quốc tế v.v cũng hợp tác phát triển du lịch nông thôn. Các chuyên gia có thể tham mưu về phát triển du lịch nông thôn hoặc tiến hành dự án phát triển du lịch nông thôn. Các chuyên gia này có kinh nghiệm từ nhiều địa phương vì vậy cần đề nghị họ giới thiệu mô hình thành công ở các địa phương khác hoặc xin họ lời khuyên về công việc phát triển du lịch tại địa phương mình.

1.6. Phát triển du lịch nông thôn như thế nào?

Vậy chúng ta sẽ thực hiện phát triển du lịch nông thôn tại các khu vực nông thôn như thế nào? Có thể nói để phát triển du lịch nông thôn, cần nhiều định hướng và phương pháp khác nhau. Và như đã nói ở phần trước, tùy theo loại hình du lịch sẽ có định hướng và phương pháp khác nhau, tuy nhiên, dù nông thôn thuộc dạng nào đi nữa thì phương pháp phát triển vẫn có điểm chung như cách lập kế hoạch, cách đánh giá tài nguyên du lịch, phương pháp thiết kế để xây dựng sản phẩm du lịch, tăng cường cơ chế tiếp nhận, xúc tiến du lịch v.v. Chương II diễn giải các phương pháp phát triển du lịch nông thôn. Đương nhiên, tùy từng khu vực và tùy vào người phụ trách mà mục tiêu, phương pháp phát triển có thể khác nhau, vì thế không phải lúc nào tất cả các phương pháp phát triển chung đều có thể áp dụng hết cho tất cả các khu vực, vì vậy phải sắp xếp và điều phối các phương pháp phát triển phù hợp cho từng khu vực. Vì đóng vai trò chủ đạo trong phát triển du lịch nông thôn là nông thôn và nông dân nên điều quan trọng nhất mà các cán bộ quản lý du lịch và các cơ quan liên quan cần “hỗ trợ” sao cho người dân có thể làm du lịch, triển khai các hoạt động du lịch được dễ dàng. Ngoài ra, việc điều phối và liên kết với các đối tác liên quan khác ngay từ đầu người dân khó có thể thực hiện, vì thế các cán bộ quản lý du lịch cần đứng ra hỗ trợ giai đoạn này.

1.7. Những hiệu quả kỳ vọng từ cẩm nang

Để có thể áp dụng được cho nhiều khu vực nông thôn với nhiều đặc trưng khác nhau, trong cẩm nang này tác giả diễn giải phương pháp phát triển du lịch nông thôn theo từng bước trong chương II, và nghiên cứu các mô hình thực tế trong chương III. Chương IV là danh sách các địa phương có tiềm năng phát triển du lịch nông thôn được chọn ra sau khi nhận được phản hồi từ các Sở VH-TTDL của các tỉnh thành trên toàn quốc. Chúng tôi hy vọng các cán bộ quản lý du lịch tại các Sở sẽ là đối tượng chính tham khảo cẩm nang này và tiến hành phát triển du lịch nông thôn. Hy vọng khi du lịch nông thôn được phát triển thì không chỉ kinh tế địa phương giàu lên, mà xã hội nông thôn cũng tiến bộ như lập trường và mức sống của người sống ở nông thôn cả nước cũng được nâng cao, các cộng đồng nông thôn-nguồn gốc của tính cộng đồng của dân tộc Việt Nam sẽ được phát huy mãi mãi. Cẩm nang này là những hướng dẫn khuyến khích phát triển nông thôn, nhưng đến thời điểm này chính phủ Việt Nam đã công bố một số chương trình liên quan đến phát triển du lịch nông thôn, nên cẩm nang này được đặt vào vị trí hỗ trợ thực hiện các chương trình đã có sẵn đó. Liên quan đến du lịch thì yêu cầu phải đặt vào mối tương quan xem Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (Số: 2473/QĐ-TTg, ngày 30/12/2011) và Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (Số: 201/QĐ-TTg, ngày 22/1/2013) do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch hoạch định thực hiện cho các khu vực nông thôn như thế nào. Ngoài ra, các bộ, đặc biệt là Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn có chương trình phát triển nông thôn mới và các chương trình liên kết với nghề truyền thống hay phát triển du lịch, vì thế yêu cầu đưa vào mối tương quan khi tham khảo cẩm nang.

1.8. Một số lưu ý khi sử dụng cẩm nang này

Cẩm nang này được xây dựng với mục đích hữu ích trong phát triển nhiều điểm đến du lịch, nhưng trước khi quyết định nội dung hành động cần thiết cho địa phương, cần đề ra mục đích và định hình trước xem ta muốn phát triển đối tượng nông thôn thành khu vực như thế nào. Cẩm nang này cũng có đề cập đến những gợi ý về ý tưởng, quan điểm phát triển và hình ảnh, nhưng hãy cân nhắc cho từng địa phương cụ thể.

Cẩm nang này giả thuyết quá trình và các bước cần thiết để phát triển du lịch nông thôn, nhưng tùy thuộc vào tình hình của từng địa phương, có những trường hợp mà khuôn mẫu và phương pháp mô tả trong cẩm nang nếu giữ nguyên thế thì không phù hợp được. Vì thế, hãy tham khảo cẩm nang này để tìm kiếm các phương pháp và quy trình cần thiết cho từng địa phương cụ thể.

Cẩm nang này xây dựng trên thông tin tại thời điểm tháng 12/2013, và vẫn chưa phải là thông tin bao quát hết toàn bộ các vùng nông thôn trên phạm vi cả nước Việt Nam. Vì thế, để sau này có thể phát triển được tốt hơn, xin quý vị hãy phản hồi tình hình và kinh nghiệm phát triển địa phương mình cho Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, để sự nghiệp phát triển du lịch tại Việt Nam thời gian tới sẽ được tốt hơn.

**Phùng Quang Thắng**

Trưởng phòng Đầu tư và Phát triển,
Tổng Công ty Du lịch Hà Nội

1- Vai trò của công ty lý hành trong việc phát triển du lịch nông thôn

- Khai thác những giá trị tại một điểm nông thôn để đưa vào sản phẩm du lịch của công ty.
- Là cầu nối giữa người dân, hộ dân cung cấp dịch vụ tại địa phương với khách du lịch.

2- Những kinh nghiệm trong việc hỗ trợ phát triển du lịch nông thôn

- Trước hết doanh nghiệp du lịch cần xác định người nông dân là chủ thể trong chuỗi giá trị sản phẩm du lịch nông thôn. Chất lượng sản phẩm du lịch nông thôn, sự bền vững của sản phẩm, sự đa dạng phong phú của sản phẩm, người trình diễn các hoạt động phục vụ khách du lịch, văn hóa của địa phương, sản vật địa phương v.v. đều chủ yếu liên quan đến người nông dân.
- Hoạt động du lịch với người nông dân Việt Nam ở nhiều địa phương vẫn còn là mới mẻ, họ chưa hiểu biết nhiều về dịch vụ du lịch, do vậy cần phải thường xuyên và kiên trì tuyên truyền tới cư dân địa phương, hướng dẫn họ trong việc bảo vệ môi trường, bảo vệ di sản địa phương và tổ chức các hoạt động du lịch bền vững. Khắc phục những điểm yếu, thói quen chưa phù hợp với dịch vụ du lịch như vệ sinh, môi trường, giao tiếp với khách du lịch, những hoạt động tự phát như chèo kéo khách du lịch mua hàng...
- Công ty lý hành cần hướng tới cộng đồng dân cư chung, không nên tập trung vào một vài hộ gia đình nào đó.
- Cần mang lại lợi ích cho tất cả các bên tham gia trong đó chú trọng đến lợi ích của dân cư địa phương.
- Tập trung sử dụng các sản phẩm của địa phương. Hỗ trợ phát triển các nghề có tại địa phương.
- Tập trung hỗ trợ đối tượng lao động là phụ nữ.

3- Cách thức, phương pháp hỗ trợ cộng đồng cư dân địa phương

- Hỗ trợ xây dựng sản phẩm du lịch bằng cách tạo ra sự khác biệt về sản phẩm, dịch vụ giữa địa phương này với địa phương khác, của hộ này so với hộ khác.
- Quảng bá hình ảnh và sản phẩm du lịch của địa phương tới khách hàng.
- Mỗi một công ty lý hành có thể sử dụng dịch vụ của bất kỳ hộ dân nào tại địa phương, tuy nhiên, những công ty có khả năng về tài chính và có số lượng khách hàng đông nên nhận đỡ đầu cho ít nhất một hộ dân hoặc một hoạt động nào đó phục vụ cho du lịch tại địa phương.
- Doanh nghiệp du lịch tham gia trong việc hướng dẫn, đào tạo người dân cung cấp dịch vụ phục vụ khách du lịch.

4- Cách thức, phương pháp hợp tác với chính quyền địa phương

- Thông qua chính quyền địa phương để nhận đỡ đầu hỗ trợ cho hộ dân.
- Phối hợp với chính quyền địa phương để tổ chức các hoạt động du lịch tại địa phương kể cả các hoạt động thường kỳ và hoạt động đột xuất. Đặc biệt là thông tin về các hoạt động của địa phương cần kịp thời giới thiệu thu hút khách du lịch.
- Tài trợ cho địa phương hoặc ban quản lý địa phương kinh phí hoặc vật chất để tổ chức các hoạt động văn hóa và các hoạt động khác tại địa phương.
- Công ty lý hành hợp tác với chính quyền hoặc ban quản lý du lịch địa phương trong việc giám sát chất lượng sản phẩm du lịch nông thôn.
- Kiến nghị với chính quyền và ban quản lý địa phương về chính sách, qui định... liên quan đến việc tổ chức quản lý và cung cấp dịch vụ tại điểm tham quan.
- Doanh nghiệp lý hành cùng với chính quyền địa phương kiến nghị cơ quan quản lý cấp trên tháo gỡ các rào cản phát triển du lịch nông thôn.

5- Một số thông tin về tiềm năng, mong đợi trong phát triển du lịch nông thôn ở Việt Nam

- Việt Nam là một quốc gia với lịch sử lâu đời trong việc phát triển nền nông nghiệp dựa vào thiên nhiên có tài nguyên đa dạng sinh học.
- Các tỉnh thành ở Việt Nam để có làng nông nghiệp truyền thống.
- Du khách trong nước và quốc tế ngày càng quan tâm đến du lịch nông thôn vì sự khác biệt giữa các địa phương về văn hóa, di sản, cảnh quan nông thôn, ẩm thực v.v.
- Du lịch Việt Nam có thể xây dựng sản phẩm du lịch nông thôn đa dạng và phong phú: thắng cảnh, di sản, làng nghề, trang trại, lễ hội ở nông thôn v.v.
- Mong đợi: du lịch nông thôn trở thành một loại hình du lịch phổ biến có chất lượng, được ưu tiên phát triển góp phần bảo tồn di sản, bảo vệ môi trường, xóa đói giảm nghèo thông qua phát triển kinh tế nông thôn.

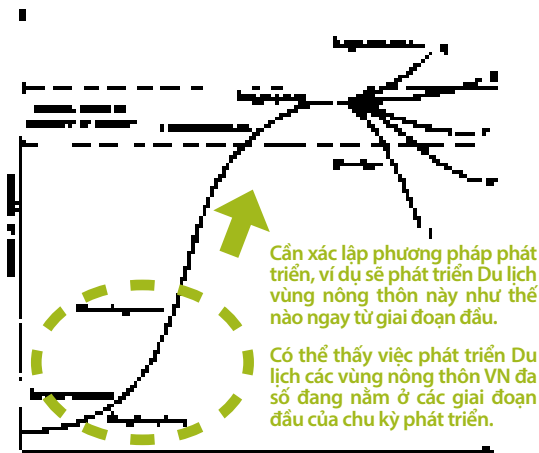
Chương II: Phương pháp và quy trình phát triển du lịch nông thôn

2.1. Chu kỳ phát triển du lịch nông thôn

Ở Việt Nam, sau những năm 1990, xuất hiện những định hướng phát triển các khu vực nông thôn thành những điểm du lịch. Tiêu biểu là khu vực Sapa, Mai Châu ở Bắc bộ hoặc làng Bát Tràng ở gần Hà Nội. Những điểm du lịch này hiện vẫn đang là những điểm đến du lịch nông thôn hấp dẫn đối với cả thị trường khách du lịch trong nước và quốc tế.

Mặt khác, ở Việt Nam, tại các địa phương, các vùng nông thôn vẫn còn rất nhiều khu vực có tiềm năng phong phú. Trong chương IV tác giả xin giới thiệu thông tin các khu vực có nhiều tiềm năng phát triển du lịch nông thôn trong tương lai. Theo kết quả khảo sát bằng phiếu điều tra đối với sở VH-TTDL các tỉnh thành thì trên cả nước có ít nhất khoảng 121 khu vực nông thôn cấp huyện có tiềm năng trở thành điểm du lịch, hoặc đang được phát triển thành điểm du lịch. Sau này nên phát triển các khu vực này như thế nào; có cho phát triển thêm nữa hay không thì trên quan điểm kích hoạt kinh tế tại các địa phương hoặc chỉ để phong phú thêm phạm vi lựa chọn du lịch trên toàn quốc là những vấn đề đều trở nên rất quan trọng. Để phát triển các khu vực nông thôn thành các điểm du lịch mới với mục đích thúc đẩy phát triển kinh tế nông thôn thông qua hoạt động du lịch, tăng sức mạnh cộng đồng, cần nhiều cơ chế, công sức trí tuệ, và nhiều phương pháp phát triển. Chương II giải thích các phương pháp phát triển du lịch nông thôn, nhưng trước hết, tác giả xin giới thiệu chu kỳ phát triển đối với một điểm du lịch thông thường đã được các học giả về du lịch tóm tắt một cách dễ hiểu. Theo giáo sư R.W. Butler thì các giai đoạn phát triển du lịch được định nghĩa thành 6 giai đoạn như trong bảng 2.1.1, sơ đồ 2.1.1. Cụ thể là: 1. Giai đoạn tìm hiểu, 2. Giai đoạn tham gia, 3. Giai đoạn phát triển, 4. Giai đoạn hoàn chỉnh, 5. Giai đoạn đình trệ, 7. Giai đoạn suy thoái, thời kỳ tái sinh. Trên cơ sở các giai đoạn được trình bày ở trên, các địa phương có điểm đến du lịch có thể đánh giá điểm đến của mình đang phát triển ở giai đoạn nào.

Các địa phương, khu vực nông thôn chưa phát triển hoặc vừa mới bắt đầu phát triển tại Việt Nam hầu hết đều rơi vào “1. Giai đoạn tìm hiểu”, hoặc “2. Giai đoạn tham gia”. Thời gian tới, Nhà nước khuyến khích phát triển du lịch tại các vùng nông thôn, cần triển khai lên giai đoạn phát triển, hoặc lên giai đoạn hoàn chỉnh đối với các nông thôn đang ở giai đoạn phát triển ban đầu (tìm hiểu, tham gia) này.



Sơ đồ 2.1.1. Chu kỳ và các giai đoạn phát triển du lịch

Bảng 2.1.1. Định nghĩa chu kỳ phát triển du lịch

Các giai đoạn phát triển du lịch	Đặc điểm
1. Giai đoạn tìm hiểu Exploration	Hầu như không có du khách, không phát sinh thay đổi gì đối tới các đối tượng cứng, mềm trong khu vực do du lịch. Sự lui tới của khách viếng thăm hầu như không tạo tác động kinh tế, xã hội gì với cư dân.
2. Giai đoạn tham gia Involvement	Số lượng du khách tăng, thường thì đến 1 con số kỳ vọng nhất định nào đó thì một bộ phận người dân sẽ tham gia. Một vài cơ sở dịch vụ dành cho du khách sẽ được trang bị. Các chiến dịch quảng bá cho du khách sẽ được thực hiện. Có thể nhìn thấy được sự thay đổi trong đời sống của người dân.
3. Giai đoạn phát triển Development	Đã hình thành được thị trường trọng điểm, loại hình du lịch cũng đã hình thành. Sự tham gia của người dân vào việc phát triển tăng lên, mở rộng hỗ trợ, đầu tư trang bị lên tầm quốc gia.
4. Giai đoạn hoàn chỉnh Consolidation	Tỉ lệ tăng trưởng du lịch giảm dần, nhưng số lượng tổng thể vẫn tiếp tục tăng. Du khách sẽ nhiều hơn cư dân. Thành phần chủ đạo của kinh tế khu vực gắn liền với du lịch. Đầu tư bên ngoài về trang bị cơ sở vật chất để có thể tiếp nhận số lượng lớn du khách cũng sẽ tăng lên.
5. Giai đoạn đình trệ Stagnation	Đạt đỉnh về số lượng du khách, chạm ngưỡng hoặc vượt quá giới hạn cho phép về nhiều mặt, phát sinh nhiều vấn đề môi trường, kinh tế, xã hội. Lúc đó vẫn giữ được hình ảnh là một điểm du lịch nhưng không còn là điểm đến thịnh hành nữa.
6. Giai đoạn suy thoái, thời kỳ tái sinh Decline, rejuvenation	Không còn sức cạnh tranh với các điểm du lịch mới nữa, lượng du khách cũng giảm. Lúc này cần phát hiện lại các giá trị du lịch mới để tái sinh: 1. Cần sáng tạo để tăng sự hấp dẫn, 2. Khai thác tài nguyên du lịch mới v.v

Nguồn: Biên tập theo R.W. Butler, "The concept of a tourist area cycle of evolution: Implication of management of resources", 1980, R.W. Butler, "Tourism Area Life Cycle", 2011

2.2. Quy trình và phương pháp phát triển du lịch nông thôn

Để phát triển nông thôn thành điểm du lịch cần nhiều phương pháp theo nhiều bước khác nhau. Dựa trên các mô hình đã phát triển du lịch nông thôn thực tế tại các khu vực và các dự án thí điểm do Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch và JICA phối hợp thực hiện thì có thể chia các bước phát triển du lịch nông thôn thành 6 giai đoạn.

Bước 1 là giai đoạn lập kế hoạch, với phương pháp lập kế hoạch từ bình diện rộng hoặc lập kế hoạch nội bộ thôn. Cần bắt tay vào thực hiện bước này như là bước đầu tiên trong phát triển du lịch nông thôn.

Bước 2 là giai đoạn xây dựng cơ chế, tổ chức. Cần xây dựng các tổ chức bền vững chuẩn bị cho việc thực hiện dự án phát triển du lịch như lập Ban Quản lý, xây dựng cách thức liên kết với các nhóm người dân, thúc đẩy người dân tham gia v.v

Bước 3 là giai đoạn thiết kế các tài nguyên du lịch có tại nông thôn thành sản phẩm (dịch vụ) du lịch. Thiết kế ở đây bao gồm giáo dục ý thức người dân, bồi dưỡng (huấn luyện) nhân lực cần thiết để cung cấp dịch vụ, gắn thêm giá trị gia tăng vào cho sản phẩm du lịch v.v.

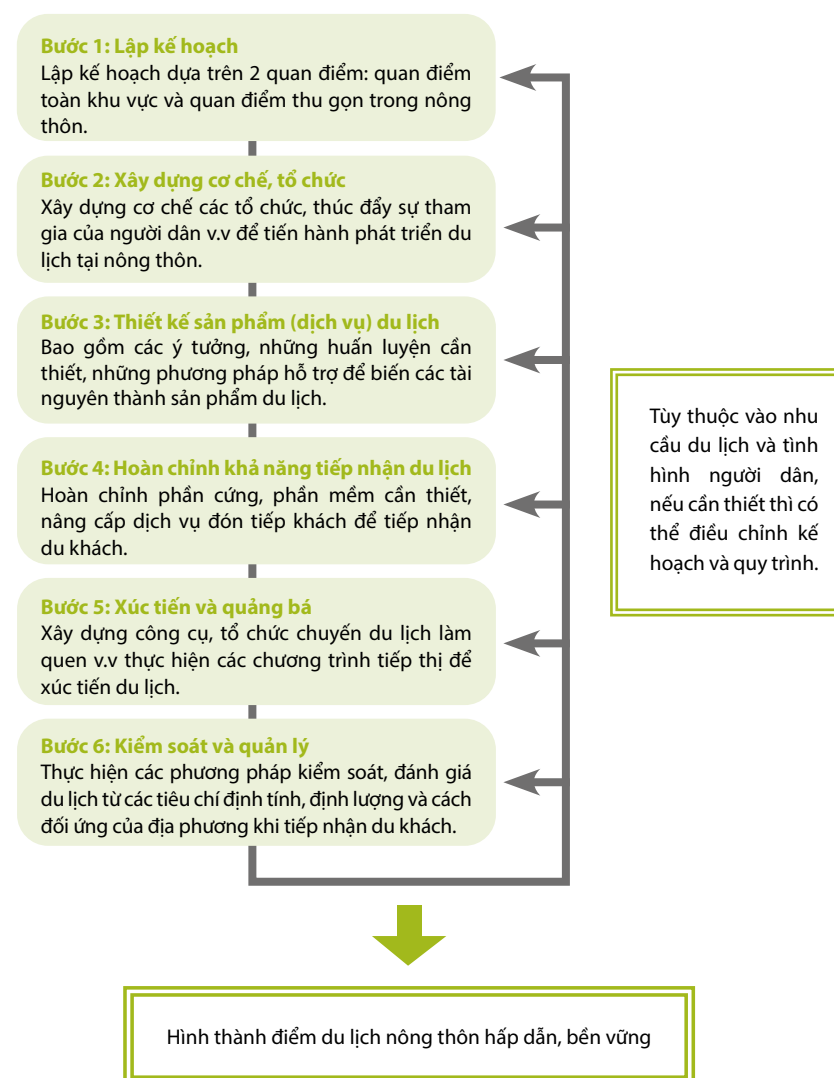
Bước 4 là giai đoạn thực hiện các hạng mục cần thiết để hoàn chỉnh khả năng tiếp nhận du lịch; về phần cứng thì hoàn chỉnh hệ thống giao thông, hệ thống vệ sinh môi trường trong thôn làng; phần mềm thì hoàn chỉnh thể chế, khả năng đón tiếp khách, lòng hiếu khách v.v

Bước 5 là giai đoạn xúc tiến quảng bá. Bước này giải thích ý tưởng và phương pháp bán ra thị trường sản phẩm du lịch nông thôn đã hoàn chỉnh.

Bước 6 là giai đoạn kiểm soát và giám sát. Xu hướng du lịch thay đổi từng ngày, nhu cầu của du khách cũng thay đổi. Ngoài ra, ý thức của người dân trong khu vực cũng thay đổi, nên việc kiểm soát tình hình du lịch tại mỗi nông thôn một cách thích hợp cũng là một hình thức quản lý cho điểm du lịch đó được tốt hơn.

Trong thực tế, có trường hợp do nhu cầu du lịch hoặc do tình hình tham gia của người dân vào du lịch, giữa chừng cần có điều chỉnh nhất định. Ngoài ra, quy trình phát triển không phải cứ một lần bắt đầu là có thể hoàn tất, vì khi cần thiết phải thực hiện lại đối với một giai đoạn cần cải thiện nào đó để làm cho điểm du lịch được hoàn chỉnh hơn. Trong các khu vực nông thôn được giới thiệu điển hình phát triển thực tế ở chương III, có những khu vực nông thôn bắt đầu phát triển mới, cũng có những khu vực nông thôn đã được phát triển du lịch rồi nên chỉ điều chỉnh quỹ đạo và thực hiện các hoạt động nhằm hoàn chỉnh điểm đến mà thôi. Cụ thể là mô hình 4 trong chương III, làng Thanh Toàn tỉnh Thừa Thiên Huế, đã có khách tham quan rồi, nhưng tại làng chưa có các tổ chức tiếp nhận du khách, các điểm hấp dẫn du lịch cũng còn hạn chế. Vì thế, dự án quay lại bước lập kế hoạch và lập thể chế, và sau khi thể chế hoàn chỉnh thì tiếp tục thiết kế chương trình du lịch và cải thiện thể chế tiếp nhận lại một lần nữa. Tóm lại, các bước phát triển du lịch nông thôn đề cập đến trong chương này nên vận dụng phù hợp với tình hình của từng khu vực, nếu cần thiết thì có thể xây dựng lại. Mặt khác, đối với các khu vực nông thôn lần đầu tiên phát triển du lịch nông thôn thì thực hiện theo trình tự các bước là cách hiệu quả nhất.

Bảng 2.2.1. Quy trình phát triển du lịch nông thôn



2.3. Bước 1: Lập kế hoạch

~Tạo tầm nhìn về du lịch nông thôn~

Lập kế hoạch là gì?

Lập kế hoạch là công việc cần được thực hiện trước tiên và bằng cách định ra trình tự phát triển du lịch nông thôn. Trên cơ sở hiểu rõ tình hình của khu vực nông thôn cần phát triển, các bên liên quan và người dân hội họp với nhau và cùng quyết định chung với nhau những khung hoạt động lớn như: sẽ tiến hành phát triển du lịch nông thôn như thế nào, mục tiêu, đích phải đạt đến là gì v.v. Bên cạnh đó, các bên liên quan sẽ cân nhắc với nhau về phương pháp, sự đầu tư, lộ trình cần thiết để đạt đến đích và mục tiêu đã lập.

Bước 2-6 sẽ giải thích các quy trình tiếp theo, và bước lập kế hoạch chính là nền tảng cho các bước đó, vì thế những kế hoạch được lập một cách chắc chắn tại bước này và phương hướng phát triển có định hình rõ ràng là hết sức quan trọng trong phát triển. Khi đạt được bước này, tất cả các bên liên quan đều có chung tầm nhìn để tiến đến các công việc xây dựng điểm du lịch về sau. Với tầm quan trọng như thế, tác giả hy vọng giai đoạn lập kế hoạch này không chỉ các cán bộ quản lý có liên quan, mà cả các bên liên quan khác như các công ty du lịch, người dân và các nhóm người dân nông thôn sau này sẽ làm du lịch cũng cần tham gia tiến hành.

Những điểm then chốt trong lập kế hoạch

Có 2 điểm then chốt lớn trong bước lập kế hoạch.

(1) Chọn nông thôn để phát triển du lịch

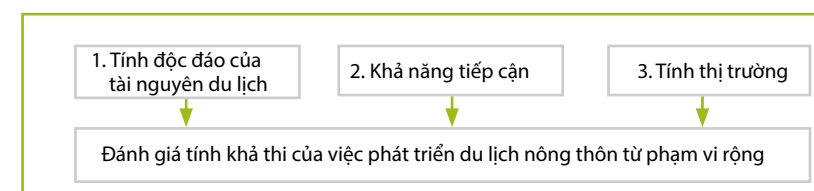
Để phát triển du lịch nông thôn, trước hết cần phải xét ở bình diện rộng trên quan điểm 1. Tính độc đáo của tài nguyên du lịch; 2. Khả năng tiếp cận; 3. Tính cạnh tranh trên thị trường du lịch, sau đó mới tính đến tính khả thi của dự án phát triển du lịch nông thôn. Phát triển du lịch không chỉ là phát triển sản phẩm du lịch và các hoạt động hấp dẫn du lịch, mà quan trọng là phải có cái nhìn của các công ty du lịch để phân đoán xem có dễ dàng đến tham quan hay không nữa. Vì thế, cần tính đến mặt đi lại và tính thị trường của điểm du lịch ngay từ giai đoạn ban đầu.

(2) Lập kế hoạch trong phạm vi nông thôn

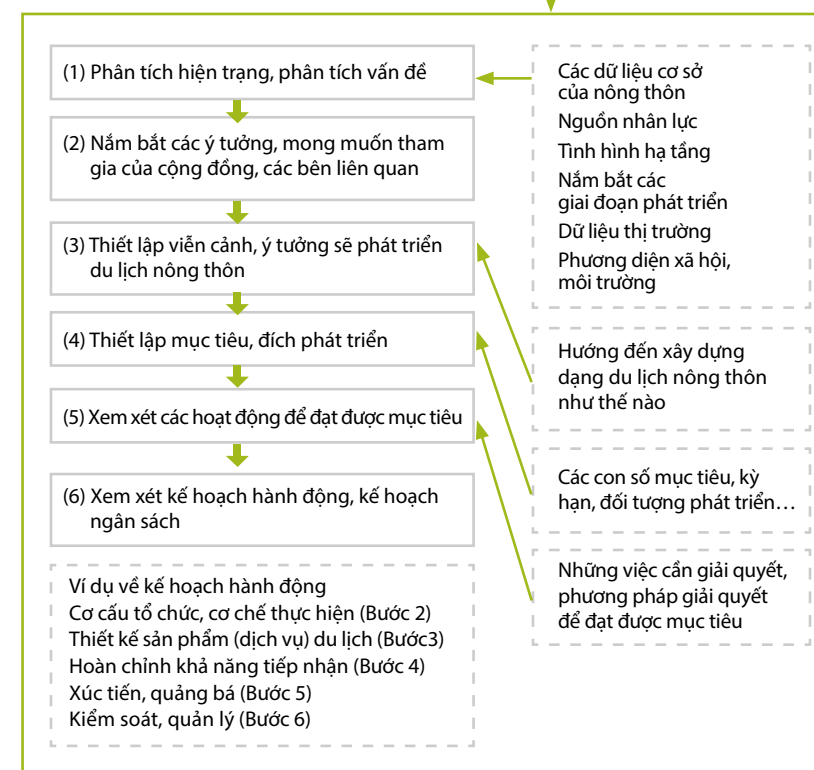
Để lập kế hoạch trong khu vực nông thôn, trước hết bắt đầu từ việc phân tích hiện trạng nông thôn từ nhiều dữ liệu khác nhau để rút ra những vấn đề gặp phải khi phát triển. Trên cơ sở vấn đề nắm được, hãy bàn bạc để lấy ý kiến của cộng đồng, đối tượng có vai trò chính trong du lịch nông thôn, và các bên liên quan khác như các công ty du lịch v.v. Như thế, các bên liên quan sẽ chia sẻ với nhau cùng một tầm nhìn, một hình dung về nông thôn đối tượng phát triển sẽ thành như thế nào. Và để đạt được tầm nhìn đã định, phải tiến hành nhiều nội dung khác nhau với từng mục đích cụ thể. Nói tóm lại, lập kế hoạch là hoạch định xem cần gì, cần bao nhiêu thời gian, cần bao nhiêu nhân lực, bao nhiêu tài chính để phát triển nông thôn thành một điểm du lịch lý tưởng.

Bảng 2.3.1. Biểu đồ triển khai việc lập kế hoạch

(1) Chọn nông thôn đối tượng để phát triển du lịch



(2) Quy trình lập kế hoạch trong phạm vi nông thôn



2.3.1. Chọn nông thôn đối tượng để phát triển du lịch

Chọn khu vực nông thôn cần phát triển là bước kiểm tra tiềm năng phát triển du lịch của khu vực nông thôn đó trước khi bắt tay vào phát triển nó. Có thể nói rằng ít nhất cũng cần xem xét trước khả năng và tính thỏa đáng để phát triển du lịch nông thôn trên các phương diện (1) Tính độc đáo của tài nguyên du lịch, (2) Khả năng tiếp cận, (3) Tính cạnh tranh trên thị trường du lịch.

(1) Tính độc đáo của tài nguyên du lịch

Điều quan trọng nhất để chọn điểm du lịch nông thôn chính là tính độc đáo của tài nguyên du lịch này. Nông thôn được chọn có đặc trưng như thế nào, có giá trị tham quan đối với du khách không. Phần “1.2. Du lịch nông thôn là gì?” đã giới thiệu nhiều loại du lịch nông thôn. Ví dụ như nông thôn có đặc trưng lịch sử văn hóa, nông thôn có đặc trưng nghề thủ công và nghề truyền thống, nông thôn có đặc trưng nghệ thuật, nông thôn có đặc trưng văn hóa dân tộc và văn hóa phi vật thể, nông thôn có đặc trưng về phong cảnh đẹp, nông thôn có môi trường thiên nhiên bao quanh, nông thôn có nông nghiệp phát triển, nông thôn có ngư nghiệp phát triển, nông thôn có cuộc sống con người sinh động v.v. Việc đánh giá được hay không về “đặc trưng” mà nông thôn có hết sức quan trọng khi chọn khu vực nông thôn để phát triển du lịch.

(2) Khả năng tiếp cận

Điều này đề cập đến hiện trạng cơ sở hạ tầng như đường xá và phương tiện giao thông cho du khách tiếp cận với nông thôn. Khái niệm này còn chỉ cự ly từ thành phố trung tâm hoặc từ các điểm du lịch quan trọng đến vùng nông thôn. Tính thuận tiện trong tiếp cận đóng vai trò quan trọng vì làm cho du khách có được cảm giác thú vị với chuyến du lịch thoải mái, do vậy, nó là tiêu chuẩn lớn hơn bất cứ điều gì khi chọn điểm du lịch. Giả sử khu vực nông thôn có tài nguyên du lịch có giá trị đặc trưng cao đặc biệt, nhưng nếu thực tế đến tham quan khó khăn quá thì sẽ bị điểm trừ trong mục thu hút du khách. Ngược lại, nếu có thể tiếp cận điểm đến dễ dàng thì khả năng phát triển du lịch và thu hút du khách sẽ được nâng cao. Vậy khi chọn khu vực nông thôn để phát triển, điều cần quan tâm đầu tiên đó chính là khả năng tiếp cận điểm đến.

(3) Tính cạnh tranh trên thị trường du lịch

Chẳng đơn giản chút nào khi các cơ quan quản lý du lịch và cộng đồng tự bán các sản phẩm du lịch của mình. Thế nên, không thể thiếu sự hợp tác của các công ty du lịch thực tế thu hút và gửi du khách đến. Vì thế, từ giai đoạn đầu của phát triển du lịch nông thôn hãy lắng nghe những góp ý của các công ty du lịch để nắm bắt về khả năng cạnh tranh trên thị trường du lịch. Tóm lại, việc thấu hiểu từ giai đoạn đầu về khả năng cạnh tranh của nông thôn bạn sắp bắt tay vào phát triển trong tương lai có bán được như là một sản phẩm du lịch hay không, các công ty du lịch có triển vọng gửi khách hay không vừa trở thành nguồn động lực cho cộng đồng, vừa tránh được thực tế là đã phát triển nhưng du khách không đến.

Về 3 mục này, chúng ta sử dụng Check-list (phiếu đánh giá) như ở bảng 2.3.2 để đánh giá xem khả năng phát triển du lịch của khu vực nông thôn có cao không.

Bảng 2.3.2. Phiếu đánh giá khả năng phát triển du lịch nông thôn của khu vực được chọn (Sử dụng trước khi phát triển du lịch nông thôn trên quan điểm tiếp cận phạm vi rộng)

		Đánh giá	
		0 điểm	1 điểm
(1) Tính độc đáo của tài nguyên du lịch			
a	Các đặc trưng tài nguyên du lịch trong nông thôn có thật sự nổi bật không?		
b	Tài nguyên du lịch trong thôn có tương trưng cho đặc trưng của khu vực đối tượng không?		
c	Các tài nguyên du lịch có đặc trưng văn hóa, tự nhiên, truyền thống nào vượt trội hơn các địa phương khác không?		
d	Có ngành nghề truyền thống hay trải nghiệm gì mà chỉ ở nông thôn đó mới có hay không?		
e	Các tài nguyên du lịch có thể trở thành yếu tố hấp dẫn du khách được không?		
(2) Điều kiện vị trí/Khả năng tiếp cận			
		0 điểm	1 điểm
a	Cơ sở hạ tầng từ thành phố trung tâm như đường rải nhựa, cầu cống v.v đã hoàn chỉnh chưa?		
b	Cự ly từ thành phố trung tâm, thành phố lân cận có phải là cự ly có thể đi về trong ngày không?		
c	Trường hợp không thể đi về trong ngày từ thành phố trung tâm và từ các điểm du lịch quan trọng khác thì trong thôn hoặc lân cận đã có cơ sở lưu trú chưa?		
d	Có phương tiện giao thông công cộng (xe buýt, tàu hỏa, v.v) từ thành phố trung tâm hoặc từ thành phố du lịch lân cận không?		
e	Trong khu vực có các phương tiện công cộng như xe buýt, taxi v.v cho du khách sử dụng không?		
f	Bảng chỉ đường, các bảng hiệu hướng dẫn để đi vào làng có đủ chưa?		
g	Có thể phát triển tour du lịch khi liên kết với các khu vực chung quanh không?		
(3) Tính cạnh tranh trên thị trường du lịch			
		0 điểm	1 điểm
a	Có đặc trưng nông thôn nào có thể làm khẩu hiệu cho sản phẩm du lịch không?		
b	Các công ty du lịch có lưu ý gì về khả năng phát triển thị trường không?		
c	Những nơi khác lân cận có khách tham quan không?		
d	Có thể phát triển được các chương trình tour, các hoạt động du lịch hấp dẫn mà các điểm du lịch và các điểm du lịch nông thôn khác không có không?		

2.3.2. Lập kế hoạch trong phạm vi nông thôn

Việc lập kế hoạch trong phạm vi khu vực nông thôn được thực hiện theo thứ tự các bước như sau: (1) Phân tích hiện trạng, phân tích vấn đề, (2) Nắm bắt ý tưởng, xác nhận ý muốn tham gia của cộng đồng và các bên liên quan, (3) Thiết lập viễn cảnh và hình ảnh sẽ phát triển du lịch nông thôn (4) Thiết lập mục tiêu, đích đến, (5) Xem xét các nội dung hành động để đạt được mục tiêu, (6) Xem xét kế hoạch hành động, kế hoạch ngân sách. Phần dưới đây giải thích những điểm then chốt và những điều lưu ý khi thực hiện từng bước.

(1) Phân tích hiện trạng, phân tích vấn đề

Đầu tiên của bước lập kế hoạch là phân tích tình hình nông thôn và những vấn đề gặp phải khi phát triển du lịch. Tìm hiểu tình hình nông thôn thường dựa vào các điểm như trong bảng 2.3.3. Để có các dữ liệu này, ta vận dụng các dữ liệu định lượng có sẵn như dữ liệu thống kê và đối với những dữ liệu thông tin còn thiếu thì có thể thực hiện các khảo sát đơn giản nếu cần thiết.

Việc nắm rõ dữ liệu kinh tế và dữ liệu về nhân khẩu lao động v.v là để thiết lập ranh giới thực hiện phát triển du lịch sau này. Ví dụ như trong bước 6. Kiểm soát - quản lý có đề cập đến tác động của du lịch, cụ thể là nếu nắm được thu nhập du lịch và thu nhập của các hộ dân, sự thay đổi về nhân khẩu lao động trước và sau khi phát triển du lịch thì có thể nắm được tác động kinh tế mà du lịch mang lại cho nông thôn.

Việc nắm rõ về tài nguyên du lịch và các giai đoạn phát triển du lịch là để phát triển ý tưởng sẽ xây dựng điểm du lịch đối với nông thôn, về các phương pháp phát triển sẽ sử dụng v.v. Ngoài ra, về tình hình cơ sở hạ tầng, nếu hiện trạng nông thôn chưa được trang bị nhà vệ sinh và không gian ẩm thực để tiếp nhận du khách thì khi xây dựng kế hoạch về sau ta có thể thiết lập kế hoạch cụ thể là cần trang bị cơ sở hạ tầng.

Có thể thấy việc xác định trước những tác động lên xã hội và môi trường, ví dụ tìm hiểu xem làng dân tộc thiểu số này có nhạy cảm trong vấn đề thăm viếng của người ngoài không, hay nét văn hóa độc đáo hiếm có của một dân tộc, hay vòng đời của một di sản thiên nhiên nào đó có bị biến đổi bởi sự tham quan của du khách hay không v.v là rất quan trọng.

Về phương diện chính sách và ngân sách, trong quá trình thực hiện phát triển du lịch, động thái của các cơ quan hành chính địa phương sẽ khác nhau tùy thuộc vào việc có chính sách bảo đảm hay không, thế nên việc phân tích về phương diện chính sách rất quan trọng. Ngoài ra, để phát triển thì cần ngân sách, nên việc nắm trước ngân sách và các chính sách nào liên quan sẽ giúp ta có thể chia sẻ quy mô dự án phát triển du lịch với các bên liên quan.

Bảng 2.3.3. Phiếu đánh giá phân tích hiện trạng

1	Ngành nghề, kinh tế của nông thôn	Hiện trạng	Phương án cải thiện
a	Thu nhập bình quân của các hộ dân		
b	Cơ cấu ngành nghề, thu nhập theo từng ngành nghề, giá trị bán ra		
2	Nắm thông tin về tài nguyên nhân văn, nhân khẩu lao động, tổ chức v.v.	Hiện trạng	Phương án cải thiện
a	Tổng dân số		
b	Dân số lao động, dân số phi lao động		
c	Dân số theo từng ngành nghề		
d	Các hợp tác xã theo từng ngành nghề, hoạt động của các nhóm nghề		
e	Hoạt động của các tổ chức quần chúng (hội Phụ nữ, đoàn Thanh niên v.v)		
3	Tài nguyên du lịch	Hiện trạng	Phương án cải thiện
a	Nông thôn có tài nguyên du lịch đặc trưng như thế nào?		
b	Có khoảng bao nhiêu loại tài nguyên du lịch?		
4	Giai đoạn phát triển du lịch	Hiện trạng	Phương án cải thiện
a	Giai đoạn phát triển đến cấp độ nào (giai đoạn Tìm hiểu, Tham gia, Phát triển, Hoàn chỉnh)		
b	Việc phát triển có được đặt vào mối tương quan với phát triển du lịch toàn tỉnh không?		
c	Du khách đã đến rồi, hay chưa có du khách? Trường hợp bắt đầu có du khách thì số lượng khách đã được nắm chưa, có thể phân tích thị trường không?		

5	Tình hình cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật	Hiện trạng	Phương án cải thiện
a	Có các cơ sở tiếp nhận du lịch khi du khách đến chưa?		
b	Có bãi đỗ xe không?		
c	Có nước sạch, nhà vệ sinh sạch chưa?		
d	Có không gian ẩm thực cho du khách chưa?		
e	Có các cơ sở lưu trú chưa?		
f	Điện có đủ không?		
6	Tình hình thị trường	Hiện trạng	Phương án cải thiện
a	Có biểu hiện quan tâm từ giới doanh nghiệp du lịch không?		
b	Gần nông thôn đối tượng có điểm du lịch nào không?		
7	Những ảnh hưởng trên phương diện xã hội, môi trường	Hiện trạng	Phương án cải thiện
a	Có phát sinh tổn hại gì từ việc du khách bên ngoài vào nông thôn không?		
b	Văn hóa và đời sống của nông thôn có được giữ một cách bền vững không?		
c	Các biện pháp bảo vệ môi trường như xử lý nước thải, xử lý rác đã được thực hiện chưa?		
8	Liên quan đến chính sách và ngân sách phát triển	Hiện trạng	Phương án cải thiện
a	Có chính sách liên quan hỗ trợ phát triển hay không?		
b	Ngân sách phát triển có thể đảm bảo được khoảng bao nhiêu?		

(2) Nằm bắt ý tưởng, xác nhận ý muốn tham gia của cộng đồng và các bên liên quan

Tiếp theo, trước khi bắt đầu lập kế hoạch, bạn hãy chia sẻ ý tưởng về phát triển với người dân và các nhóm người dân là các đối tượng sẽ tham gia du lịch sau này. Phát triển du lịch không thể thành công chỉ với các cơ quan quản lý du lịch mà chỉ khi sự tham gia, sự đồng vai trò chủ thể của người dân thì mới hình thành được. Do đó, phải nắm bắt được mong muốn tham gia của người dân và các nhóm người dân ngay từ giai đoạn lập kế hoạch.

Ví dụ, khi hỏi người dân các câu hỏi như họ suy nghĩ gì khi du khách đến tham quan làng, hoặc họ có muốn tham gia vào các dịch vụ du lịch hay không, thì bạn đã có thể lý giải được phần nào nhận thức của người dân đối với du lịch. Ngoài ra, từ bước lập kế hoạch đến phát triển sản phẩm du lịch thực tế còn cần thời gian, vì thế không chỉ chia sẻ mục đích và ý tưởng, mà phải thận trọng lấy ý kiến và sự đồng thuận của người dân về những nội dung hành động thực tế.

Ngoài người dân, nếu bạn chia sẻ thông tin với các công ty du lịch liên quan từ giai đoạn ban đầu thì biết đâu bạn sẽ có “đồng minh”, “người cố vấn” cho bạn trong phát triển du lịch nông thôn. Du lịch nông thôn là ngành kết nối nông dân-chủ nhà với khách du lịch-người khách, nên sự hợp tác với các công ty du lịch, người bắc cầu kết nối này từ giai đoạn lập kế hoạch là rất quan trọng.

(3) Nhận thức ý tưởng phát triển du lịch nông thôn

Tiếp theo là phác họa hình ảnh xem bạn sẽ phát triển khu vực nông thôn được lựa chọn thành điểm du lịch nông thôn như thế nào. Phác họa hình ảnh có 2 ý nghĩa, thứ nhất là để vẽ ra được tầm nhìn chung giữa người dân và các cơ quan hành chính về điểm du lịch nông thôn họ sẽ tham gia phát triển, thứ hai là để cụ thể hóa khái niệm hình ảnh nông thôn bạn sẽ chuyển tải khi quảng bá ra thị trường du lịch sau này.

Trong chương I, phần “1.2. Du lịch nông thôn là gì?” tác giả đã giới thiệu một số kiểu du lịch nông thôn. Tuy nhiên, chỉ “nông thôn” thôi thì chưa đủ sức thúc đẩy phát triển du lịch, mà cần phải phác họa trước hình ảnh “nông thôn có đặc trưng thế này, thế kia v.v” khi bán ra. Ví dụ, trong trường hợp làng Đường Lâm (Hà Nội), đặc trưng nhất của làng Đường Lâm là di sản (nhà cổ), cộng với nông nghiệp và nghề truyền thống, giao lưu với người dân v.v. Vì thế hướng phát triển lấy di sản làm chủ đạo, kết hợp với các ngành nghề khác của Đường Lâm đã hiện lên rất rõ ràng. Như thế, bằng cách làm rõ từ giai đoạn đầu tài nguyên đặc trưng nhất mà khu vực nông thôn có, bạn không những không bị mất dấu khái niệm bạn muốn quảng bá nhất mà còn hữu ích cho bạn để bắt tay vào các bước tiếp theo.

Ngoài ra, ngay từ giai đoạn này, sẽ tốt hơn nếu bạn phác họa nhịp độ tiếp nhận du lịch cho nông thôn của bạn. Cụ thể, bạn muốn phát triển nông thôn ấy nhận nhịp với sự tham quan của số đông du khách, hay muốn nông thôn êm ả với một số lượng du khách giới hạn để họ tận hưởng không khí yên bình? Khách đối tượng là khách nước ngoài hay khách Việt Nam v.v



Sơ đồ 2.3.1. Phác họa ý tưởng phát triển nông thôn (trường hợp đặc trưng là di sản như làng Đường Lâm)

(4) Thiết lập mục tiêu, mục đích

1. Thiết lập mục tiêu

Để phát triển du lịch nông thôn đến gần trạng thái đã phác họa ta phải thiết lập mục tiêu và mục đích phát triển cụ thể. Đối với mục tiêu, bạn thiết lập tương lai một cách cụ thể hơn đối với du lịch nông thôn bạn phát triển. Ví dụ, đối với nông thôn trước nay chưa từng làm du lịch thì thông thường người ta hay đặt các mục tiêu sau. Tóm lại, nhìn thấy trước trạng thái nông thôn, thiết lập các nội dung cụ thể có thể đạt được một cách không gượng ép là đạt yêu cầu.

Ví dụ về mục tiêu 1	Xây dựng được cơ chế trong đó cán bộ và người dân địa phương là chủ thể đón tiếp du khách
Ví dụ về mục tiêu 2	Phát triển được xx chương trình du lịch khai thác tài nguyên khu vực
Ví dụ về mục tiêu 3	Sau x năm thì phải đón được xx du khách

2. Trạng thái sau khi đạt được mục tiêu (các mục tiêu trên)

Việc tưởng tượng ra trạng thái nông thôn sau khi mục tiêu đã đạt được cũng trở thành động cơ giúp đạt mục tiêu. Ví dụ, là sự tưởng tượng tình trạng đời sống của người dân và cả nông thôn sẽ trở thành các mục tiêu trên đã đạt được. Nếu các mục tiêu như trên đạt được hết rồi thì trạng thái sẽ biểu thị kết quả ví dụ như “thu nhập của người dân tăng lên” hay “tài nguyên du lịch đặc sắc của làng đã được gìn giữ bền vững”.

3. Thiết lập kỳ hạn đạt mục tiêu

Khi lập kế hoạch, cần thiết lập cả khung thời gian. Ví dụ, đối với kỳ hạn ngắn (dưới 1 năm) thì đặt ra chừng bao nhiêu mục tiêu, kỳ hạn vừa (khoảng từ 2-5 năm) thì cần đạt đến trạng thái nào, kỳ hạn dài (từ 5-10 năm) thì trạng thái du lịch và tình hình kinh tế nên đặt mục tiêu là gì v.v. Tóm lại là nên thiết lập mục tiêu cho từng giai đoạn thời gian, vì khi bạn hoạt động hướng đến mục tiêu thì chắc chắn sẽ dễ nhìn thấy thành quả cụ thể hơn.

Về thiết lập kỳ hạn, đa số kế hoạch phát triển du lịch do chính phủ và các tỉnh thành địa phương thiết lập đều lấy đích là năm 2020, nên việc nhắm 2020 làm kỳ hạn dài cũng là một phương án. Mặt khác, động cơ tham gia du lịch của cộng đồng sống ở nông thôn sẽ thay đổi tùy thuộc vào việc cuộc sống và thu nhập hằng ngày của họ có được tăng lên hay không. Do đó, bên cạnh tầm nhìn dài hạn, bạn cũng cần nhắc các hành động đem lại thành quả và kết quả thực tế một cách ngắn hạn nữa.

5. Xem xét các hoạt động để đạt được mục tiêu

Xem xét các hoạt động để đạt được mục tiêu nghĩa là xem xét cụ thể sẽ phải thực hiện các hoạt động như thế nào để đạt các mục tiêu đã đặt ra. Dưới đây là các ví dụ về mối quan hệ giữa mục tiêu và hoạt động, lưu ý rằng, quy mô và cấp độ của hoạt động khác nhau ứng với mỗi mục tiêu. Và một điều nữa là nếu không thực hiện các hoạt động cụ thể thì mục tiêu cũng khó mà hoàn thành.

Ví dụ về mục tiêu 1	Xây dựng được cơ chế trong đó cán bộ và người dân địa phương là chủ thể tiếp nhận du khách.
----------------------------	---

<Ví dụ hoạt động>

Tổ chức các cuộc họp giữa cán bộ và người dân trong địa phương về chủ đề làm du lịch. Chọn trong người dân địa phương các đại biểu liên quan đến hoạt động du lịch. Lập tổ chức gồm cán bộ và người dân địa phương để thực hiện và quản lý du lịch. Xây dựng quy chế hoạt động, soạn thảo nội dung hoạt động của tổ chức thực hiện và quản lý dịch vụ du lịch đó v.v.

Ví dụ về mục tiêu 2	Phát triển được xx chương trình du lịch vận dụng tài nguyên khu vực.
----------------------------	--

<Ví dụ về hoạt động>

Nắm bắt tài nguyên du lịch có trong khu vực nông thôn. Xem xét kế hoạch vận dụng tài nguyên du lịch. Đầu tư, đào tạo nhân lực v.v để biến tài nguyên du lịch thành sản phẩm du lịch. Thực hành và đánh giá tiếp nhận du khách.

Ví dụ về mục tiêu 3	Sau x năm thì phải đón được xx du khách.
----------------------------	--

<Ví dụ về hoạt động>

Hoàn chỉnh cơ chế tiếp nhận du lịch trong nông thôn. Thiết lập thị trường đối tượng trong thị trường du lịch chung. Xây dựng công cụ quảng bá. Hợp tác với các công ty du lịch để thực hiện hoạt động quảng bá. v.v.

2.4. Bước 2: Xây dựng cơ cấu tổ chức quản lý du lịch

~Hình thành tổ chức với những nhân lực nòng cốt cho du lịch~

6. Xem xét kế hoạch hành động, kế hoạch ngân sách

Xem xét kế hoạch hành động, kế hoạch ngân sách là việc lập kế hoạch bao gồm cả lịch trình thể hiện cụ thể “Ai? Khi nào? Làm như thế nào?” đối với các nội dung hoạt động đã vạch ra ở mục 5. Chúng ta cùng xem một ví dụ như ở bảng 2.3.4 sẽ thấy dễ hiểu hơn. Về kế hoạch ngân sách, nếu có chế độ liên quan và phân bổ ngân sách liên quan thì lập kế hoạch vận dụng, nếu không có thì có thể phải trình xin mới ngân sách, nên việc có hay không có ngân sách trở thành điều kiện không thể thiếu để thực hiện hoạt động.

Về người thực hiện có thể nghĩ đến là cán bộ quản lý du lịch phụ trách dự án, người dân và các nhóm người dân trong cộng đồng, nguồn nhân lực bên ngoài như các trường du lịch, các nhà tư vấn chuyên môn, các công ty du lịch. Ngoài ra, không chỉ các hoạt động mềm mà có khi việc trang bị cơ sở hạ tầng để tiếp nhận du lịch (nhà vệ sinh v.v) cũng được đòi hỏi phải thực hiện như một phần hoạt động, lúc đó không chỉ đầu tư ngân sách mà cần phải tính đến các kế hoạch liên quan đến xây dựng nữa.

Bảng 2.3.4. Ví dụ về kế hoạch hành động cho “Phát triển được xx chương trình du lịch vận dụng tài nguyên khu vực”

Tên hoạt động	Người thực hiện	Lịch trình		Ngân sách thực hiện
		2013	2014	
Nắm bắt tài nguyên du lịch có trong nông thôn.	Cán bộ, người dân			Ngân sách hành chính xx VND
Xem xét kế hoạch vận dụng tài nguyên du lịch.	Cán bộ, người dân, Công ty du lịch			Ngân sách hành chính xx VND
Đầu tư, đào tạo nhân lực v.v để biến tài nguyên du lịch thành sản phẩm du lịch.	Cán bộ, người dân, các trường đào tạo nhân lực du lịch			Ngân sách hành chính xx VND
Thực hành và đánh giá tiếp nhận du khách.	Cán bộ, người dân Công ty du lịch			Ngân sách hành chính xx VND

Trên đây chỉ là một kế hoạch chung, nên khi thực hiện từng hoạt động cần lập tiếp các kế hoạch thực hiện chi tiết cho từng hoạt động đó.

7. Các kế hoạch khác

Khi lập kế hoạch, nếu ở lân cận có khu vực nông thôn nào tương tự đã được phát triển du lịch rồi thì đó là một lợi điểm, vì chúng ta có thể tham khảo quy trình phát triển và thông tin từ cán bộ hành chính và người dân thực tế đang tham gia vào du lịch, và khi được thì áp dụng, kế hoạch của chúng ta có tính thực tế hơn. Nếu có thêm sự chia sẻ kinh nghiệm giữa các cán bộ hành chính các địa phương với nhau, có thêm sự trao đổi ý kiến, giao lưu giữa người dân với nhau thì sự hiểu biết sẽ được sâu sắc hơn rất nhiều.

Xây dựng cơ cấu tổ chức là gì?

Xây dựng cơ cấu tổ chức có nghĩa là xây dựng “tổ chức” bao gồm nhân lực sẽ gánh vác việc thực hiện các hoạt động du lịch, tiếp nhận và quản lý hoạt động du lịch sau này. Có nhiều loại cơ cấu tổ chức phụ thuộc vào đặc tính của địa phương và các bên liên quan tham gia vào dự án. Ví dụ, có địa phương thành lập Ban quản lý với cán bộ quản lý là chủ yếu, nhưng cũng có nơi người dân là chủ thể hình thành nhóm quản lý du lịch. Quan trọng là trong nông thôn có một tổ chức chịu trách nhiệm phát triển và quản lý du lịch, đóng vai trò hạt nhân phối hợp với chính quyền, với người dân và với các bên liên quan khác. Khi thực hiện quy trình từ bước 3-6 sau này, ta sẽ thấy việc có một tổ chức làm hạt nhân phụ trách phát triển du lịch địa phương sẽ rất hiệu quả trên phương diện quản lý và phát triển bền vững.

Những điểm chính trong xây dựng cơ cấu tổ chức quản lý du lịch

Có nhiều mô hình xây dựng cơ cấu tổ chức khác nhau, nhưng quan trọng là tổ chức được xây dựng nên đó phải là một tổ chức có chức năng và vai trò chặt chẽ, có sự tham gia của người có thể quyết định tư tưởng trong địa phương, người có thể điều phối trong cộng đồng. Xin nêu những điểm chính khi xây dựng thể chế tổ chức như sau:

- Trong tổ chức phải có sự tham gia của người có tầm quyết định tư tưởng trong hành chính và trong người dân địa phương.
- Có sự tham gia của người có thể họp bàn một cách nhịp nhàng với các cơ quan liên quan.
- Nhận định thành viên tổ chức, quy định chặt chẽ vai trò, quyền hạn, nội quy tổ chức, làm rõ trách nhiệm và quyền hạn của từng thành viên.
- Các thành viên trong tổ chức chia sẻ với nhau tầm nhìn, đích đến của tổ chức.
- Hạn chế các hình thức quá trang trọng để người dân và các nhóm người dân có thể thoải mái tham gia.
- Tận dụng nhân lực và tạo mạng lưới liên kết với các tổ chức người dân có sẵn (hội Phụ nữ, hợp tác xã nông nghiệp v.v).
- Khuyến khích tự do phát biểu ý kiến trong điều kiện cho phép.

2.4.1. Các loại cơ cấu tổ chức

Người ta cho rằng, cơ cấu tổ chức sẽ khác nhau tùy thuộc vào tổ chức hành chính điều hành và thành phần tạo nên cộng đồng của từng nông thôn. Cũng có trường hợp đặc biệt là trường hợp nông thôn được công nhận là Di sản văn hóa quốc gia hay các danh hiệu tương tự thì còn có văn phòng quản lý di tích, du lịch nữa. Khi thành lập tổ chức, cần có bước quyết định thành lập tổ chức trong chính quyền và bước tuyển chọn thành viên trong cộng đồng. Xin minh họa một số loại tổ chức như sau.

(1) Cơ cấu mà trong đó chính quyền đóng vai trò chủ đạo thực hiện quản lý du lịch (điển hình: Làng Đường Lâm, Hà Nội)

Trong cơ cấu này, chính quyền đóng vai trò chủ đạo, hình thành Ban quản lý nông thôn rồi thành lập trong đó một bộ phận xúc tiến phát triển du lịch. Mối liên hệ với cộng đồng trong trường hợp Đường Lâm là chủ yếu là sự hợp tác với các hộ dân có liên hệ trực tiếp đến phát triển du lịch và bảo tồn di sản văn hóa.

(2) Cơ cấu mà trong đó chính quyền thành lập tổ chức quản lý du lịch và liên kết với các nhóm cộng đồng (điển hình: Làng Phước Tích, Thừa Thiên Huế)

Cơ chế hoạt động này giống cơ cấu (1), nhưng liên kết với cộng đồng về lĩnh vực du lịch mạnh hơn. Trong cộng đồng hình thành các nhóm dịch vụ du lịch, họ liên kết với chính quyền để tiếp nhận khách du lịch và cung cấp các dịch vụ du lịch. Lúc này, Ban quản lý và các nhóm cộng đồng sẽ quy định với nhau các thỏa thuận về phân chia lợi nhuận du lịch cũng như các điều khoản khác.

(3) Cơ cấu trong đó chính quyền và đại diện người dân lập ra Ban quản lý và liên kết với các nhóm cộng đồng (điển hình: Làng Thanh Toàn, Thừa Thiên Huế)

Đây là trường hợp đại diện chính quyền và đại diện người dân thành lập Ban quản lý. Trong trường hợp Thanh Toàn, tỉnh Thừa Thiên Huế, Ban quản lý du lịch thành lập với 6 người, trong đó đại diện chính quyền 4 người và đại diện người dân 2 người, liên kết với các nhóm du lịch trong cộng đồng để cung cấp dịch vụ du lịch.

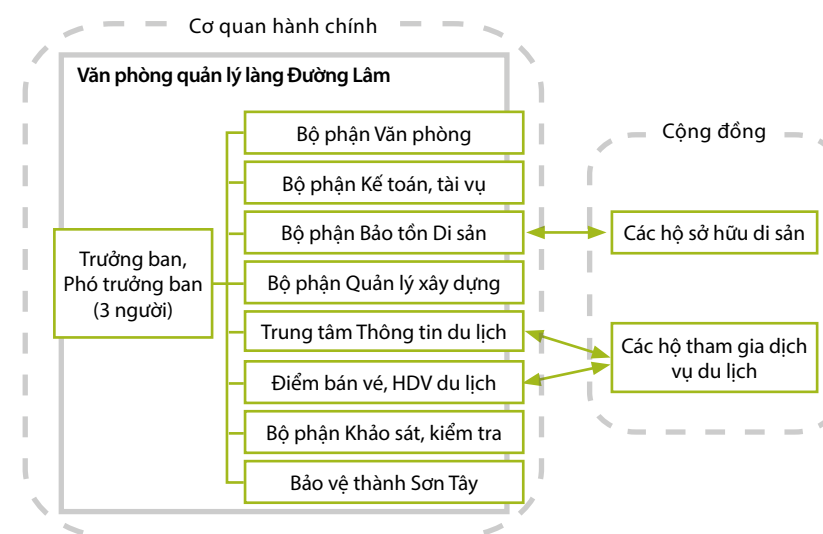
(4) Cơ cấu trong đó cộng đồng làm chủ thể thành lập nhóm quản lý du lịch và nhóm dịch vụ du lịch, chính quyền đóng vai trò hỗ trợ (điển hình: làng Phù Lãng, tỉnh Bắc Ninh)

Cơ cấu quản lý này có cộng đồng đóng vai trò chủ đạo, thành lập các nhóm du lịch để cung cấp dịch vụ du lịch, chính quyền chỉ hỗ trợ các hoạt động. Trường hợp Phù Lãng, Bắc Ninh có các nhóm du lịch từ cộng đồng như nhóm ẩm thực từ Hội Phụ nữ, nhóm ngành nghề (gốm, dịch vụ thuyền v.v), nhóm hướng dẫn viên địa phương v.v.

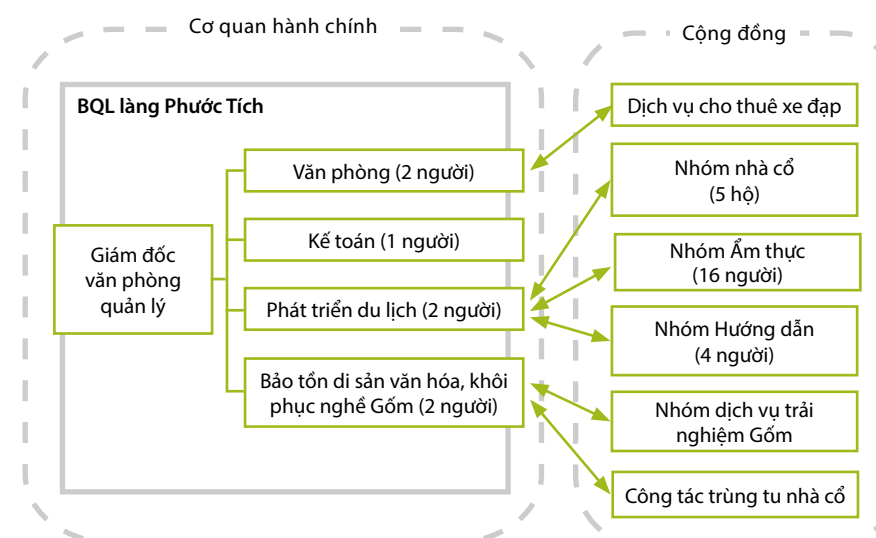
(5) Các cơ cấu khác

Ngoài các cơ cấu trên, tại các điểm du lịch nông thôn trên toàn quốc còn có nhiều hình thái khác, như trường hợp cộng đồng làm chủ thể thực hiện tiếp nhận du lịch, trường hợp liên kết với các công ty du lịch v.v.

Cơ cấu tổ chức làng Đường Lâm

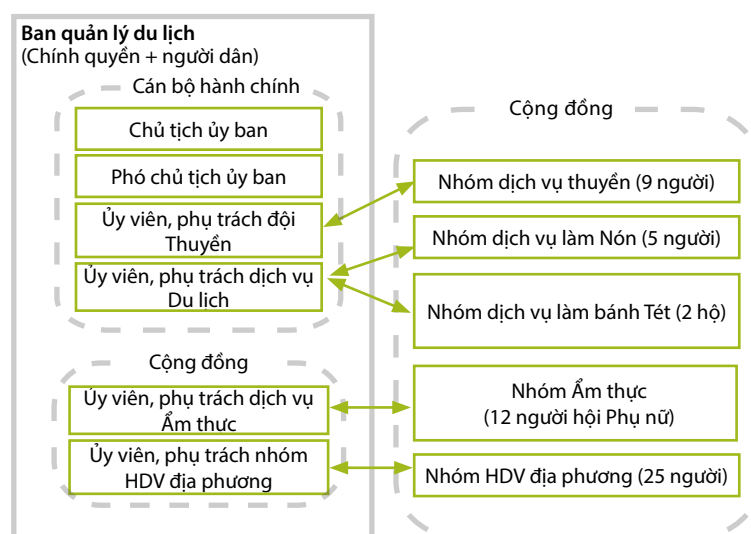


Cơ cấu tổ chức làng Phước Tích

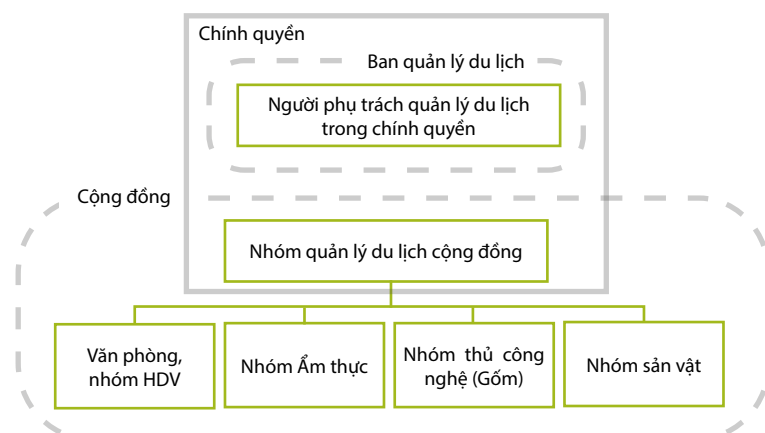


Sơ đồ 2.4.1. Minh họa về cơ cấu tổ chức

Cơ cấu tổ chức làng Thanh Toàn



Cơ cấu tổ chức làng Phù Lãng



Sơ đồ 2.4.2. Minh họa về cơ cấu tổ chức

2.4.2. Phương pháp lôi kéo sự tham gia của cộng đồng, người dân khi xây dựng cơ cấu tổ chức

Như đã trình bày trong phần “2.4.1. Các loại cơ cấu tổ chức”, ta thấy có nhiều mô hình tổ chức du lịch nông thôn, và mỗi mô hình đều có sự tham gia của cộng đồng và người dân. Sự tham dự của cộng đồng và người dân là điều không thể thiếu khi tiến hành phát triển du lịch, thế nhưng, phải có phương pháp thì mới khơi dậy được ý muốn tham gia và sự bày tỏ ý kiến của cộng đồng. Dưới đây tác giả xin giới thiệu với các bạn một số phương pháp lôi kéo sự tham gia của người dân khi xây dựng tổ chức du lịch.

(1) Thăm từng hộ, chuyện trò và nghe tâm tư của người dân

Phương pháp cơ bản nhất là đến thăm từng hộ trong nông thôn, tạo cơ hội chuyện trò cởi mở, thân tình. Đây chính là dịp tốt để bạn xác nhận ý muốn tham gia du lịch của người dân, nghe nhận xét đánh giá của họ. Điểm tốt của phương pháp này là dễ dàng lấy được ý kiến chính xác của người dân, nhưng do phải đi thăm nhiều hộ như thế, nên đây cũng là phương pháp tốn thời gian nhất.

(2) Xác nhận ý định tham gia du lịch thông qua điều tra bằng phiếu điều tra

Điều tra bằng phiếu điều tra có vấn đề ở chỗ ta không biết tỉ lệ trả lời nhận được là đến mức nào, nhưng phương pháp này thể hiện con số thống kê, nên trường hợp bạn muốn thống kê, ví dụ như số hộ có nguyện vọng tham gia, dịch vụ du lịch nào muốn tham gia v.v thì có thể nói đây chính là phương pháp thích hợp nhất. Để có thể lấy được các câu trả lời chính xác, nội dung câu hỏi của phiếu điều tra phải thật cô đọng, và nên theo dạng chọn câu trả lời đóng.

(3) Nói chuyện bằng cách thảo luận nhóm (theo đơn vị địa phương, nhóm ngành nghề v.v

Thảo luận nhóm là buổi nói chuyện có đông người tham gia, theo chủ đề quy định. Quan trọng là bạn phải tạo được môi trường sao cho nhiều đối tượng khác nhau có thể tham gia, và ai cũng có thể bình đẳng nói lên ý kiến của mình. Điểm tốt của thảo luận nhóm là không phải cá nhân, mà toàn thể các thành viên tham gia đều có thể chia sẻ ý kiến với nhau. Đây là phương pháp hiệu quả nếu bạn tổ chức nói chuyện theo đơn vị địa phương, các nhóm ngành nghề.

(4) Sự tham gia thông qua việc điều tra tài nguyên du lịch và xây dựng bản đồ

Cũng có phương pháp lôi kéo sự tham gia của người dân thông qua các công việc liên quan trực tiếp đến phát triển du lịch. Ví dụ, điều tra nắm tài nguyên du lịch địa phương, xây dựng bản đồ v.v là những hoạt động mà việc lấy thông tin từ người dân sống trong địa phương đó là chính xác nhất, nên cùng với người dân thực hiện các hoạt động này thì không chỉ là điều tra, mà còn là cách ưu việt trên quan điểm giáo dục ý thức cho người dân nữa.

(5) Thúc đẩy tham gia từ các buổi họp, tập huấn không liên quan khác trong nông thôn

Tác giả cho rằng thường có các buổi tập huấn hay hội họp liên quan đến nông nghiệp và xây dựng nông thôn theo đơn vị chính quyền. Trong những dịp đó, bạn hãy nêu chủ đề phát triển nông thôn thành điểm du lịch, thì có thể nghe được ý kiến và nhận xét, đánh giá của người dân. Đây cũng là một phương pháp hữu hiệu.



Khảo sát bằng cách ghé thăm từng hộ dân, bạn sẽ nghe được tâm tư chân thành nhất của họ



Nắm bắt nguyện vọng tham gia du lịch của người dân qua khảo sát bằng bản hỏi



Bạn có thể nghe được ý kiến của người dân trong quá trình cùng xây dựng bản đồ tài nguyên du lịch với họ

Có vài điều lưu ý đối với việc tham gia của người dân, chung cho tất cả các phương pháp như sau: vì mỗi người dân đều có mỗi hoàn cảnh gia đình và điều kiện sinh kế khác nhau, vì thế không nên quá miễn cưỡng ép người dân tham gia du lịch. Quan trọng là bạn phải tìm cho được người dân có thể đóng góp ý kiến và mời gọi họ tham gia vào nhiều hoạt động phát triển, lúc này cần tạo điều kiện để khơi gợi hết mọi ý tưởng của người dân.

2.5. Bước 3: Thiết kế sản phẩm, dịch vụ du lịch

~Thiết kế sản phẩm, dịch vụ du lịch từ các tài nguyên du lịch~

Thiết kế sản phẩm, dịch vụ du lịch là gì?

Thiết kế sản phẩm, dịch vụ du lịch là quá trình mà bằng cách nào đó để phát triển tài nguyên du lịch và nguồn nhân lực ở địa phương thành sản phẩm, dịch vụ du lịch cho du khách có thể thưởng thức.

Tài nguyên du lịch, nếu ta để nguyên thế thì nó cứ mãi là tài nguyên ở dạng tiềm năng, nhưng khi ta dùng ý tưởng để trau chuốt nó thì có thể biến nó thành sản phẩm, dịch vụ du lịch. Để thực hiện quá trình này không thể thiếu lời tư vấn và huấn luyện nhân lực (về Ẩm thực, Lưu trú v.v) từ các công ty du lịch và các cơ quan chuyên môn, và từ cả người dân. Ngoài ra, từng sản phẩm, dịch vụ du lịch cần có công phu về ý tưởng và cách thưởng thức để hấp dẫn du khách, nên đòi hỏi phải có những kế hoạch có tính sáng tạo cao.

Những điểm then chốt trong thiết kế sản phẩm, dịch vụ du lịch:

Có thể chia thành 3 bước lớn.

1) Nắm rõ tài nguyên du lịch, tư duy phương pháp khai thác

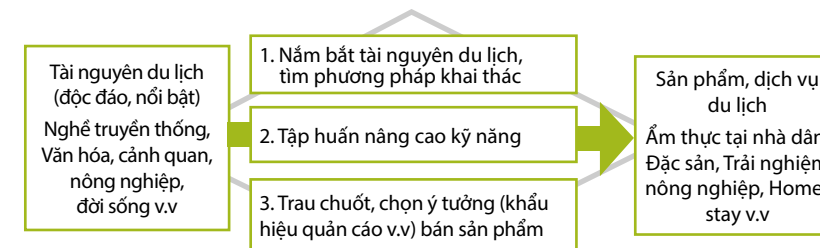
Ban đầu, bạn cần phải nắm được trong nông thôn được chọn có các tài nguyên du lịch như thế nào. Có nhiều phương pháp như liệt kê, kiểm kê tài nguyên du lịch hoặc xây dựng bản đồ tài nguyên du lịch v.v. Tiếp đó, hãy bàn về ý tưởng khai thác các tài nguyên du lịch đó như thế nào.

2) Tiến hành việc đầu tư và tập huấn đào tạo nhân lực cần thiết tài nguyên du lịch đó trở thành sản phẩm, dịch vụ du lịch

Tiếp theo, khi tài nguyên du lịch đã thành sản phẩm, dịch vụ du lịch, đòi hỏi phải xây dựng chương trình du lịch có sử dụng tài nguyên đó, ngoài ra phải đào tạo, huấn luyện nhân lực vận hành các chương trình du lịch đó.

3) Thêm giá trị gia tăng (trau chuốt thêm) để quảng bá sản phẩm du lịch

Khi sản phẩm, dịch vụ du lịch đã hoàn thành thì việc bán nó như thế nào, làm dịch vụ như thế nào là rất quan trọng. Việc thêm giá trị gia tăng cho sản phẩm, dịch vụ du lịch là rất quan trọng.



Sơ đồ 2.5.1. Sơ đồ khái niệm xây dựng sản phẩm, dịch vụ du lịch

2.5.1. Phương pháp nắm bắt và xem xét cách thức khai thác tài nguyên du lịch thông qua việc xây dựng bản đồ tài nguyên du lịch

Phần này giới thiệu phương pháp nắm bắt tài nguyên du lịch thông qua xây dựng bản đồ tài nguyên du lịch mà được sử dụng khá nhiều trong các dự án thí điểm của JICA. Đặc trưng của phương pháp này là nhiều người dân cùng tham gia thực hiện, nên có thể chia sẻ tài nguyên du lịch giữa người dân với nhau. Thành quả của hoạt động là xây dựng được bản đồ kiểm chứng một cách trực quan tài nguyên du lịch. Bản đồ tài nguyên du lịch sẽ là thông tin cơ bản để xây dựng bản đồ du lịch cho nông thôn.

(1) Chia nhóm và thiết lập chủ đề

Lý tưởng nhất là các cán bộ hành chính liên quan và người dân trong nông thôn cùng tham gia điều tra tài nguyên du lịch. Giả sử có tất cả 20 người tham gia thì có thể chia thành 4 nhóm mỗi nhóm 5 người là hợp lý. Về nhóm thì chừng 5-6 người thì hiệu suất làm việc và thảo luận sẽ tốt hơn. Nếu ít quá thì gánh nặng công việc cho từng người sẽ lớn, còn ngược lại nếu đông quá thì sẽ có thành viên không được tiếp xúc công việc. Bên cạnh đó, người dân ở nông thôn thông thường đa số chưa từng tham gia hội thảo, nên để dễ trao đổi, cần truyền đạt cho người dân những điểm then chốt như quan điểm họ cần có khi đi quan sát trong làng v.v

Cụ thể, hội thảo thực hiện ở làng Đường Lâm và Thanh Toàn đã được chia nhóm và chủ đề như sau:

Ví dụ về chia nhóm-phân chủ đề 1: Lịch sử và văn hóa

Ví dụ về chia nhóm-phân chủ đề 2: Nghề truyền thống, thủ công nghệ, hàng đặc sản v.v

Ví dụ về chia nhóm-phân chủ đề 3: Nông nghiệp, ngành chăn nuôi

Ví dụ về chia nhóm-phân chủ đề 4: Các tài nguyên con người
(người hiểu rõ văn hóa lịch sử của làng v.v)

(2) Đi bộ để điều tra

Đi bộ để điều tra trong làng để điều tra khảo sát theo chủ đề đã thiết lập trên, chụp ảnh những tài nguyên du lịch phù hợp với chủ đề của nhóm phát hiện được. Cùng với việc chụp hình là ghi chú giải thích về địa điểm chụp hình, trường hợp chụp hình người thì có thêm nội dung phỏng vấn. Nếu trong nhóm có những người dân hiểu rõ địa phương tham gia thì họ có thể giới thiệu những người, hướng dẫn chúng ta đến những nơi không có trên bản đồ, nhờ đó ta có thể thu thập được nhiều thông tin. Ngoài ra, trong số người dân có nhiều vị rất tự hào về làng mình, nên hoạt động này còn có hiệu quả theo nghĩa giáo dục ý thức cho người dân.

Ngoài ra, khi đi điều tra, hãy tham khảo thêm “Danh mục tài nguyên du lịch” giới thiệu trong chương 1 phần 1.4. Khu vực có khả năng phát triển du lịch nông thôn”.

(3) Xây dựng bản đồ tài nguyên du lịch

Bản đồ tài nguyên du lịch là sử dụng những hình ảnh đã chụp trong hoạt động “(2) Đi bộ để điều tra” rồi bố trí vào một bản đồ nông thôn cỡ lớn. Khi bố trí một hình ảnh, hãy thêm phần giải thích của hình ảnh đó để dù người ngoài nhìn vào vẫn hiểu được nội dung của từng hình ảnh. Sau hoạt động này, tài nguyên du lịch trong nông thôn sẽ được thể hiện một cách trực quan trên bản đồ. Trường hợp có quá nhiều tài nguyên du lịch thì nên phân loại theo tính chất tài nguyên, rồi bố trí lên bản đồ cũng hiệu quả. Ngoài ra, trong dịp làm việc theo nhóm này, nếu có thời gian, sẽ rất thú vị nếu các bạn thử thiết kế chương trình tour du lịch tương ứng với từng chủ đề của nhóm.

(4) Phát biểu, trao đổi ý kiến, thảo luận

Sau khi các nhóm hoàn thành bản đồ tài nguyên du lịch của mình, hãy tổ chức thời gian phát biểu và thảo luận cho toàn thể các nhóm. Thảo luận thì có thể đánh giá điểm tốt hoặc đặt câu hỏi chi tiết về tài nguyên du lịch của mỗi nhóm. Ngoài ra, có thể thảo luận ý tưởng phát triển tài nguyên du lịch thành sản phẩm dịch vụ du lịch. Bên cạnh đó, trong phần thảo luận toàn thể này, ta có thể mời các nhà tư vấn bên ngoài, các công ty du lịch để nghe từ họ những nhận xét trên quan điểm chuyên môn, thị trường v.v thì hiệu quả sẽ rất cao. Hoạt động xây dựng bản đồ tài nguyên du lịch còn hiệu quả vì qua đó có thể thảo luận về điểm đặc trưng nhất của nông thôn đối tượng, về hình ảnh nông thôn và khẩu hiệu quảng bá khi bán ra thị trường.

Ý tưởng khai thác tài nguyên

Có các ý tưởng vận dụng tài nguyên du lịch thành sản phẩm, dịch vụ du lịch, đơn cử như dưới đây.

(1) Vận dụng lịch sử, phong thổ, truyền thống v.v vào sản phẩm, dịch vụ du lịch.

Sử dụng nhà cổ làm nhà hàng, tham quan văn hóa và các chương trình trình diễn truyền thống v.v

Khai thác các tài nguyên phong thổ, môi trường, truyền thống, ẩm thực, đời sống, đặc sản, tài nguyên thiên nhiên, tài nguyên văn hóa.

(2) Vận dụng cuộc sống người dân và sinh nghiệp của họ vào sản phẩm, dịch vụ du lịch.

Tham quan và trải nghiệm nông nghiệp, nghề truyền thống, nếm thử đặc sản.

(3) Vận dụng cảnh quan thiên nhiên vào sản phẩm du lịch.

Tour đi bộ dã ngoại (trekking), tour đi xe đạp dã ngoại (Cycling) v.v



Trong quá trình đi bộ để điều tra, người dân sẽ kể cho bạn nhiều thông tin về làng mà người ngoài không biết được



Nhiều tài nguyên du lịch tương ứng với chủ đề sẽ hiện lên trực quan trong quá trình xây dựng bản đồ du lịch



Phát biểu, trao đổi ý kiến là chia sẻ cho nhau những tài nguyên du lịch và ý tưởng vận dụng nó mà trước đây chưa được nhận thức

Hoàn thành bản đồ là gieo mầm ý thức chung trong cộng đồng về tài nguyên du lịch



2.5.2. Phương pháp khai thác tài nguyên du lịch thành sản phẩm, dịch vụ du lịch

(1) Phân loại dịch vụ du lịch và nâng cao, trang bị kỹ thuật, môi trường cần thiết

Dịch vụ du lịch tại các khu vực nông thôn như giới thiệu trong bảng 2.5.1., gồm dịch vụ ẩm thực, nghỉ tại nhà dân, trải nghiệm nghề truyền thống-mua sản vật, trải nghiệm nông nghiệp, các hoạt động du lịch vận dụng thiên nhiên và cảnh quan, tham quan và trải nghiệm các nghi lễ và trình diễn truyền thống, viếng thăm di tích văn hóa, lịch sử, dịch vụ hướng dẫn tham quan làng của hướng dẫn viên địa phương v.v. Bảng 2.5.1. giới thiệu phân loại và khái quát từng loại dịch vụ du lịch chương trình, đồng thời giới thiệu những điểm chính về nâng cao kỹ thuật và trang bị môi trường cần thiết để thực hiện các dịch vụ du lịch đó. Để lôi cuốn du khách, ở mỗi nông thôn đòi hỏi phải phát triển những chương trình du lịch độc đáo dựa trên sự kết hợp những đặc sắc về tài nguyên du lịch mà nông thôn đó có.

Bảng 2.5.1. Minh họa về dịch vụ du lịch ở nông thôn

Loại	Khái niệm	Môi trường và kỹ thuật cần thiết
Dịch vụ ẩm thực	Dịch vụ ẩm thực trong du lịch nông thôn chỉ dịch vụ cung cấp bữa ăn, uống cho du khách chủ yếu là tại các nhà dân. Có khi nhóm phụ nữ tập trung lại chế biến và dọn bữa ăn cho du khách tại các cơ sở công cộng trong làng. Thực đơn cơ bản là các món ăn địa phương, sử dụng nguyên liệu thực phẩm địa phương. Có thể cung cấp dịch vụ ẩm thực kèm với dịch vụ trải nghiệm nấu ăn.	- Kỹ thuật sử dụng nguyên liệu thực phẩm địa phương để chế biến thức ăn ngon. - Thái độ tiếp khách thân thiện - Môi trường chế biến vệ sinh - Không gian ăn uống đem lại cảm giác nông thôn - Quản lý kinh doanh, quản lý thu chi v.v
Homestay (nghỉ tại nhà dân)	Homestay chỉ dịch vụ của du khách tại nhà dân bình thường. Do trong nhà có gia đình sinh sống nên du khách có thể thưởng thức khoảng thời gian lưu trú với tư cách là một thành viên trong gia đình. Homestay không chỉ là lưu trú và còn cần cung cấp cả dịch vụ ẩm thực. Khác với khách sạn thông thường, du khách homestay sẽ hài lòng vì sự tử tế và thái độ cung cấp dịch vụ ẩm áp của các thành viên trong gia đình, chân thực, chất phác của gia đình nông thôn.	- Lòng hiếu khách, thái độ tiếp khách khi tiếp nhận du khách của gia đình - Quét dọn và làm công tác nội trợ tốt để cung cấp không gian lưu trú sạch sẽ - Các chức năng của một cơ sở lưu trú (phòng khách rộng vừa đủ, phòng tắm, toilet sạch sẽ v.v) - Chuẩn bị chu đáo đầu gối, xà bông tắm, bộ bàn chải răng, khăn v.v - An toàn lưu trú - Quản lý kinh doanh, quản lý thu chi v.v

Loại	Khái niệm	Môi trường và kỹ thuật cần thiết
Trải nghiệm nghề truyền thống - mua sản vật	Nghề truyền thống là ngành nghề sản xuất hàng thủ công hoặc thực phẩm bằng cách gia công nguyên vật liệu có nguồn gốc tại địa phương. Trải nghiệm nghề truyền thống là cho du khách tham quan và trải nghiệm các công đoạn sản xuất này. Du khách cũng thú vị khi mua sản phẩm như quà lưu niệm. Có nhiều nghề truyền thống, nghề thủ công gốm dệt, sản phẩm mộc, đồ gốm, thêu, điêu khắc, nghệ thuật từ giấy, tranh khắc gỗ, hàng gia công kim loại, đan lát, sơn mài v.v Thực phẩm gồm bánh kẹo, rượu, gia vị, sản phẩm chế biến từ rau, từ trái cây v.v	- Kế thừa kỹ thuật sản xuất nghề truyền thống, phần trình diễn của nghệ nhân - Trang bị môi trường tiếp nhận du khách tham quan, trải nghiệm nghề truyền thống - Các tổ chức địa phương và nghệ nhân điều phối chương trình trải nghiệm, giải thích nghề truyền thống - Thiết kế, định danh cho sản vật mà du khách yêu thích - Trường hợp chế biến thực phẩm thì cần cải thiện mùi vị, bảo đảm tính bảo quản, chứng nhận an toàn thực phẩm, đăng ký thương hiệu - Định giá sản phẩm, lập kế hoạch kinh doanh
Trải nghiệm nông nghiệp	Trải nghiệm nông nghiệp là dịch vụ cho du khách trải nghiệm các công đoạn nông nghiệp (gieo mạ, vãi hạt, tưới và chăm bón, thu hoạch v.v) để học về nông nghiệp, tiêu khiển với nông tác trong không khí trong lành của nông thôn. Cũng có chương trình kết hợp dạy nấu ăn sử dụng rau quả tươi hái được trong quá trình trải nghiệm.	- Xây dựng lịch trình trải nghiệm nông nghiệp phù hợp với thời điểm mùa vụ trong năm (loại nông sản, thời gian thu hoạch v.v) - Người dân giải thích về nông nghiệp, nội dung thao tác với du khách - Chuẩn bị nông cụ, trang phục cần thiết cho thao tác nông nghiệp.
Hoạt động du lịch vận dụng thiên nhiên và cảnh quan	Trekking tuyến đường có cảnh quan đẹp Trải nghiệm chèo thuyền trên sông Đạp xe trên đường làng Tản bộ ngắm cảnh thiên nhiên v.v	- Thiết kế tuyến đường cho du khách thưởng thức thiên nhiên và cảnh quan - Thuyết minh của hướng dẫn viên, quản lý an toàn cho du khách v.v
Tham quan và trải nghiệm các nghi lễ và trình diễn truyền thống	Trải nghiệm trình diễn múa, nhạc dân tộc Tham gia vào các lễ hội truyền thống địa phương	- Công tác chuẩn bị tiếp nhận du khách của nhóm múa hoặc trình diễn âm nhạc dân tộc. - Cần nhắc thời gian có thể tiếp nhận du khách (thời gian diễn ra lễ hội truyền thống v.v) - Địa điểm trình diễn (hội trường hay các cơ sở cộng đồng)
Tham quan di tích lịch sử, văn hóa	Tham quan các di sản lịch sử còn lưu giữ trong làng như đình, nhà thờ họ, miếu, nhà cổ v.v	- Đòi hỏi sự thuyết minh chi tiết tại các di sản. Tốt nhất là để người dân hoặc thành viên ban quản lý hiểu rõ điểm tham quan phụ trách thuyết minh. - Công tác vệ sinh điểm tham quan rất quan trọng. Hãy đảm bảo di sản luôn ở trạng thái sạch sẽ khi tiếp nhận du khách.
Tham quan nông thôn có hướng dẫn viên địa phương	Hướng dẫn viên địa phương là dịch vụ thuyết minh về địa phương do những người dân sinh sống lâu trong nông thôn phụ trách. Khác với hướng dẫn của các công ty du lịch, họ có thể cung cấp thông tin chi tiết về cuộc sống và sinh hoạt của nông thôn.	- Thiết lập tuyến đường - Nội dung thuyết minh tại các điểm cũng như trên đường đi - Lòng hiếu khách
Các dịch vụ khác	Là các chương trình vận dụng tài nguyên du lịch khác của từng địa phương.	

(2) Tập huấn nâng cao kỹ thuật và trang bị môi trường

Như trong bảng 2.5.1. Dịch vụ du lịch tại nông thôn, để hình thành chương trình du lịch đón nhận du khách đòi hỏi có sự trang bị môi trường và tập huấn, bồi dưỡng kỹ năng cung cấp dịch vụ. Đặc biệt, việc cung cấp dịch vụ du lịch ở nông thôn cơ bản là do các hộ gia đình và các nhóm người dân phụ trách, nên các chương trình tập huấn bồi dưỡng nhân lực về kỹ thuật làm dịch vụ, về lòng hiếu khách v.v càng cần thiết hơn. Ngoài ra cũng cần trang bị thiết bị ở mức độ tối thiểu nhất. Xin giới thiệu dưới đây một số minh họa về 1. Chương trình tập huấn kỹ năng cung cấp dịch vụ ẩm thực và 2. Phiếu đánh giá môi trường cung cấp dịch vụ homestay.

1. Minh họa về tập huấn ẩm thực

Tác giả xin giới thiệu một ví dụ về cách tiến hành tập huấn ẩm thực. Chương trình tập huấn trong ví dụ là chương trình ẩm thực JICA đã thực hiện để phát triển du lịch nông thôn. Điểm then chốt trong tập huấn là vẫn giữ nguyên thực đơn và các nguyên vật liệu người dân nông thôn ăn hằng ngày, chỉ tập huấn thêm cách bài trí và sắp xếp cho phù hợp với du khách. Điểm tốt của cách làm này không áp đặt cái mới bên ngoài cho người dân, mà tập huấn trên cơ sở tôn trọng văn hóa ẩm thực cũng như phương pháp chế biến của các bà, các chị trong nông thôn, nên khả năng người dân trong nông thôn duy trì kết quả tập huấn là rất cao.

Bảng 2.5.2. Ví dụ về Chương trình tập huấn Dịch vụ Ẩm thực

Ví dụ về tập huấn Ẩm thực tại làng Đường Lâm:

Bước 1: Nắm bắt hiện trạng nấu ăn và nhu cầu trong hộ dân

Nói chuyện với người dân có nguyện vọng cung cấp dịch vụ ẩm thực

Có thể cung cấp món ăn gì, thông qua tập huấn muốn học gì

Bước 2: Nắm mức độ kỹ thuật nấu ăn trong hộ dân

Yêu cầu nấu các món ăn mà hiện tại gia đình có thể.

Ăn thử và trao đổi ý kiến (đánh giá về hương vị và cách trang trí)

Bước 3: Thảo luận về cách sửa soạn món ăn và nấu thử

Giảng viên thực tế thực hiện sửa soạn và nêm nếm thức ăn

Bước 4: Trình bày, trang trí

Công phu tìm ý tưởng trình bày món ăn, khăn bàn, bộ đồ ăn v.v

Bước 5: Cung cấp dịch vụ

Các bài học về kiến thức dịch vụ, thực đơn, phong cách tiếp khách v.v

Nắm bắt hiện trạng nấu ăn và nhu cầu trong từng hộ dân, giải thích về các món ăn người dân tự hào



Hình ảnh về tập huấn trang trí, chuẩn bị bàn ăn



Vừa nghe phương pháp nấu ăn của người dân vừa cân nhắc các món ăn sẽ nấu cho du khách

Hình ảnh về bữa ăn thử, luyện tập cung cấp dịch vụ

2. Phiếu đánh giá tiêu chuẩn cung cấp dịch vụ homestay

Tổng cục Du lịch Việt Nam ban hành phiếu đánh giá như trong bảng 2.5.3. bao gồm những điều kiện về mặt môi trường và dịch vụ mà một cơ sở phải đáp ứng khi muốn làm dịch vụ homestay. (TIÊU CHUẨN NHÀ Ở CÓ PHÒNG CHO KHÁCH DU LỊCH THUÊ, TCVN 7800:2009 số 217/QĐ-TCĐL, ngày 15/6/2009).

Phiếu đánh giá này phân thành nhiều hạng mục, từ các tiêu chí cơ bản như tính an toàn và tính thuận tiện trong đi lại đến các tiêu chí về trang thiết bị như diện tích phòng tắm và nhà vệ sinh, giường ngủ và quy định về ánh sáng, đảm bảo an toàn bằng khóa từ bên trong, các trang thiết bị như màn chống muỗi v.v, các đồ dùng như khăn, bàn chải, dầu gội đầu, xà bông tắm, niêm yết giá dịch vụ, lấy chứng nhận kinh doanh. Tại các tỉnh thành địa phương, khi xem xét bắt đầu dịch vụ homestay tại các khu vực nông thôn, hãy trao phiếu đánh giá này cho hộ dân muốn kinh doanh, yêu cầu họ đáp ứng toàn bộ các tiêu chí.

Ngoài ra, nên tổ chức tập huấn cho các hộ dân cung cấp dịch vụ homestay về sự chuẩn bị sẵn sàng tiếp nhận dịch vụ, về cách cung cấp môi trường vệ sinh theo tiêu chuẩn cơ sở lưu trú, về cơ bản của dịch vụ, cách suy nghĩ về kinh doanh (cách sinh lợi), kỹ năng housekeeping và cung cấp dịch vụ ẩm thực v.v.

Bảng 2.5.3. Phiếu đánh giá tiêu chuẩn cung cấp dịch vụ homestay

Tiêu chí	Đánh giá, chấm điểm	Điểm 0	Điểm 1
1. Yêu cầu chung			
- Dễ tiếp cận, thuận tiện.			
- Đảm bảo an ninh, an toàn.			
- Xây dựng vững chắc.			
- Thông thoáng, ánh sáng và chiếu sáng tốt.			
- Có bảng tên đặt ở nơi dễ thấy.			
2. Diện tích phòng ngủ			
- 8 m ² cho phòng đơn.			
- 10 m ² cho phòng đôi.			
- Tăng diện tích 4 m ² cho mỗi giường thêm.			
- Phòng vệ sinh và tắm chung diện tích 3 m ² .			
3. Trang thiết bị, tiện nghi			
3.1. Phòng ngủ			
- Trang thiết bị chất lượng khá, hoạt động tốt.			
- Bài trí hợp lý.			
- Thông gió tốt.			
- Đèn điện, công tắc bố trí thuận tiện.			
- Quạt điện.			
- Cửa có chốt an toàn bên trong.			
- Giường hoặc đệm ngủ có kích thước tối thiểu 0,9 m x 2 m cho một người; 1,5 m x 2 m cho hai người.			
- Đệm dày 10 cm, có ga bọc, chất lượng tốt.			
- Chăn có ga bọc, gối có vỏ bọc.			
- Lưới chống muỗi hoặc màn.			
- Bình nước uống và một cốc thủy tinh cho mỗi khách.			
- Móc hoặc giá treo quần áo.			
- Thùng rác có nắp.			
- Vật dụng cho một khách gồm: khăn mặt, khăn tắm, bàn chải đánh răng, kem đánh răng, dầu gội đầu, xà phòng.			

Tiêu chí	Đánh giá, chấm điểm	
	Điểm 0	Điểm 1
3.2. Phòng vệ sinh và tắm chung		
- Bình quân năm khách có một phòng vệ sinh và tắm chung.		
- Trang thiết bị chất lượng khá, hoạt động tốt.		
- Tường ốp gạch men 2m.		
- Sàn lát bằng vật liệu chống trơn.		
- Đèn điện.		
- Quạt thông gió.		
- Ổ cắm điện an toàn.		
- Chậu rửa mặt.		
- Gương soi.		
- Vòi nước.		
- Nước nóng.		
- Xà phòng.		
- Vòi tắm hoa sen.		
- Móc treo quần áo hoặc khăn các loại.		
- Bàn cầu.		
- Giấy vệ sinh.		
- Thùng rác có nắp.		
4. Dịch vụ và mức độ phục vụ		
4.1. Dịch vụ		
- Bảng niêm yết thông tin về giá buồng, giá dịch vụ (nếu có).		
- Bảng niêm yết nội quy.		
- Có tủ nhiều ngăn cho khách sử dụng, mỗi ngăn một chìa khoá.		
- Cung cấp thông tin cần thiết cho khách.		
4.2. Mức độ phục vụ		
- Thay ga bọc đệm, bọc chăn, vỏ gối 3 ngày 1 lần hoặc khi có khách mới.		
- Cung cấp đủ nước sạch 24/24 h.		
5. Người quản lý và nhân viên phục vụ		
- Người quản lý phải qua lớp tập huấn về quản lý lưu trú du lịch, trừ trường hợp có bằng cấp, chứng chỉ chuyên ngành du lịch do cơ sở đào tạo có thẩm quyền cấp.		
- Nhân viên phục vụ phải qua lớp tập huấn nghiệp vụ trừ trường hợp có bằng cấp, chứng chỉ do cơ quan đào tạo có thẩm quyền cấp.		
6. Bảo vệ môi trường, an ninh, an toàn, phòng cháy chữa cháy và chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm		
- Thực hiện tốt các quy định hiện hành của cơ quan có thẩm quyền (đánh giá đối với từng tiêu chí) về:		
+ An ninh trật tự; + Phòng chống cháy nổ;		
+ Phòng chống tệ nạn xã hội;		
+ Chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm;		
+ Vệ sinh môi trường bên trong;		
+ Vệ sinh môi trường xung quanh; + Vệ sinh trang thiết bị;		
+ Vệ sinh cá nhân.		

(TIÊU CHUẨN NHÀ Ở CÓ PHÒNG CHO KHÁCH DU LỊCH THUÊ, TCVN 7800:2009 số 217/QĐ-TCDL, ngày 15/6/2009)

2.5.3. Thêm giá trị gia tăng để quảng bá sản phẩm du lịch

Đây là bước hoàn chỉnh sản phẩm, dịch vụ du lịch, bao gồm sự công phu trau chuốt sản phẩm, tìm tòi ý tưởng bán sản phẩm, là bước liên quan đến tiếp thị sản phẩm. Cụ thể, xem xét phải thêm giá trị gia tăng như thế nào vào mỗi sản phẩm, dịch vụ du lịch thì mới bán được. Ví dụ trường hợp dịch vụ ẩm thực tại nhà người dân, bạn không thể cung cấp các món ăn y nguyên như thế, mà phải biến đổi giá trị của nó thông qua lời diễn giải như “chúng tôi đã sử dụng đặc sản trong làng để nấu ra món ăn ngon này”, hoặc “các chị phụ nữ trong làng đã gói ghém nhiều tình cảm vào món ăn này đây” v.v, trường hợp homestay thì “Ở lại với cuộc sống nông thôn để trải nghiệm” v.v. Ngoài ra, việc đại diện cộng đồng và chủ hộ gia đình giải thích cho du khách bằng chính lời lẽ của mình sẽ làm ấn tượng tiếp nhận trong du khách thay đổi rất nhiều, do đó khi tập huấn bạn đừng quên truyền đạt điểm này đến người dân.

2.5.4. Thường xuyên cải thiện dịch vụ du lịch

Dịch vụ du lịch không phải chỉ cần xây dựng hoàn chỉnh một lần là xong mà đòi hỏi phải cải thiện nó từng ngày. Lý do là vì nhu cầu của khách du lịch thay đổi và vì cần phải cạnh tranh với các điểm du lịch khác. Điều này giống như sản phẩm và dịch vụ trong nhà hàng và siêu thị, nếu lúc nào cũng giống nhau thì khách hàng sẽ phát chán, nên mới cần đến các chiến dịch xúc tiến bán hàng, cần cải thiện chất lượng sản phẩm và cả phương pháp bán hàng nữa. Du lịch cũng cần đảm bảo thế nào để có thể cung cấp thường xuyên các dịch vụ hấp dẫn với du khách. Về cải thiện dịch vụ, các bạn hãy tham khảo phần đánh giá độ thỏa mãn của du khách trong bước 6. Kiểm soát, để tìm ra phương pháp cải thiện sản phẩm cho địa phương mình.

Ngoài ra, các khu vực nông thôn thường lợi dụng di sản văn hóa và môi trường thiên nhiên để cung cấp dịch vụ du lịch. Các nguồn tài nguyên du lịch này lại hữu hạn, và nếu sử dụng sai phương pháp thì mãi mãi không đưa chúng về tình trạng ban đầu được, vì thế khi cải thiện dịch vụ du lịch cần lưu ý đến việc bảo tồn và vận dụng bền vững tài nguyên du lịch.



Phục vụ du khách thì trình bày và màu sắc của món ăn rất quan trọng

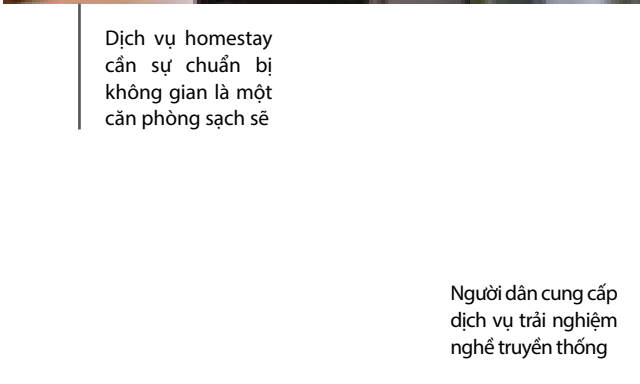
Hình ảnh về tập huấn dịch vụ ẩm thực cho nhóm phụ nữ

Dịch vụ ẩm thực đòi hỏi lòng hiếu khách và sự chu đáo của người dân



Dịch vụ thuyền trong môi trường thiên nhiên cũng cần có người dân cung cấp dịch vụ

Dịch vụ homestay cần sự chuẩn bị không gian là một căn phòng sạch sẽ



Người dân cung cấp dịch vụ trải nghiệm nghề truyền thống



2.6. Bước 4: Hoàn thiện khả năng tiếp nhận du khách tại điểm du lịch

~ Đảm bảo môi trường lưu lại an toàn, thoải mái cho du khách ~

Khả năng tiếp nhận du khách là gì?

Khả năng tiếp nhận du khách chỉ sự trang bị môi trường thực hiện sự lưu lại an toàn, thoải mái khi du khách đến thăm nông thôn. Ví dụ, nơi ăn uống, nghỉ ngơi, toilet hợp vệ sinh, thông tin du lịch nông thôn, sự hiếu khách của người dân nông thôn, các cơ sở vật chất an toàn v.v, nói chung là sự trang bị cứng lẫn trang bị mềm. Ngoài ra, khi chính quyền và người dân cần quy định luật lệ khi tạo ra nền tảng tiếp nhận này.

Điểm then chốt trong trang bị khả năng tiếp nhận

Khả năng tiếp nhận chủ yếu gồm (1) phần mềm, (2) phần cứng

(1) Phần mềm

- A. Các quy định về quản lý việc ra vào nông thôn, tạm trú, quản lý giao thông
- B. Kế hoạch quản lý vận hành của ban quản lý du lịch v.v...
- C. Chứng nhận kinh doanh dịch vụ du lịch
- D. Những thỏa thuận giữa Ban quản lý v.v... và người dân
- E. Những thỏa thuận giữa Ban quản lý v.v... và công ty du lịch
- F. Sự chuẩn bị cung cấp dịch vụ bởi người dân
- G. Cung cấp thông tin cho du khách
- H. Đào tạo hướng dẫn viên địa phương
- I. Môi trường yên tâm tham quan cho du khách
- J. Khả năng giao tiếp bằng ngoại ngữ

(2) Phần cứng

- A. Cơ sở vật chất, thiết bị cung cấp thông tin du lịch
- B. Môi trường lưu lại an toàn, vệ sinh
- C. Trang bị nhà hàng và điểm nghỉ ngơi
- D. Trang bị cơ sở lưu trú
- E. Nâng cấp vấn đề đi lại
- F. Bãi đỗ xe
- G. Không gian giao lưu cộng đồng

2.6.1. Trang bị khả năng tiếp nhận mềm

(1) Quy chế

Khi phát triển du lịch nông thôn, để bắt đầu đón khách đến nông thôn cần có sự quản lý du lịch từ nhiều ban ngành trên phương diện quy chế. Một số hạng mục dưới đây cần xem xét để đưa vào quy chế và thỏa thuận thích hợp tùy thuộc vào tình hình của từng nông thôn.

A. Các quy định về quản lý việc ra vào nông thôn, quản lý giao thông: triển khai chế độ vé vào làng, cơ chế kiểm soát giao thông (bãi đỗ xe, khu vực cấm đỗ xe, khu vực xe có thể ra vào) v.v

B. Kế hoạch quản lý vận hành của ban quản lý du lịch (Operation plan): quy định và thỏa thuận giữa BQL Du lịch và các nhóm du lịch cộng đồng về tiếp nhận du khách, cung cấp dịch vụ, cung cấp thông tin, quản lý an toàn (bao gồm sơ cứu ban đầu), quản lý tài chính v.v

C. Chứng nhận kinh doanh dịch vụ du lịch: chứng nhận và quy định đối với các hộ dân và cơ sở làm dịch vụ du lịch.

D. Những thỏa thuận giữa Ban quản lý và người dân: nội quy, sổ tay quản lý quy định giá dịch vụ, phân chia lợi nhuận giữa BQL Du lịch và các nhóm dịch vụ du lịch với người dân và các nhóm người dân tham gia làm dịch vụ du lịch.

E. Những thỏa thuận giữa Ban quản lý và Công ty du lịch: những thỏa thuận giữa BQL Du lịch và các nhóm du lịch cộng đồng với các công ty du lịch tư nhân về phương pháp gửi khách đến nông thôn, phương pháp nhận booking khách tour, HDV bên ngoài.

Ví dụ minh họa

BQL làng Phước Tích tỉnh Thừa Thiên Huế gồm 7 thành viên, ban đã phát hành quy chế với những người dân làm dịch vụ du lịch. Cụ thể, quy chế về việc cung cấp dịch vụ của (1) nhóm HDV địa phương, nhóm tiếp nhận tham quan nhà cổ, (2) nhóm Gốm, (3) nhóm Ẩm thực, có thể hiện quy chế phân chia lợi ích. Tỷ lệ phân chia lợi ích ở làng Phước Tích như sau: bên cung cấp dịch vụ (người dân) nhận 70%, BQL 10%, phí môi trường 10%, thuế 10%.

(2) Dịch vụ du lịch

Dịch vụ du lịch có nghĩa là cùng với sự giới thiệu nội dung dịch vụ, người dân còn cung cấp dịch vụ chất lượng cao khi du khách thực tế đến tham quan nông thôn.

F. Sự chuẩn bị cung cấp dịch vụ bởi người dân: người dân và các nhóm người dân xác nhận nội dung dịch vụ cung cấp cho du khách, rồi tự họ chuẩn bị tiếp nhận, chuẩn bị một số trang thiết bị quy mô nhỏ phục vụ sự tiếp nhận ấy với chất lượng cao.

G. Cung cấp thông tin cho du khách: thiết lập giá cả dịch vụ du lịch, giải thích nội dung dịch vụ du lịch, chuẩn bị chương trình, tuyến đường du lịch, chuẩn bị bản đồ du lịch v.v

Ví dụ minh họa 1: Thiết lập giá chương trình du lịch

Trường hợp làng Thanh Toàn, tỉnh Thừa Thiên Huế thì đã hợp rất nhiều lần với các công ty du lịch để định giá dịch vụ do người dân cung cấp, và đã chính thức bắt đầu dịch vụ. Giá dịch vụ được thiết lập theo cách có lợi cho khách đoàn, nghĩa là giá thay đổi theo số lượng du khách tiếp nhận. Ngoài ra, du khách sẽ hiểu rõ hơn về nội dung dịch vụ du lịch nếu ta chuẩn bị thêm một công cụ như hình ảnh v.v.

Ví dụ minh họa 2: Tuyến du lịch và bản đồ du lịch

Về tuyến đường du lịch, bạn hãy lập danh sách các điểm tham quan trong làng, tưởng tượng như đang cùng du khách đi tham quan thực tế để bố trí thời gian. Về bản đồ du lịch, hãy giới thiệu lên bản đồ thật nhiều thông tin sao cho có thể đáp ứng được đa dạng nhu cầu tour của du khách, sao cho các công ty du lịch dựa vào các thông tin cung cấp đó để thiết kế chương trình tour là đạt yêu cầu.

(3) Lòng hiếu khách

Lòng hiếu khách là sự tiếp nhận ấm áp để mang lại cảm giác được nông thôn nhiệt tâm chào đón cho du khách.

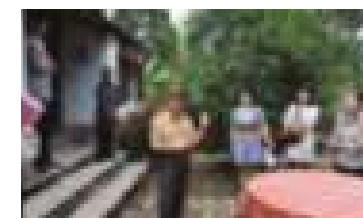
H. Đào tạo HDV địa phương: người địa phương biết rõ địa phương nhất, nên rất cần thiết đào tạo hướng dẫn viên địa phương để họ có thể quảng bá thông tin du lịch địa phương ra bên ngoài.

I. Xây dựng môi trường có thể an tâm tham quan: là sự đối xử, thái độ tiếp đón ấm áp du khách của người dân cung cấp dịch vụ du lịch và của những người dân khác.

J. Ngoại ngữ: đón tiếp, hướng dẫn bằng ngoại ngữ.

Giải thích cho phần minh họa

Đào tạo HDV địa phương không chỉ nâng cao chất lượng phục vụ du khách mà còn có hiệu quả trong việc truyền đạt thông tin phong phú của nông thôn cho du khách nữa vì người địa phương biết rõ địa phương nhất. Nếu mọi HDV địa phương đều có thể cung cấp thông tin một cách phong phú cho du khách, HDV của công ty du lịch đi cùng cũng lĩnh hội được thông tin, họ sẽ giới thiệu ra bên ngoài, và sẽ có thêm cơ hội thu hút du khách đến nông thôn.



2.6.2. Trang bị nền tảng tiếp nhận cứng - cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật tiếp đón khách

Trang bị cơ sở đón tiếp cứng gồm những mục trang bị dưới đây. Về đầu tư cơ sở hạ tầng thì cần lưu ý giải pháp vốn và quản lý bảo trì chủ yếu là chính quyền địa phương.

- A.** Cơ sở, thiết bị cung cấp thông tin du lịch: là sự trang bị các phương tiện cung cấp thông tin du lịch cho du khách đến tham quan như Trung tâm thông tin Du lịch (trung tâm hướng dẫn) có bố trí nhân viên, các bảng giới thiệu các điểm du lịch trong nông thôn, bảng hướng dẫn chung, bảng hướng dẫn tại các điểm tham quan v.v
- B.** Môi trường lưu lại an toàn, vệ sinh: xây dựng toilet vệ sinh (theo quyết định của Tổng cục Du lịch số 225/QĐ-TCĐL, 08/05/2012) và cung cấp nước sạch để du khách an tâm, thoải mái trong quá trình lưu lại của mình.
- C.** Trang bị nhà hàng và điểm nghỉ chân: là trang bị nhà hàng đáp ứng nhu cầu ăn uống của du khách và trang bị điểm dừng nghỉ chân (có bán đồ ăn nhẹ và nước uống).
- D.** Trang bị cơ sở lưu trú: là trang bị nơi lưu trú cho du khách muốn trải nghiệm cuộc sống nông thôn, đồng thời hoàn chỉnh trang thiết bị và dịch vụ đối với khách lưu trú.
- E.** Cải thiện việc đi lại: là trang bị đường xá, cầu cống v.v, cải thiện việc đi lại để đón du khách đến tham quan nông thôn. Ngoài ra, cần bố trí bảng hướng dẫn để du khách nhận biết điểm đến từ xa.
- F.** Bãi đỗ xe: là sự đảm bảo không gian đỗ xe cho xe máy, xe ô tô và xe bus cỡ lớn.

Ví dụ minh họa 1: Bảo tàng triển lãm múa rối nước và toilet vệ sinh tại tỉnh Hải Dương

Tại làng Bô Dương, xã Hồng Phong, tỉnh Hải Dương (sẽ giới thiệu tại điển hình 2) văn hóa múa rối còn lưu lại hiếm hoi trong làng, nhưng lại không có cơ sở vật chất để tiếp nhận du khách, và nhà vệ sinh cũng không đủ tiêu chuẩn sử dụng đối với người nước ngoài. Tại đây, một cơ sở quy mô nhỏ đã được xây dựng, bao gồm toilet hợp vệ sinh và bảo tàng trưng bày giới thiệu văn hóa và lịch sử múa rối nước, có không gian bán hàng lưu niệm. Một phần nhờ cơ sở này mà du khách đến tham quan làng Bô Dương, xã Hồng Phong có xu hướng tăng lên, độ an tâm của du khách cũng tăng lên.



Ví dụ minh họa 2: Trung tâm thông tin du lịch làng Phước Tích, tỉnh Thừa Thiên Huế

Tại làng Phước Tích (sẽ giới thiệu trong điển hình 3) sau khi được công nhận là Di sản văn hóa Quốc gia vào năm 2009, du khách đến Phước Tích tăng dần đáng kể, nhưng tiếp nhận du lịch hoàn toàn là do các hộ dân cá thể, du khách không có một cơ sở hay nhà vệ sinh nào có thể sử dụng mọi lúc. Từ đó, chúng tôi đã chỉnh trang lại một căn nhà cổ nằm ngay trung tâm làng, vốn là nhà không người ở, thành Trung tâm thông tin du lịch và toilet hợp vệ sinh. Hiện nay, du khách đến tham quan làng hầu như đều sử dụng Trung tâm này, họ có thể an tâm sử dụng toilet, góp phần làm cho cuộc tham quan thêm thoải mái, thú vị hơn.



Ví dụ minh họa 3: Biển báo hướng dẫn tại Cái Bè

Huyện Cái Bè, tỉnh Tiền Giang có tài nguyên du lịch trải rộng khắp khu vực. Vì thế, chúng tôi đã bố trí biển báo bằng hình ảnh để du khách có thể biết được cự ly đến các điểm mục đích. Nhờ các biển báo này mà các điểm tham quan nằm rải rác quanh làng đã được dễ dàng nhận biết hơn...



Ví dụ minh họa 4: Cơ sở hạ tầng giao thông tại huyện Cái Bè

Giao thông đường thủy là một thế mạnh du lịch của Cái Bè, tỉnh Tiền Giang, nên để nâng cấp mạng lưới giao thông sông nước tại địa phương này, chúng tôi đã xây dựng bến tàu, cầu đi bộ. Các cơ sở hạ tầng giao thông này có ý nghĩa cải thiện việc đi lại và thu hút thêm du khách.

**2.7. Bước 5: Xúc tiến và quảng bá****~Giới thiệu về nét quyến rũ của nông thôn~****Xúc tiến là gì?**

Xúc tiến là việc xây dựng chiến lược phải bán sản phẩm du lịch cho các đối tượng du khách và các công ty du lịch như thế nào. Xúc tiến trong du lịch nông thôn là chiến lược chốt lại những điểm muốn quảng bá và những nét hấp dẫn trong nông thôn, sau đó giới thiệu đến cho du khách và các công ty du lịch (khách hàng).

Quảng bá là gì?

Quảng bá là việc giới thiệu về nét hấp dẫn của du lịch nông thôn dựa trên chiến lược tiếp thị, thông qua nhiều công cụ khác nhau (Website, tạp chí, quảng cáo, sách hướng dẫn, sự kiện v.v). Liên tục quảng bá gắn liền với sự thu hút du khách bền vững, vì vậy hãy cân nhắc chi phí để xây dựng công cụ quảng bá, quảng cáo điểm du lịch nông thôn của mình.

Những điểm then chốt trong xúc tiến và quảng bá

Khi lập kế hoạch xúc tiến, trước hết hãy bắt đầu từ việc phân tích tình hình thị trường mà khu vực nông thôn của bạn hướng tới. Cẩm nang này áp dụng phương pháp phân tích SWOT thường được sử dụng để phân tích thị trường để giải thích tư tưởng và những điểm cần lưu ý khi xúc tiến du lịch nông thôn. Người ta cho rằng, cơ hội có thị trường sẽ được mở rộng khi ta biết phát huy điểm mạnh, khắc phục điểm yếu, biết cách nắm bắt các cơ hội bên ngoài. Ngoài ra, cần xem xét trước du khách mục tiêu của ta, chủ yếu là đối tượng khách nước ngoài, hay là đối tượng khách Việt Nam v.v. Dựa vào kết quả này mà sự trang bị khả năng tiếp nhận đã giải thích ở bước 4 cũng trở nên khác đi.

Quảng bá là giới thiệu chiến lược thu nhận được qua phân tích SWOT ra cho bên ngoài. Một điều cần lưu ý, các bên liên quan trong nông thôn cũng phải liên tục suy nghĩ phương pháp quảng bá. Trong quảng bá, không chỉ chính quyền và người dân địa phương mà phải liên kết một cách hiệu quả với các nguồn lực bên ngoài như công ty du lịch và giới truyền thông.

Phân tích SWOT là thủ pháp thường được sử dụng để phân tích thị trường, là phương pháp lập kế hoạch về cách thức, nội dung hành động để đạt được mục tiêu xúc tiến dựa trên sự đánh giá điểm mạnh (Strengths), điểm yếu (Weaknesses), cơ hội (Opportunities) và thách thức (Threats).

2.7.1. Lập kế hoạch xúc tiến

Từ bước 1-bước 4 đã giải thích về phát triển dịch vụ du lịch và khả năng tiếp nhận du lịch. Tuy nhiên, để thu hút du khách thì cần thêm kế hoạch xúc tiến được lập ra trên cơ sở cần nhắc đến nhu cầu của khách du lịch. Xúc tiến một điểm du lịch cần được thực hiện theo quan điểm giới thiệu những nét hấp dẫn của điểm du lịch cho ai, bằng cách nào, lượng du khách mục tiêu là khoảng bao nhiêu, xúc tiến bán dịch vụ bằng phương pháp nào v.v. Xin giải thích khái quát như sau:

(1) Xem lại những điểm mạnh, điểm yếu với tư cách là điểm du lịch nông thôn

Mỗi điểm du lịch nông thôn đều có những điểm hấp dẫn (điểm mạnh) riêng và những điểm cần cải thiện (điểm yếu) riêng. Cơ bản của xúc tiến là lập kế hoạch khuếch trương những điểm mạnh này đồng thời vừa cải thiện những điểm yếu.

(2) Thiết lập mục tiêu

Thiết lập mục tiêu là định ra tầng lớp khách du lịch trên thực tế muốn thu hút. Cơ bản thì tất cả các điểm du lịch đều có mục tiêu thu hút đối tượng khách du lịch mới, hoặc đảm bảo lượng khách quay trở lại trong số khách du lịch đã có, tuy nhiên, bạn nên gút đối tượng du khách muốn thu hút lại cụ thể hơn nữa từ các điều kiện như quốc tịch, giới tính, độ tuổi v.v. Ví dụ, những nông thôn gần thành phố thì xây dựng tour trải nghiệm nông thôn cho đối tượng thanh thiếu niên người Việt Nam, hoặc nếu là làng cổ thì có thể chọn đối tượng là lớp đứng tuổi người nước ngoài để họ có thể trải nghiệm sự khác biệt văn hóa v.v. Khi thiết lập mục tiêu thì có thể xem xét kế hoạch phải quảng bá thế nào để thu hoạch được mục tiêu đó.

(3) Thiết lập chỉ số mục tiêu

Chỉ số mục tiêu là con số về lượng khách du lịch bạn muốn đạt được. Khi thiết lập chỉ số mục tiêu thì phương châm quảng bá sẽ trở nên cụ thể hơn.

Chỉ số mục tiêu khác nhau tùy theo tình hình của từng nông thôn chứ không phải đơn giản du lịch đến tham quan càng đông thì càng thành công. Cần đặt mục tiêu với số lượng du khách thích hợp sao cho không phá vỡ môi trường vật lý, kinh tế, văn hóa xã hội cũng như ý thức của người dân trong nông thôn.

(4) Phương pháp thực hiện xúc tiến

Để xúc tiến đạt được mục tiêu còn cần các hoạt động quảng bá. Xin giải thích phương pháp và công cụ quảng bá trong phần “2.7.2. Phương pháp quảng bá”.

(5) Giới thiệu minh họa về lập kế hoạch xúc tiến du lịch nông thôn dựa vào phân tích SWOT

Giới thiệu phân tích SWOT như là một phương pháp phân tích điểm mạnh và điểm yếu của điểm du lịch nông thôn.

Phân tích SWOT là thủ pháp thường được sử dụng để phân tích thị trường, là phương pháp lập kế hoạch về cách thức, nội dung hành động để đạt được mục tiêu xúc tiến dựa trên sự đánh giá điểm mạnh (Strengths), điểm yếu (Weaknesses), cơ hội (Opportunities) và thách thức (Threats). Để minh họa, xin đưa ra hoạt động xúc tiến du lịch Cái Bè, tỉnh Tiền Giang bằng cách phân tích SWOT (sẽ giới thiệu trong điển hình 5, chương III). Điểm mạnh (Strengths), điểm yếu (Weaknesses), cơ hội (Opportunities) và thách thức (Threats) trong trường hợp này được thể hiện như trong bảng 2.7.1 sau.

Bảng 2.7.1. Minh họa về phân tích SWOT đối với Cái Bè, Tiền Giang

Những yếu tố bên trong	Điểm mạnh (Strength) Điểm then chốt: điểm mạnh ở đặc trưng tài nguyên du lịch địa phương. - Nét hấp dẫn của phong cảnh nông thôn và môi trường sông nước của vùng đồng bằng sông Mekong. - Những ngôi biệt thự phong cách Tây Âu có tính lịch sử nằm rải rác quanh làng. - Vườn cây ăn quả và các cơ sở sản xuất đặc sản địa phương cũng rất hấp dẫn.	Điểm yếu (Weakness) Điểm then chốt: những điểm yếu về triển khai thị trường, những điểm cần cải thiện. - Ý thức của người dân địa phương về du lịch chưa đủ. - Thiếu hướng dẫn viên địa phương. Chưa đủ môi trường an toàn, vệ sinh. - Ít cơ hội phát tín hiệu thông tin ra ngoài.
	Cơ hội (Opportunity) Điểm then chốt: những yếu tố bên ngoài nhìn từ nông thôn có thể trở thành cơ hội. - Du khách đến Mỹ Tho, Vĩnh Long từ thành phố Hồ Chí Minh rất nhiều. - Có thể quảng bá theo kiểu liên kết với các công ty du lịch. - Nhiều khách sạn tư nhân được xây dựng mở rộng khả năng tiếp nhận du khách.	Thách thức (Threat) Điểm then chốt: Yếu tố bên ngoài không thể kiểm soát được như thời tiết, chính trị v.v. - Dễ bị ảnh hưởng bởi thời tiết mưa gió vì sông ngòi bao bọc chung quanh.

Tiếp tục mở rộng SWOT này để tạo ma trận, như thế sẽ xuất hiện thành phần khớp nhau của mỗi yếu tố (bảng 2.7.2). Ví dụ, nếu khớp điểm mạnh và cơ hội với nhau thì có thể vận dụng các điểm mạnh ấy để nghĩ ra các chiến lược tích cực. Trường hợp Cái Bè thì có thể nghĩ ra kế hoạch kết hợp các cơ hội như “đang có các tour trọn gói đến điểm du lịch lân cận là Mỹ Tho”, “khách sạn mới được dựng lên nhiều” và điểm mạnh của làng. Ngoài ra, khu vực này được bao bọc bởi sông, giao thông bằng xe bất tiện, nhưng ngược lại giao thông bằng tàu thuyền lại thuận tiện. Nếu gia tăng tính an toàn thì có thể lập ra kế hoạch lấy chính việc giao thông bằng thuyền trên sông làm “giá trị bán ra” khác biệt so với các địa phương khác.

Bảng 2.7.2. Minh họa về phân tích SWOT và lập kế hoạch thị trường SWOT

Phân tích SWOT		Điểm mạnh (S)	Điểm yếu (W)
Cơ hội (O)	Du khách được gửi đến Mỹ Tho, Vĩnh Long từ thành phố HCM rất nhiều. Có thể liên kết với các công ty du lịch để quảng bá. Nhiều khách sạn tư nhân mọc lên, mở rộng khả năng tiếp nhận du khách.	Kế hoạch vận dụng điểm mạnh Kế hoạch vận dụng điểm mạnh Để bán phong cảnh nông thôn và sông Mekong thì phải bán vào tour trọn gói từ thành phố HCM, liên kết với các khách sạn.	Kế hoạch khắc phục điểm yếu - Phát tin hiệu về nét hấp dẫn của Du lịch ra bên ngoài thông qua Website. - Cùng với địa phương nâng cấp nền tảng tiếp nhận Du lịch.
	Dễ bị ảnh hưởng bởi thời tiết mưa gió vì sông ngòi bao bọc chung quanh.	Kế hoạch khác biệt hóa Gia tăng tính an toàn, lấy sự đi lại bằng tàu thuyền làm giá trị bán tour.	Kế hoạch bảo vệ khỏi rủi ro - Tại địa phương lập ra đối sách an toàn trong mùa mưa. - Quản lý nguy hiểm, lập đối sách an toàn khi di chuyển trên sông.

2.7.2. Phương pháp quảng bá

(1) Xây dựng khẩu hiệu tiếp thị, xây dựng thương hiệu du lịch nông thôn

Sáng tạo khẩu hiệu tiếp thị xây dựng hình ảnh cho điểm du lịch nông thôn trong các hoạt động quảng bá được khuyến khích như là một bước quảng bá du lịch nông thôn. Bạn sẽ dễ dàng tưởng tượng ra khẩu hiệu du lịch này nếu lấy phân tích SWOT như trong 2.7.1. làm khởi điểm. Ví dụ như trường hợp Cái Bè, nét hấp dẫn Du lịch của Cái Bè "hành trình thú vị với sông Mekong và nhà cổ" sẽ hiện lên trước mắt nếu vận dụng điểm mạnh. Trường hợp khác như Đường Lâm, Hà Nội, "Làng Đường Lâm thành phố Hà Nội" so với "ngôi làng cổ nhất Việt Nam: Làng Đường Lâm" hay "Làng Đường Lâm, nơi phong cảnh nông thôn và nhà cổ ngày xưa được lưu giữ" thì cảm giác muốn đi cho biết sẽ khác nhau. Đối với Thanh Toàn thì sẽ hiện lên chủ đề "Du lịch và trải nghiệm nông thôn".

Người ta cho rằng, hình ảnh về Du lịch nông thôn sẽ được cải thiện nhiều với việc nghĩ ra 1 câu khẩu hiệu chuyển tải tinh thần nông thôn như thế này. Bạn thể hiện chúng bắt mắt trên bản đồ du lịch, lên trang Web hay các hội chợ du lịch và biết đâu chúng sẽ trở thành duyên cớ cho nhiều du khách đến thăm nông thôn của bạn. Tiếp theo, nếu có thêm một tấm hình diễn giải một cách ấn tượng câu khẩu hiệu thì hiệu quả quảng cáo sẽ còn được nâng cao hơn.

(2) Xây dựng công cụ quảng bá

Sau khi định ra phương hướng quảng bá, khẩu hiệu tiếp thị thì tiếp theo sẽ là bước xây dựng công cụ quảng bá phù hợp với sản phẩm dịch vụ du lịch đã thiết kế được. Các công cụ quảng bá gồm các loại như mô tả trong bảng 2.7.3. Lưu ý trong công cụ quảng bá, đừng quên các thông tin dịch vụ du lịch tại nông thôn, các thông tin liên lạc để các công ty du lịch liên hệ đặt tour khi cần thiết.

Bảng 2.7.3. Phân loại và đặc trưng của các công cụ quảng bá

Tên phương tiện	Ví dụ cụ thể	Điểm mạnh	Điểm cần lưu ý
Truyền hình	Đưa tin, chuyên đề về du lịch nông thôn.	- Có thể truyền đạt đến đông đảo người dân Việt Nam. - Nhờ có hình ảnh và nội dung thuyết minh nên dễ dàng nắm rõ về điểm du lịch.	- Chi phí chương trình cao. - Tuổi thọ của thông tin ngắn. - Phải chú ý thông tin chính xác được chuyển tải khi thực hiện chương trình.
Báo	Phóng sự giới thiệu du lịch nông thôn, phóng sự về các vấn đề xã hội ở nông thôn v.v	- Đầu báo cũng như số lượng phát hành nhiều nên đông đảo người dân Việt Nam có thể đọc. - Tần suất phát hành cao nên có thể cung cấp thông tin tức thời.	- Tuổi thọ của thông tin ngắn. - Phải chú ý thông tin chính xác được chuyển tải khi thực hiện chương trình.
Tạp chí	Tạp chí Du lịch và các tạp chí do các công ty du lịch phụ trách.	- Có thể đưa tin phóng sự chuyên đề cho lớp đối tượng quan tâm đến du lịch. - Loại tạp chí nguyệt san thường được đọc giả lưu lại, nên tuổi thọ của thông tin cao.	- Số lượng phát hành giới hạn. - Tần suất phát hành thấp vì thế không nên đăng tải các thông tin có tính tức thời mà nên giới thiệu các thông tin có tính cố định.
Trang Web	- Trang Web giới thiệu điểm du lịch do các cơ quan hành chính du lịch phụ trách. - Trang Web giới thiệu điểm du lịch do các công ty du lịch phụ trách.	- Có thể truyền đạt đến đông đảo người dân. - Có thể giới thiệu các thông tin tức thời liên quan trực tiếp đến du lịch như hình ảnh, bài viết, các thông tin tour v.v.	- Tổn chi phí chế tác và duy trì. - Đòi hỏi phải cập nhật thông tin thường xuyên. - Nếu không có máy tính và điện thoại thông minh thì không kết nối được.

Tên phương tiện	Ví dụ cụ thể	Điểm mạnh	Điểm cần lưu ý
Mạng xã hội	Lập trang riêng cho điểm du lịch trên Facebook v.v	- Không tốn chi phí mà vẫn chuyển tải rộng rãi, nhanh chóng, sống động các thông tin du lịch. - Thông tin được truyền miệng rộng rãi.	- Mọi người đều có thể viết bài nên có trường hợp giảm độ tin cậy của thông tin. - Nếu không có máy tính và điện thoại thông minh thì không kết nối được.
Biển báo	Đặt biển báo giới thiệu điểm du lịch.	- Nếu đặt biển báo tại địa điểm bắt mắt thì chi phí thấp mà vẫn đạt hiệu quả quảng cáo.	- Chọn địa điểm đặt biển báo, ngoài ra cần PR súc tích, hiệu quả vì diện tích biển báo có hạn.
Tờ rơi, bản đồ du lịch	Giới thiệu tour du lịch v.v	- Có thể giới thiệu chính xác các thông tin tour, giá cả, cách tiếp cận v.v	- Cần hợp tác với chủ thể phát hành (công ty du lịch)
Tham gia các hội chợ du lịch	Tham gia hội chợ du lịch Việt Nam, hội chợ OVOP v.v	- Hiệu quả PR trực tiếp đến nhóm đối tượng có quan tâm đến du lịch rất cao. Có khả năng kết hợp kinh doanh ví dụ như kết hợp xây dựng tour với các đối tác khác v.v.	- Tốn chi phí tham gia gian hàng. - Cần chuẩn bị công cụ PR (tờ rơi, hình ảnh v.v) để trưng bày và để phát.
Tổ chức các sự kiện tại địa phương	Lễ hội truyền thống v.v	- Đạt hiệu quả thu hút du khách và lợi ích tạo sinh khí cho địa phương.	- Cần chú ý để không gây ảnh hưởng xấu đến văn hóa truyền thống.

Bảng 2.7.3. Giới thiệu các công cụ quảng bá chủ yếu cho du khách nội địa. Đối với du khách quốc tế thì cần dịch trang Web và các ấn phẩm sang tiếng nước ngoài và PR điểm du lịch nông thôn bằng cách gửi thông tin ra thị trường du lịch quốc tế và tham gia gian hàng tại các hội chợ du lịch được tổ chức ở nước ngoài.

(3) Quảng bá bằng cách liên kết với các công ty du lịch, tổ chức FAM tour

Du khách khó có thể tự tham quan một mình do đi lại phức tạp và trở ngại ngôn ngữ, nên để xúc tiến du lịch nông thôn thì hiệu quả nhất là liên kết với các công ty du lịch để được gửi khách. Đương nhiên cũng có nhiều nơi du khách trong nước Việt Nam có thể tự đến tham quan bằng phương tiện riêng, nhưng khi du lịch mới bắt đầu thì nên có sự hỗ trợ của các công ty du lịch thì hoạt động xúc tiến du lịch sẽ được trôi chảy hơn đối với cả du khách người Việt Nam.

Để quảng bá đến các công ty du lịch thì tổ chức FAM tour (Familiarity Tour-tour tham quan dành cho các đối tượng liên quan trong giới du lịch để giới thiệu với họ về một điểm du lịch mới) là phương pháp hiệu quả nhất. Vì không có gì truyền đạt thông tin nông thôn rõ hơn việc mời đối tượng tham quan, trải nghiệm thực tế.

Tuy nhiên, nếu tổ chức FAM tour trong điều kiện khả năng tiếp nhận du lịch chưa đầy đủ thì trái lại ấn tượng về điểm du lịch sẽ bị xấu đi. Để khắc phục điều này, thay vì tổ chức FAM tour thông thường, bạn hãy tổ chức một dạng “tour tập huấn”, mời thị sát điểm du lịch mới phát triển và xin nhận xét, ý kiến để cải thiện. Đối với các công ty du lịch, họ có lý do để quan tâm đến việc phát triển điểm du lịch mới trong tương lai, nên có thể kỳ vọng ở họ những nhận xét đánh giá rất chân thành.

Ngoài ra, trước khi thực hiện FAM tour, hãy quyết định trước tuyển tham quan mẫu, chuẩn bị nội dung diễn giải cho hướng dẫn viên, giá cả các dịch vụ du lịch, để có thể giới thiệu một cách chắc chắn cho các công ty du lịch, trong trường hợp họ hỏi đến trong ngày FAM tour chính thức. Sau FAM tour cần có thời gian để nghe nhận xét đánh giá để cải thiện điểm du lịch từ các công ty du lịch. Lúc này, phát phiếu điều tra hay tổ chức một cuộc họp ngắn để nghe trực tiếp đều đáng làm.

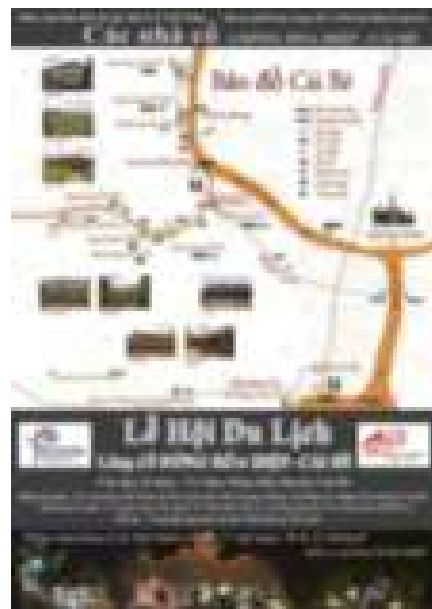
Nhân viên của ban quản lý du lịch tiếp đón các công ty du lịch tham gia FAM tour



(4) Quảng bá bằng cách tổ chức các sự kiện lễ hội

Hầu như mọi nông thôn Việt Nam đều tổ chức các lễ hội truyền thống của địa phương mình. Lễ cúng vị anh hùng địa phương, lễ cầu bội thu khi thu hoạch, lễ tế giao mùa v.v. Bạn có thể sử dụng các dịp này để xúc tiến du lịch. Tổ chức các chương trình du lịch nông thôn kết hợp với lễ hội để thu hút du khách, đây cũng là cách để quảng bá địa phương.

Có nhiều lợi ích khi tổ chức các sự kiện, lễ hội. Thứ nhất, cơ quan quản lý du lịch và người dân cùng nhau tổ chức sự kiện, nên sinh ra tính nhất quán trong xúc tiến du lịch địa phương. Thứ hai, qua tin tức của các cơ quan truyền thông, nông thôn được biết đến nhiều hơn, là cơ hội để phát tín hiệu lễ hội truyền thống và du lịch địa phương ra bên ngoài. Ngoài ra, nếu bạn kết tổ chức FAM tour dành cho giới du lịch như nói trên với lễ hội thì nét hấp dẫn của nông thôn càng dễ được quảng bá hơn. Cuối cùng, hãy tổ chức các lễ hội hướng đến du lịch một cách định kỳ để các công ty du lịch dễ dàng đưa vào chương trình tour của họ. Mặt khác, lễ hội tại nông thôn thông thường được tổ chức cho người dân trong nông thôn đó, nên việc dùng lễ hội để mời gọi du khách có thể làm thay đổi, gây ảnh hưởng không tốt cho văn hóa và truyền thống. Vì thế hãy lưu ý chu đáo đến bảo tồn truyền thống và văn hóa khi vận dụng lễ hội vào du lịch.



Poster lễ hội du lịch tại nông thôn



Du khách cũng rất hứng thú với lễ hội truyền thống

Hội chợ nghề truyền thống tổ chức cùng với lễ hội sẽ trở thành cơ hội bán sản phẩm cho người dân



2.8. Bước 6: Kiểm soát và quản lý

~Kiểm soát, đánh giá tình hình du lịch nông thôn~

Kiểm soát là gì?

Kiểm soát là dựa trên các chỉ số và dấu mốc để kiểm tra xem tình hình, tiến độ của kế hoạch và mục tiêu đã thiết lập. Ví dụ, việc nắm được sự thay đổi về số lượng du khách và độ thỏa mãn của du khách có liên quan chặt chẽ đến việc quyết định có cần thiết lập thêm các phương án cải thiện mới hay không v.v. Chỉ số là dấu hiệu đo mức độ đạt được của kế hoạch và mục tiêu, trong du lịch, chỉ số thông thường là số du khách đến tham quan, số ngày lưu trú, tiêu dùng du lịch v.v. Kiểm soát là đánh giá trạng thái trên tiêu chuẩn chỉ số, vì thế việc thiết lập chỉ số cũng rất quan trọng.

Các điểm then chốt khi kiểm soát

Khi xúc tiến quảng bá thành công thì bắt đầu có hiện tượng du khách đến tham quan đông dần. Quá trình kiểm soát gồm lập kế hoạch xem sẽ kiểm soát dựa trên mục đích gì, thu thập dữ liệu gì, phân tích để xem xét lại kế hoạch hoạt động sắp tới, 3 bước cụ thể như sau:

1. Lập kế hoạch

- Quyết định hạng mục kiểm soát
- Quyết định chỉ số

2. Thu thập dữ liệu

- Thu thập dữ liệu thông qua điều tra bằng bảng hỏi, phỏng vấn
- Thu thập dữ liệu về số lượng du khách v.v

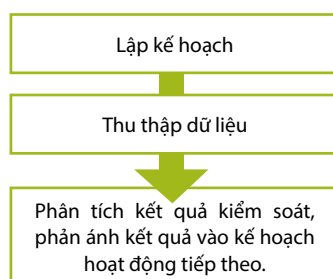
3. Phân tích kết quả kiểm soát, đưa ra phương án hoạt động tiếp theo

- Phân tích dữ liệu, phản ánh kết quả vào các hoạt động tiếp theo.

Tham khảo: "A Toolkit for Monitoring and Managing Community-Based Tourism (www.snvworld.org)", do SNV Việt Nam biên tập tháng 12/2007.

2.8.1. Các bước kiểm soát

Quá trình kiểm soát, nếu tóm lại một cách ngắn gọn thì gồm 3 bước: 1. Lập kế hoạch, 2. Thu thập dữ liệu, 3. Phân tích kết quả kiểm soát, phản ánh kết quả vào kế hoạch hoạt động tiếp theo.



Sơ đồ 2.8.1. Các bước kiểm soát

2.8.2. Kế hoạch kiểm soát

Khuyến khích bạn lập kế hoạch cho cả việc kiểm soát. Cũng có trường hợp việc kiểm soát do người ngoài thực hiện, nhưng cuối cùng cơ quan quản lý du lịch và những người làm du lịch trong cộng đồng vẫn nên nắm tình hình du lịch nông thôn mình, vì thế cần lập kế hoạch kiểm soát đơn giản, dễ hiểu.

Bạn sẽ quyết định nội dung khung kế hoạch kiểm soát bao gồm: Hạng mục nào sẽ là đối tượng? Lấy gì làm chỉ số? Ai sẽ phụ trách kiểm soát? v.v

(1) Quyết định hạng mục kiểm soát

Trước hết cần xem xét hạng mục đối tượng kiểm soát. Hạng mục kiểm soát thường là các dữ liệu bằng số như số lượng du khách (dữ liệu định lượng) và dữ liệu không tính được bằng số như độ hài lòng của du khách (dữ liệu định tính). Các hạng mục kiểm soát được quyết định dựa trên tình hình du lịch nông thôn và đối tượng muốn đánh giá của bạn. Có khi kiểm soát với mục đích nắm lượng du khách và khuynh hướng thị trường, cũng có khi mục đích kiểm soát là để biết được độ hài lòng cũng như nhu cầu của du khách. Ngoài ra còn có kiểm soát để có các dữ liệu kinh tế như tính toán thu nhập từ du lịch và việc phân bổ chúng cho cộng đồng, từ đó xem xét tình hình, đặc biệt là việc phân bổ lợi nhuận du lịch. Hãy quyết định hạng mục kiểm soát tương ứng với nội dung mà bạn muốn tìm hiểu. Kiểm soát không chỉ là phân tích dữ liệu lấy từ người bên ngoài, mà cộng đồng cung cấp dịch vụ du lịch cũng là đối tượng giám sát. Ví dụ, độ hài lòng, mong muốn tham gia, lợi ích kinh tế của cộng đồng khi tham gia dịch vụ du lịch. Có thể nói rằng, dựa vào các hạng mục này thì có thể nhìn thấy được tình hình của điểm du lịch.

Bảng 2.8.1. Minh họa về các hạng mục kiểm soát

Đối tượng	Phân loại	Hạng mục kiểm soát
Kiểm soát đối với du khách (để đánh giá điểm du lịch từ nguyên nhân bên ngoài)	Dữ liệu định lượng	Dữ liệu số (nắm số lượng du khách, số lượng theo quốc gia, theo tháng, chỉ tiêu Du lịch)
	Dữ liệu định tính	Dữ liệu về độ hài lòng (độ hài lòng của du khách v.v.)
Chủ thể thực hiện (BQL v.v)	Dữ liệu định tính	Tình hình thực hiện kế hoạch điều hành Lợi ích từ chi phí quản lý (thu nhập)
Kiểm soát người trong nội bộ (cộng đồng) để đánh giá điểm du lịch từ nguyên nhân bên trong)	Dữ liệu định lượng	Dữ liệu về lợi ích của cộng đồng (nắm số lượng du khách, tổng bán ra, tình hình tuyển dụng, điều tra thu nhập)
	Dữ liệu định tính	Độ hài lòng của cộng đồng đối với du khách, độ hài lòng khi tham gia các kế hoạch du lịch

(2) Quyết định chỉ số kiểm soát

Chỉ số là con số được thiết lập ứng với mục tiêu bạn muốn du lịch nông thôn đạt đến. Ví dụ, khi bạn nêu ra các con số mục tiêu cụ thể như dưới đây thì bạn dễ dàng biết ngay có đạt được mục tiêu hay không.

Bảng 2.8.2. Minh họa về hạng mục chỉ số

Hạng mục chỉ số	Chỉ số
Dữ liệu số (nắm số lượng du khách, theo quốc tịch, theo từng tháng, chỉ tiêu du lịch)	Ví dụ) Số lượng du khách 1 tháng vượt 000 người.
Dữ liệu độ hài lòng (độ hài lòng của du khách v.v)	Ví dụ) 00% du khách hài lòng với chất lượng dịch vụ du lịch. 00% du khách trả lời muốn quay lại nông thôn.
Dữ liệu lợi ích trong cộng đồng (nắm số lượng du khách, doanh số, tình hình tuyển dụng, khảo sát thu nhập)	Ví dụ) Lợi ích từ du lịch trong từng hộ gia đình vượt 000VND. 00 người được tuyển dụng vào các ngành nghề liên quan đến du lịch.
Độ hài lòng về du khách, độ hài lòng khi tham gia các kế hoạch du lịch của cộng đồng	Ví dụ) 00 hộ hài lòng vì đã tham gia các hoạt động du lịch. 00 hộ có nguyện vọng từ nay tham gia du lịch.

(3) Quyết định người thực hiện và kỳ hạn thực hiện

Khi lập kế hoạch kiểm soát, cần quyết định ai sẽ thực hiện giám sát, nghĩa là định người phụ trách kiểm soát. Nhìn chung thì chọn Ban quản lý du lịch và các nhóm cộng đồng quản lý du lịch đã giải thích ở bước 2 phụ trách là thích hợp nhất.

Ngoài ra cũng cần thiết lập thời điểm kiểm soát nữa. Đối với số lượng du khách thì có thể xác định dựa trên số vé bán ra, số lượng đặt dịch vụ v.v nên cần cần nhắc cơ chế sao cho có thể lấy dữ liệu thường xuyên, nhưng đối với các dữ liệu định tính thì cần thu thập bằng phiếu điều tra, thế nên cần phải có kế hoạch thực hiện. Bên cạnh kế hoạch thời gian, bạn nhớ tính toán tần suất thực hiện như mỗi kỳ một lần hay nửa năm một lần v.v.

2.8.3. Thu thập dữ liệu kiểm soát

Thu thập dữ liệu kiểm soát là tập hợp dữ liệu cần thiết để kiểm soát trên thực tế. Phương pháp điều tra trực tiếp bằng phiếu điều tra, phỏng vấn v.v hoặc nắm từ số lượng vé bán ra cho du khách, số lần nhận đặt trước chương trình du lịch.

Ở Việt Nam, nhiều địa phương có trường hợp đặt sổ lưu bút du khách (Visitor book, sổ lưu niệm nhận xét và ý kiến của du khách), nên việc kết hợp sổ lưu bút này với một bảng hỏi đơn giản yêu cầu du khách trả lời cũng là một phương án hay. Ví dụ, với bảng hỏi như sau, nếu các hạng mục được bao gồm hết thì có thể phân tích một cách rất hiệu quả tất cả các hạng mục kiểm soát muốn nắm.

Bảng 2.8.3. Minh họa tham khảo phiếu điều tra du khách

1. Họ tên, tuổi (để phân tích thị trường)
2. Số ngày lưu trú, mục đích lưu trú
3. Biết thông tin làng từ đâu? (Web, Guidebook, Công ty du lịch v.v)
4. Phương tiện giao thông
5. Đánh giá về du lịch nông thôn
6. Những nơi đã tham quan, các chương trình, dịch vụ đã trải nghiệm
7. Nơi nào, chương trình nào, dịch vụ nào tốt
8. Nơi nào, chương trình nào, dịch vụ nào cần cải thiện
9. Có muốn đến tham quan nông thôn này nữa không.

Để biết ý thức và độ hài lòng của cộng đồng khi tham gia du lịch, mong muốn của họ đối với các kế hoạch du lịch trong tương lai, chúng ta cũng phải áp dụng các phương pháp như sử dụng phiếu điều tra, thăm từng hộ dân để phỏng vấn.

Bảng 2.8.4. Minh họa tham khảo phiếu điều tra cộng đồng

1. Họ tên, tuổi, giới tính
2. Loại chương trình du lịch đang cung cấp
3. Số lần tiếp nhận du khách (chuẩn bị phiếu trả lời theo tháng)
4. Sự thay đổi doanh số du lịch
5. Phương pháp nhận yêu cầu dịch vụ từ du khách hoặc từ công ty du lịch
6. Điểm hài lòng
7. Tình hình cần cải thiện

2.8.4. Phân tích kết quả kiểm soát và phản hồi vào các kế hoạch về sau

Khi thu thập xong dữ liệu kiểm soát, hãy phân tích chúng và bàn bạc với nhau xem sau này sẽ ứng dụng như thế nào. Chúng ta có thiết lập các chỉ số trong quá trình kiểm soát, nên việc các chỉ số đã thiết lập này có đạt được hay không chính là tiêu chuẩn phán đoán quyết định cải thiện sau này hoặc thêm các nội dung hoạt động mới. Phương pháp phân tích và phản hồi gồm các bước như sau:

(1) Đưa ra kết quả điều tra kiểm soát, phân tích

Trước hết là chia sẻ cho các bên liên quan kết quả lấy được từ việc thu thập dữ liệu. Trên cơ sở đó xác nhận lại mục tiêu nào đạt, mục tiêu nào đạt nhưng ở mức độ thấp. Lưu ý là không đơn thuần chỉ là đạt hay không đạt mà còn phải đánh giá đạt được bao nhiêu, hết sức cẩn thận nắm bắt khuynh hướng thay đổi số lượng du khách.

(2) Bàn bạc về kết quả điều tra

Tốt hơn nên tổ chức dịp để những người liên quan trong chính quyền, các tổ chức quản lý du lịch, đại diện cộng đồng bàn bạc với nhau về kết quả điều tra. Đặc biệt, hãy bàn sâu về bối cảnh, nguyên nhân sinh ra kết quả các chỉ số, các nguyên nhân kìm hãm đạt chỉ số, như thế chúng ta có thể định ra được đối sách giải quyết. Cái lợi của việc mời cộng đồng tham gia vào bàn luận kết quả điều tra là giúp hình thành ý thức chính họ là chủ thể cải thiện tình hình.

(3) Dựa trên tình hình thảo luận để đưa ra chương trình hành động về sau

Sau khi bàn bạc về những kết quả giám sát, tiếp đến là xem xét phương pháp giải quyết và kế hoạch hành động cụ thể. Đối tượng của phương pháp giải quyết và kế hoạch hành động là kế hoạch quản lý du lịch, phương pháp quảng bá, chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch, nền tảng tiếp nhận v.v như đã giải thích trong bước 1-5. Khả năng một trong các bước đó còn yếu hoặc cần cải thiện là rất cao, nên phải nhìn lại bước 1-5 một lần nữa, quay lại bước cần cải thiện, cần nhắc phương án cải thiện cụ thể. Không phải đơn giản là trở lại bước trước đó là đủ để cải thiện, mà có khi đòi hỏi phải có các kế hoạch hoạt động hướng về phía trước như phát triển sản phẩm, dịch vụ du lịch mới, thiết lập chế độ mới v.v.

Ngoài ra, nếu như kiểm soát không được trôi chảy khiến bạn không lấy được dữ liệu như dự định, bạn hãy quay về kế hoạch kiểm soát, thực hiện lại từ đầu với các hạng mục đối tượng kiểm soát để lấy dữ liệu hơn.

2.8.5. Vận dụng kết quả kiểm soát để phân tích vòng đời của điểm du lịch

Bảng “2.1.1. Định nghĩa chu kỳ phát triển du lịch” trong phần “2.1. Chu kỳ phát triển du lịch nông thôn” đã giới thiệu chu kỳ phát triển của một điểm du lịch. Ở nông thôn cũng vậy, cũng có trường hợp khi điểm du lịch càng được phát triển thì không chỉ lượng du khách gia tăng, mà hoạt động kinh doanh du lịch cũng trở nên chuyên nghiệp hóa hơn, thu hút nhiều ngành nghề có vốn đầu tư nước ngoài hơn. Tuy nhiên, nếu đối ứng sai thì cũng có thể phải đón nhận thời kỳ du lịch suy thoái. Trong trường hợp đó, các bạn hãy kiểm tra lại vòng đời của một điểm du lịch, xác nhận lại một cách thích hợp tình hình điểm du lịch của chính mình trên quan điểm phát triển điểm du lịch bền vững.

Thêm một điểm quan trọng nữa khi thu thập dữ liệu- phân tích kết quả kiểm soát, đó là qua phân tích các chỉ số, yêu cầu bạn phải lý giải được điểm du lịch đối tượng đang ở trong trạng thái nào. Ngoài ra, nếu lượng du khách giảm, bạn hãy nghĩ đến trường hợp sự hấp dẫn của bản thân sản phẩm du lịch đã giảm sút và cả lý do có một điểm du lịch thú vị nào đó khác vừa mới xuất hiện nữa.

Những người có liên quan trong nông thôn sẽ cùng phân tích nguyên nhân phát triển cũng như suy thoái của điểm du lịch, đồng thời xin lời khuyên từ các công ty du lịch, đơn vị thường xuyên tiếp xúc với thị trường du lịch cũng hết sức hiệu quả trong giai đoạn này.

Chương III: Một số điển hình thực tế phát triển du lịch nông thôn

3.1. Khái quát về các điển hình thực tế phát triển du lịch nông thôn

3.1.1. Các địa phương điển hình

Chương III giới thiệu điển hình một số dự án phát triển du lịch nông thôn đã thực hiện tại Việt Nam. Đặc biệt, ở mỗi điển hình đều có đánh dấu quy trình phát triển từ “Bước 1” đến “Bước 6” để giúp quý độc giả dễ nhận ra sự liên quan với 6 bước phát triển du lịch nông thôn đã giới thiệu trong chương II và xem chúng đã được áp dụng tại các địa phương như thế nào. Bên cạnh đó, mỗi điển hình đều có đặc trưng tài nguyên du lịch khác nhau, các giai đoạn phát triển du lịch và thời gian thực hiện dự án cũng khác nhau, giúp các bạn nhìn thấy nhiều ý tưởng và phương pháp phát triển du lịch nông thôn tương ứng với nhiều tình hình khác nhau.

Bảng 3.1.1. Các địa phương điển hình

	Tên nông thôn	Những điểm chính trong điển hình
1	Làng Đường Lâm, Hà Nội	Đường Lâm là ngôi làng có đặc trưng về tài nguyên Di sản Văn hóa. Điển hình Đường Lâm giới thiệu phương pháp xây dựng kế hoạch du lịch trên cơ sở bảo tồn làng cổ, phương pháp xây dựng dịch vụ du lịch vận dụng nhà cổ và phương pháp phát triển hàng đặc sản địa phương.
2	Làng Bồ Dương, xã Hồng Phong, tỉnh Hải Dương	Hồng Phong là ngôi làng còn lưu giữ Văn hóa phi vật thể là nghệ thuật Múa rối nước. Làng Hồng Phong đã được xây dựng nhà trưng bày bao gồm nhà vệ sinh, nên điển hình này giới thiệu phương pháp trang bị cơ sở và kiểm chứng hiệu quả của nó.
3	Làng Phước Tích, tỉnh Thừa Thiên Huế	Phước Tích là ngôi làng có nghề Gốm truyền thống và quần thể nhà cổ có giá trị. Điển hình Phước Tích trình bày quá trình tập huấn và xây dựng chương trình du lịch với mục tiêu khôi phục nghề Gốm truyền thống dựa vào du lịch.
4	Làng Thanh Toàn, tỉnh Thừa Thiên Huế	Làng Thanh Toàn có cầu Ngói Thanh Toàn, nên được rất nhiều du khách đến tham quan. Tuy nhiên lợi ích từ du lịch không được phân bổ hợp lý cho địa phương. Điển hình Thanh Toàn giới thiệu phương pháp cải thiện cơ chế du lịch trên cơ sở đồng lòng của chính quyền và người dân địa phương.
5	Làng Đông Hòa Hiệp, tỉnh Tiền Giang	Làng Đông Hòa Hiệp có đặc trưng là môi trường thiên nhiên của khu vực Mekong và quần thể nhà cổ bao gồm các biệt thự phong cách kiến trúc Tây Âu. Điển hình này giới thiệu quá trình trang bị cơ sở hạ tầng du lịch và cách thức xây dựng điểm du lịch vận dụng đặc tính sông ngòi.
6	Làng dân tộc Cơ tu, huyện Nam Giang, tỉnh Quảng Nam	Là ngôi làng ở miền Trung Việt Nam, có dân tộc Cơ tu sinh sống. Điển hình này giới thiệu nỗ lực bảo tồn văn hóa dân tộc Cơ tu, nâng cao sinh kế người dân dựa vào du lịch.
7	Phát triển du lịch tại làng nghề truyền thống thuộc tỉnh Bắc Ninh	Giới thiệu điển hình phát triển du lịch đã thực hiện tại 3 làng nghề truyền thống Phù Lãng, Diên Thọ và Hoa Long tỉnh Bắc Ninh và những bài học kinh nghiệm rút ra từ quá trình phát triển tại 3 làng nghề truyền thống này.

3.1.2. Vị trí của các địa phương điển hình



ĐIỂM HÌNH THỰC TẾ 1: LÀNG ĐƯỜNG LÂM THÀNH PHỐ HÀ NỘI

PHÁT TRIỂN DU LỊCH
NÔNG THÔN VỚI DI
SẢN VĂN HÓA VÀ LỐI
SỐNG SINH HOẠT
TRUYỀN THỐNG



3.2. Điểm hình thực tế 1: làng Đường Lâm thành phố Hà Nội

3.2.1. Khái quát làng Đường Lâm

Làng Đường Lâm nằm cách trung tâm thành phố Hà Nội 50km về phía Tây, thuộc lưu vực sông Hồng. Với việc phát triển nông nghiệp lúa nước từ lâu đời, Đường Lâm mang những nét tiêu biểu của vùng nông thôn Bắc bộ với hình ảnh “cây đa - giếng nước - sân đình” còn được lưu giữ đến ngày nay. Không chỉ được biết đến là “làng cổ tiêu biểu của Việt Nam”, Đường Lâm còn được mệnh danh “một ấp hai vua” – mảnh đất sinh ra vua Ngô Quyền và vua Phùng Hưng. Tháng 11/2005, tổng thể làng Đường Lâm đã được công nhận là Di sản Văn hóa Quốc gia.

Việc bảo tồn và phát triển làng Đường Lâm bắt đầu từ năm 2002. Trải qua hơn 10 năm hoạt động, hệ thống quản lý du lịch đang từng bước được cải thiện. Hiện tại, nhiều chương trình du lịch đã được xây dựng tại làng Đường Lâm như dịch vụ hướng dẫn viên du lịch địa phương, dịch vụ ẩm thực tại nhà hàng nông gia, dịch vụ lưu trú, tham quan nghề truyền thống, mua sản vật truyền thống (quà lưu niệm), dịch vụ chụp ảnh tại nhà cổ v.v...

3.2.2. Những điểm chính trong điểm hình Đường Lâm

Trong điểm hình nghiên cứu này, xin giới thiệu quá trình bảo tồn giá trị truyền thống và phát triển du lịch tại làng Đường Lâm. Đặc biệt, sẽ tập trung vào mối quan hệ giữa bảo tồn di sản văn hóa và phát triển du lịch và sự liên kết với người dân để phân tích quá trình phát triển du lịch nông thôn.

Cơ hội phát triển du lịch Đường Lâm được bắt nguồn từ việc làng Đường Lâm nhận danh hiệu Di sản Văn hóa cấp Quốc gia vào năm 2005. Sau khi làng được danh hiệu này, lượng khách du lịch đến tham quan bắt đầu tăng lên, xuất hiện một số hộ dân có mong muốn cung cấp dịch vụ phục vụ khách du lịch và những biểu hiện làm du lịch tự phát, mạnh mẽ. Trong khi đó, tài nguyên du lịch giá trị nhất của làng Đường Lâm là các di sản văn hóa đã được công nhận và lối sống của cư dân địa phương. Do đó, ngay khi mới bắt đầu phát triển du lịch đòi hỏi phải có sự nhận thức đầy đủ của người dân và cơ chế quản lý bảo tồn di sản văn hóa hợp lý. Vì vậy, tại làng Đường Lâm, các cuộc khảo sát khoa học về cộng đồng, thành lập Ban Quản lý trong chính quyền, ban hành quy chế và kế hoạch quản lý v.v... đã được thực hiện trước khi phát triển du lịch. Sau đó, một số chương trình du lịch tham quan các di sản văn hóa có giá trị được bắt đầu, các dịch vụ du lịch của cộng đồng địa phương cũng phát triển theo. Tôi xin trình bày trong điểm hình một cách trình tự tất cả quá trình này.

Bước 1**3.2.3. Phương pháp và quá trình phát triển du lịch nông thôn tại làng Đường Lâm****3.2.3.1. Khảo sát làng Đường Lâm và lập kế hoạch bảo tồn, kế hoạch xây dựng làng du lịch**

(Từ năm 2002 đến năm 2004)

Hoạt động đầu tiên được tiến hành tại làng Đường Lâm là khảo sát toàn bộ làng. Vào năm 2002, một cuộc khảo sát các hộ gia đình đã được thực hiện tại tỉnh Hà Tây cũ (nay trực thuộc thành phố Hà Nội) để định vị làng Đường Lâm trên phạm vi toàn khu vực. Tiếp theo, từ năm 2003 đến năm 2004 tiến hành khảo sát bảo tồn làng Đường Lâm. Khảo sát bảo tồn làng đã tiến hành xây dựng bản đồ cơ bản, lập danh sách các công trình kiến trúc, khảo sát cơ cấu làng, khảo sát các làng xung quanh, khảo sát các công trình kiến trúc riêng biệt, điều tra về lối sống, về ý thức sinh hoạt, về xã hội, lễ tế, điều tra về văn hóa ẩm thực, trang phục, phong tục tập quán, điều tra khai quật v.v..., kế hoạch bảo tồn và kế hoạch xây dựng làng du lịch đã được cân nhắc dựa trên kết quả của cuộc khảo sát này. Cuộc điều tra được thực hiện dưới sự hợp tác của Bộ VH-TDL Việt Nam, UBND tỉnh Hà Tây cũ, thị xã Sơn Tây, những người liên quan tại làng Đường Lâm và Bộ Văn hóa Nhật Bản, Đại học Nữ Chiêu Hòa, viện Nghiên cứu Di sản Văn hóa Nara...



Kế hoạch bảo tồn này quy định các khu vực bảo tồn trong làng Đường Lâm (khu vực bảo tồn I, khu vực bảo tồn II và xác định bảo tồn đối với các công trình kiến trúc đặc biệt) và ban hành bản thảo Quy chế bảo tồn theo luật Bảo tồn Di sản Văn hóa Việt Nam. Ngoài ra, còn phân cấp các công trình kiến trúc có giá trị lịch sử, thiết lập phương pháp bảo tồn theo từng cấp. Quy chế bảo tồn đã được quyết định vào tháng 5/2006, sau khi khảo sát kết thúc.

Đối với kế hoạch xây dựng làng du lịch, chính quyền các cấp (Hà Tây cũ, huyện Sơn Tây, làng Đường Lâm) và đại diện người dân đã tổ chức hội thảo để bàn luận, lập ra kế hoạch cơ bản về xây dựng làng. Về du lịch, cùng với việc thiết lập tuyến du lịch dựa trên kết quả cuộc khảo sát, các kế hoạch trùng tu nhà cổ của người dân, các công trình kiến trúc chung để phục vụ du lịch, hay việc áp dụng thu phí tham quan và quy định về phương tiện lưu thông tại làng cổ đều được đưa ra thảo luận.

Kế hoạch bảo tồn và kế hoạch xây dựng làng du lịch do chính quyền và người dân phối hợp thực hiện đã trở thành tiền đề cho phương hướng phát triển du lịch của làng Đường Lâm sau này.

Những điểm chính trong quá trình xây dựng kế hoạch du lịch tại du lịch làng Đường Lâm

- Tài nguyên du lịch giá trị nhất của làng Đường Lâm là di sản văn hóa, nên trước khi lập kế hoạch du lịch, việc khảo sát làng và di sản văn hóa được thực hiện một cách khoa học.
- Kế hoạch bảo tồn và kế hoạch xây dựng làng du lịch được lập nên dựa trên kết quả khảo sát.
- Kế hoạch xây dựng làng du lịch được lập nên dựa trên sự thỏa thuận giữa chính quyền và người dân thông qua nhiều lần thảo luận.

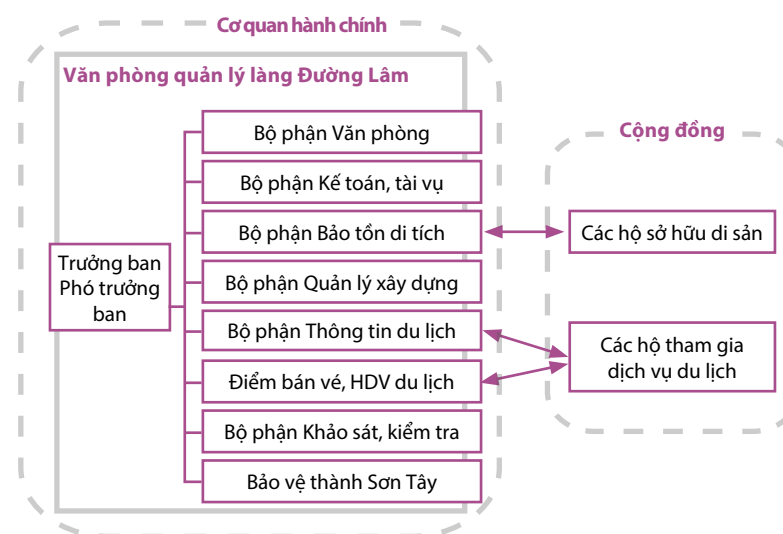
Bước 2**3.2.3.2. Sự thành lập và quy chế hoạt động của Ban Quản lý Di tích làng Đường Lâm**

(từ năm 2005 đến năm 2006)

Nhờ có kết quả điều tra bảo tồn làng, tháng 11/2005, làng Đường Lâm được công nhận là Di sản Văn hóa cấp Quốc gia, trở thành khu vực nông thôn đầu tiên được chỉ định bảo tồn như là di sản văn hóa vật thể theo luật Bảo tồn Di sản Văn hóa Việt Nam (năm 2001). Tháng 7/2006, Ban Quản lý Di tích làng Đường Lâm chính thức được thành lập và trở thành đơn vị quản lý di sản văn hóa trong làng và thực hiện phát triển du lịch. Cơ cấu tổ chức của làng Đường Lâm hiện tại (hình 3-2), gồm 8 bộ phận, đặc biệt bộ phận Bảo tồn di tích, trung tâm thông tin du lịch, bán vé và cung cấp dịch vụ hướng dẫn viên đang đóng vai trò quan trọng trong công tác quản lý làng cũng như quản lý du lịch.

Bên cạnh đó, làng Đường Lâm không chỉ là Di sản Văn hóa cấp Quốc gia, mà còn là vùng nông thôn có cư dân sinh sống nên công tác bảo tồn và phát triển Đường Lâm liên quan đến nhiều cơ quan quản lý nhà nước như Cục Di sản Văn hóa bộ VH-TDL, Sở VH-TDL thành phố Hà Nội, Phòng Thông tin Văn hóa, Sở Tài chính, Sở Kế hoạch Đầu tư trực thuộc UBND huyện Sơn Tây, UBND thị xã Đường Lâm, đại diện làng và người dân Đường Lâm.

Các cơ quan hữu quan phía Việt Nam và Nhật Bản đã tổ chức nhiều chương trình tập huấn về kỹ năng điều hành, tổ chức cũng như bồi dưỡng nhân lực cho Ban quản lý Di tích làng cổ Đường Lâm trên phương diện kỹ thuật trùng tu và phát triển du lịch. Hơn nữa, còn có nhiều chương trình giao lưu, chia sẻ kinh nghiệm với người dân khắp nơi như Hội An, thành phố đầu tiên của Việt Nam được công nhận Di sản Văn hóa Thế giới, điều này góp phần không nhỏ trong việc tăng cường sức mạnh của bộ máy hành chính của Ban quản lý.

Cơ cấu tổ chức Ban quản lý làng Đường

Hình 3.2. Sơ đồ cơ cấu tổ chức tại Ban Quản lý Di tích Đường Lâm

Bước 3**3.2.3.3. Xây dựng sản phẩm du lịch từ các giá trị di sản văn hóa****(1) Kế hoạch bảo tồn và phát huy di sản văn hóa (từ năm 2007)**

Tài nguyên du lịch đặc biệt của làng Đường Lâm là cảnh quan và kiến trúc truyền thống. Thêm vào đó là tính chất như một “di sản sống” vì có sự sống của con người liên tục đến ngày hôm nay trong cảnh quan và kiến trúc truyền thống đó. Vì thế, nếu không cân nhắc xây dựng làng theo hướng bảo tồn di sản văn hóa hài hòa với cuộc sống phát triển không ngừng của người dân thì khó phát triển du lịch bền vững.

Tại làng Đường Lâm, ngay từ giai đoạn lập kế hoạch đã tiến hành điều tra kiến trúc và lối sống của người dân trong làng. Sau khi được công nhận Di sản Văn hóa cấp Quốc gia thì ngân sách quốc gia về trùng tu di sản văn hóa bắt đầu được phân bổ đến làng, công việc trùng tu các công trình kiến trúc truyền thống không ngừng được triển khai. Do Đường Lâm thiếu kinh nghiệm trong việc trùng tu di sản văn hóa, nên mỗi công trình kiến trúc truyền thống, trước khi được trùng tu, đều được các nhóm chuyên gia của Nhật Bản, các tình nguyện viên của JICA thực hiện hỗ trợ kỹ thuật. Các chuyên gia kỹ thuật trước đây trùng tu di sản văn hóa tại Di sản Văn hóa Thế giới Hội An cũng chuyển giao kỹ thuật cho các chuyên gia tại Đường Lâm. Đến ngày hôm nay, công tác trùng tu đã đạt được thành quả tốt đẹp: dự án Bảo tồn làng Đường Lâm đã đạt giải thưởng Bảo tồn Di sản Văn hóa châu Á - Thái Bình Dương năm 2013 của UNESCO. Đối tượng được trao giải là 5 công trình trùng tu tại Đường Lâm là cổng làng Móng Phụ, chùa Ôn, đền thờ Giang Văn Minh, nhà cổ ông Nguyễn Văn Hùng, nhà cổ ông Hà Văn Vĩnh.

Hiện nay, tại làng Đường Lâm đang phát triển các nhà hàng và dịch vụ homestay sử dụng không gian là nhà cổ, các tuyến du lịch có chương trình tour tham quan đời sống sinh hoạt địa phương và kiến trúc truyền thống. Để đạt được điều này, điều kiện cần là các căn nhà cổ di sản văn hóa đó phải được bảo tồn hợp lý. Hi vọng người dân sinh sống trong các căn nhà cổ sẽ tiếp tục gìn giữ một cách thận trọng ngôi nhà của mình, phát huy vào các hoạt động du lịch phục vụ du khách du lịch.



Hình ảnh trùng tu cổng làng

Công trình trùng tu đòi hỏi phải trân trọng những cấu kiện cũ

**(2) Điều tra tài nguyên du lịch, xây dựng bản đồ du lịch (từ năm 2011 đến năm 2012)**

Sau khi được công nhận là Di sản Văn hóa cấp Quốc gia vào 2005, lượng du khách đến tham quan làng Đường Lâm tăng dần rõ rệt. Nhìn thấy du khách qua lại trước nhà mình, một số hộ dân đã bắt đầu cung cấp các dịch vụ du lịch, tiêu biểu là nhà hàng.

Tuy nhiên, ở thời điểm đó, thông tin du lịch cho du khách chỉ dừng lại ở dịch vụ du lịch của một số hộ dân cá thể, không có phương pháp để thu thập thông tin du lịch đầy đủ của cả làng. Trong khi đó làng Đường Lâm không chỉ có kiến trúc cổ, mà còn có nghề truyền thống và các tài nguyên du lịch khác, nhưng chưa được nhận thức đầy đủ và càng chưa được khai thác cho hoạt động du lịch.

Chính vì thế, để nắm rõ các tài nguyên du lịch tiềm năng trong làng, chúng tôi đã tiến hành xây dựng bản đồ tài nguyên du lịch như đã giới thiệu ở chương II. Từ 5 thôn lập nên làng Đường Lâm (thôn Móng Phụ, thôn Đông Sàng, thôn Đoài Giáp, thôn Cam Thịnh, thôn Cam Lâm), chúng tôi tập hợp mỗi thôn 20 người, tổng cộng gần 100 người dân, phối hợp với Ban quản lý Di tích làng Đường Lâm để tiến hành xây dựng bản đồ tài nguyên du lịch. Trong quá trình xây dựng bản đồ, chúng tôi thiết lập chủ đề cho từng nhóm tài nguyên như chủ đề lịch sử văn hóa, nghề và sản phẩm truyền thống, nông nghiệp, tài nguyên con người, và đã lập bản đồ tài nguyên du lịch theo từng chủ đề. Trong quá trình tham gia, người dân đã kể về niềm tự hào, những câu chuyện đáng hãnh diện về Đường Lâm, họ còn bày tỏ mong muốn có thể đón khách du lịch, chiêm ngưỡng, trải nghiệm tài nguyên du lịch của gia đình mình. Những ý kiến từ người dân rất hữu ích cho chúng tôi khi tổ chức tập huấn kỹ thuật làm dịch vụ du lịch và xây dựng tuyến du lịch ở giai đoạn sau.

Trong việc lập bản đồ du lịch, không thể thiếu sự tham gia của các công ty du lịch. Những ý kiến theo quan điểm từ chính các công ty du lịch về những tiềm năng, đặc trưng riêng của tài nguyên du lịch ở Đường Lâm đã góp phần tăng động lực phát triển du lịch trong người dân.



Buổi xây dựng bản đồ tài nguyên du lịch sôi nổi với phần trao đổi ý kiến

Hoàn chỉnh bản đồ tài nguyên du lịch do 5 thôn thực hiện







Dịch vụ ẩm thực do người dân chuẩn bị trong một cuộc thi nấu ăn



Hình ảnh Ban giám khảo chấm điểm



Bảng khen từ 3 sao-1 sao đã được trao cho người dân



Hình ảnh về trao giải

(3) Nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống (từ năm 2011)

Trước tình hình du khách ngày một tăng lên, một số hộ dân bắt đầu sử dụng nhà cổ làm nhà hàng cung cấp dịch vụ ăn uống. Ngoài ra, thông qua khảo sát tài nguyên du lịch, chúng tôi nắm nhu cầu tham gia cung cấp dịch vụ ăn uống cho du khách. Tuy nhiên, để làm được việc này, cần phải đáp ứng những tiêu chuẩn của khách du lịch về hương vị, cách bày trí các món ăn, thực đơn, dịch vụ, thiết kế không gian, vệ sinh môi trường v.v... Chính vì thế, Ban Quản lý Di tích làng Đường Lâm, JICA và dự án do trường Đại học Nữ Chiêu Hòa thực hiện đã phối hợp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống phục vụ khách du lịch thông qua các hoạt động như Hội thi nấu ăn, hội thảo về ẩm thực, cải thiện vệ sinh tại nhà hàng v.v...

1. Hội thi nấu ăn (tháng 8/2011)

Hội thi được tổ chức giữa sáu hộ gia đình thường xuyên cung cấp dịch vụ ăn uống cho khách du lịch. Nội dung cuộc thi là yêu cầu các hộ tham gia chuẩn bị một bữa ăn cho du khách, sau đó các giám khảo với tư cách là thực khách sẽ nếm thử, đánh giá và chấm điểm. Giám khảo gồm có các nhà nghiên cứu du lịch, các nhà nghiên cứu ẩm thực của Việt Nam và Nhật Bản. Tiêu chuẩn đánh giá là hương vị, cách bày trí món ăn, dịch vụ, khẩu phần, bản sắc địa phương, cách bố trí không gian v.v. Kết quả đánh giá là bảng xếp hạng nhà hàng từ 1 sao đến 3 sao cho các nhà hàng nông gia tương ứng

Hội thi nấu ăn đã khơi dậy ý thức thi đua, nâng cao dịch vụ ăn uống giữa các hộ dân. Ngoài ra, từ những nhận xét đánh giá của ban giám khảo, các hộ dân đã nắm bắt được những điểm họ cần cải thiện trong quá trình cung cấp dịch vụ ăn uống sau này. Chúng tôi hi vọng những hội thi nấu ăn như thế này sẽ thường xuyên được tổ chức.

2. Hội thảo tập huấn về ẩm thực

Để cải thiện chất lượng dịch vụ ăn uống, đòi hỏi tổ chức tập huấn cho các hộ dân cung cấp dịch vụ và những đầu bếp địa phương. Trong đợt tập huấn dịch vụ ăn uống thực hiện tại làng Đường Lâm, chúng tôi đã mời chuyên gia ẩm thực người Nhật Bản làm giảng viên, tập huấn theo các bước cơ bản. Điểm chính trong tập huấn là học phương pháp trong việc điều chỉnh, điều chỉnh hương vị, cách trình bày món ăn cũng như gia tăng giá trị dịch vụ thông qua trang trí cho phù hợp với thị hiếu khách du lịch, trên cơ sở xem trọng thực đơn và nguyên liệu được sử dụng trong các bữa ăn hằng ngày tại địa phương.

Các bước tập huấn về ẩm thực tại làng Đường Lâm:

Bước 1: Nắm bắt nhu cầu và hiện trạng dịch vụ ăn uống của các hộ gia đình

- Nói chuyện với những người dân có nhu cầu cung cấp dịch vụ ăn uống.
- Tìm hiểu các món ăn họ có thể chế biến và những điều họ muốn học hỏi thông qua buổi tập huấn.

Bước 2: Nắm bắt trình độ nấu ăn của từng hộ dân

- Yêu cầu chế biến các món ăn hiện tại của gia đình.
- Nếm thử và trao đổi ý kiến với các hộ gia đình (đánh giá về vị và cách trang trí).

Bước 3: Căn nhắc điều chỉnh các món ăn và thực hành chế biến

- Cùng giảng viên, thực hành điều chỉnh hương vị và bày trí các món ăn

Bước 4: Sử dụng các hình thức trang trí.

- Trang trí món ăn, trang trí bàn ăn, căn nhắc sử dụng chén đĩa v.v

Bước 5: Cung cấp dịch vụ (thực hành đón khách)

- Kiến thức về dịch vụ, các bài học về menu, giao tiếp ứng xử với khách v.v...



Hình ảnh về tập huấn ẩm thực cùng với người dân

3. Cải thiện vệ sinh môi trường

Để cung cấp dịch vụ ăn uống cho khách du lịch đòi hỏi phải có môi trường hợp vệ sinh. Môi trường hợp vệ sinh không chỉ là không gian ăn uống hay nguyên vật liệu mà còn liên quan đến nhà bếp, chén bát, nơi rửa dọn, thậm chí là trang phục của người chế biến thức ăn, quản lý vệ sinh. Ở làng Đường Lâm, tình nguyện viên Nhật Bản có chuyên môn về ngành thực phẩm thường xuyên kiểm tra và đưa ra lời khuyên nhằm cải thiện môi trường vệ sinh của các hộ dân cung cấp dịch vụ ăn uống.

(4) Phát triển sản phẩm địa phương thành đặc sản (từ năm 2012)

Tại làng Đường Lâm, có nhiều loại bánh kẹo truyền thống (chè Lam, chè Kho, bánh Gai, kẹo Lạc, kẹo Dối v.v...), những sản vật địa phương hấp dẫn này được kỳ vọng sẽ mang lại nguồn thu nhập tốt nếu được cung cấp cho khách du lịch như là món quà đặc sản. Tuy nhiên, với các sản phẩm từ trước đến nay chỉ phân phối trong làng, để cung cấp cho khách du lịch, cần phải cải thiện thiết kế bao bì sản phẩm, nâng cao vệ sinh an toàn thực phẩm. Vì thế, chúng tôi đã thực hiện 3 hoạt động hỗ trợ là tổ chức cuộc thi Sản vật Đường Lâm để nâng cao ý thức của người dân, hỗ trợ thiết kế đóng gói sản phẩm, hỗ trợ người dân đạt được giấy chứng nhận vệ sinh an toàn thực phẩm.

1. Cuộc thi Sản vật Đường Lâm (tháng 1/2012)

Chúng tôi đã phối hợp với các hộ dân kinh doanh sản xuất đặc sản truyền thống để tổ chức cuộc thi Sản vật Đường Lâm. Nội dung cuộc thi là các hộ dân mang sản phẩm bánh kẹo hoặc thực phẩm truyền thống địa phương đến tham gia, ban giám khảo sẽ đánh giá. Ban giám khảo gồm các nhà thiết kế sản phẩm nghề thủ công truyền thống. Tiêu chuẩn đánh giá là hương vị, hình thức, thiết kế đóng gói, tính tiện lợi trong việc bảo quản, các tính chất của một sản phẩm khi được bán ra, đặc biệt là việc thể hiện tính đặc trưng của Đường Lâm v.v. Ban giám khảo đã đánh giá và trao giải cho các hộ gia đình, bao gồm: giải Đặc sản Đường Lâm (giải Nhất), giải Sản phẩm mang đặc trưng địa phương, giải Sản phẩm trong mắt người nước ngoài. Thông qua cuộc thi Sản vật Đường Lâm, nhận thức của người dân về thiết kế đóng gói cũng như chất lượng sản phẩm đã được nâng cao. Ngoài ra, hộ gia đình đạt giải nhất đã được hỗ trợ thiết kế logo cho sản phẩm, đang dần khẳng định thương hiệu.



Hình ảnh Lễ trao giải cuộc thi Sản vật



Hình ảnh chấm điểm tại cuộc thi Sản vật

2. Hỗ trợ thiết kế bao bì sản phẩm

Từ cuộc thi Sản vật Đường Lâm, người dân nhận ra sự cần thiết của thiết kế bao bì sản phẩm. Ngoài ra, để xúc tiến bán các đặc sản được đăng trên bản đồ du lịch thì đòi hỏi thiết kế đóng gói cũng như bao bì vệ sinh, an toàn cho sản phẩm.

Trước tình hình đó, chúng tôi đã phối hợp với các nhà thiết kế Việt Nam, các tình nguyện viên của JICA đang công tác tại Đường Lâm để hỗ trợ thiết kế đóng gói sản phẩm. Khi thiết kế bao bì, màu sắc và kiểu dáng biểu hiện vị ngon của sản phẩm, yếu tố mang đặc trưng của làng Đường Lâm được thiết kế công phu, ngoài ra, tên sản phẩm, tên và địa chỉ liên lạc của cơ sở sản xuất phải được ghi rõ trên sản phẩm. Sau khi thay đổi bao bì sản phẩm, có hộ gia đình đạt doanh số bán ra gấp đôi trước đây.



Logo đạt giải nhất cuộc thi Sản vật được in thêm trên bao bì kẹo Lạc

Thiết kế bao bì chè Lam mới



3. Đăng ký giấy chứng nhận an toàn vệ sinh thực phẩm

An toàn thực phẩm là một trong các tiêu chí quan trọng khi chuẩn bị bán sản phẩm nông thôn cho khách du lịch. Để đạt tiêu chuẩn an toàn thực phẩm, sản phẩm cần phải qua sự kiểm tra của phòng Thử nghiệm vi sinh thuộc Bộ Y tế Việt Nam. Danh mục kiểm tra là những nguyên liệu của thực phẩm, giấy kiểm tra sức khỏe của chủ cơ sở và người trực tiếp sản xuất, kinh doanh. Dưới đây là danh mục kiểm tra, nếu đạt chuẩn thì sẽ được cấp giấy chứng nhận An toàn vệ sinh thực phẩm.

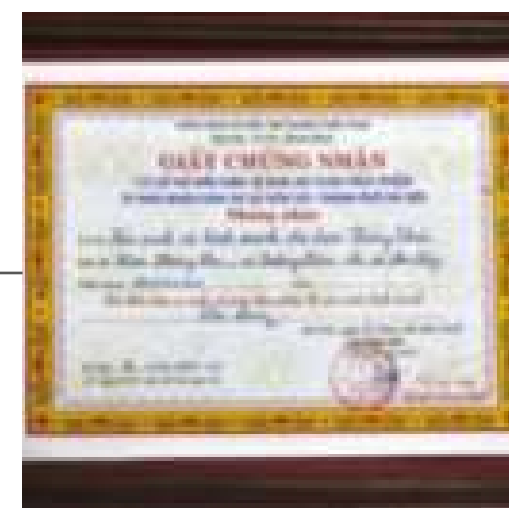
Đơn vị kiểm tra là phòng Thử nghiệm vi sinh trực thuộc bộ Y tế, tuy nhiên giấy chứng nhận An toàn vệ sinh thực phẩm là do UBND thị xã Sơn Tây phát hành.

1. Trình bản sao giấy phép đăng ký kinh doanh (bản sao công chứng) của cơ sở
2. Đăng ký kiểm tra (phụ lục kèm theo Thông tư số 55/2011/TT-BNNPTNT, ngày 3/8/2011 của bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn)
3. Kiểm tra hiện trạng điều kiện đảm bảo an toàn thực phẩm của cơ sở
4. Kiểm tra sức khỏe của chủ cơ sở và người trực tiếp sản xuất, kinh doanh
5. Cấp giấy chứng nhận tập huấn cho người sản xuất
6. Giải thích về quy chế quản lý chất lượng
7. Thanh toán chi phí cần thiết cho việc kiểm tra



Giấy chứng nhận an toàn thực phẩm

Giấy kiểm tra an toàn thực phẩm



Bước 4**3.2.3.4. Hoàn chỉnh khả năng tiếp nhận du khách tại điểm du lịch****(1) Bồi dưỡng năng lực hướng dẫn viên địa phương và xây dựng tour du lịch**

Trong du lịch nông thôn, hướng dẫn viên địa phương đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối khách du lịch và địa phương. Để đáp ứng nhu cầu của thị trường, chúng tôi đã tiến hành tập huấn cho hướng dẫn viên tại làng Đường Lâm. Nội dung tập huấn bao gồm: kỹ năng hướng dẫn tại các điểm, xây dựng tuyến du lịch tùy theo đối tượng khách du lịch, ví dụ: điều chỉnh phù hợp với khách du lịch Nhật Bản – những du khách có thời gian lưu trú ngắn vẫn có thể cảm nhận trọn vẹn những nét đẹp của ngôi làng, hay tăng những hoạt động mua sắm, trải nghiệm thực hành làm bánh kẹo truyền thống vào chương trình du lịch để du khách thích hàng lưu niệm như khách Nhật Bản cũng có thể thưởng thức du lịch nông thôn. Qua tập huấn, những người tham gia cũng học được về những kỹ năng hướng dẫn phục vụ khách du lịch như phong cách và hướng đứng khi tác nghiệp, những xử lý đối với du khách cao tuổi, hay về trang phục của hướng dẫn viên.

Bảng lịch trình về tour tham quan Đường Lâm (tour dành cho khách Nhật Bản):

Thời gian	Chương trình
8:30	Xuất phát tại Hà Nội
10:00	Đến cổng Mông Phụ
10:10	Bắt đầu nghe giới thiệu từ cổng Mông Phụ, đi bộ đến đình Mông Phụ (trên đường đi giới thiệu vắn tắt về thời gian canh tác nông nghiệp trong năm)
10:30	Đình Mông Phụ: nghe giới thiệu và tham quan (15 phút)
10:50	Nhà thờ thám hoa Giang Văn Minh: nghe giới thiệu và tham quan (15 phút)
11:10	Nhà cổ ông Hà Văn Vĩnh: nghe giới thiệu và tham quan nhà cổ (10 phút)
11:30	Nhà cổ ông Nguyễn Văn Hùng: nghe giới thiệu và tham quan nhà cổ (15 phút)
12:00	Ăn trưa tại nhà cổ
13:30	Đi bộ đến điểm đỗ xe Mông Phụ, đi đường tham quan nhà thờ
14:00	Xuất phát tại điểm đỗ xe Mông Phụ->(xe ô tô)->Đền Phùng Hưng
14:15	Đền Phùng Hưng: nghe giới thiệu và tham quan (10 phút)
14:35	Lăng Ngô Quyền: nghe giới thiệu và tham quan nhà cổ (20 phút)
15:00	Xuất phát tại điểm đỗ xe Ngô Quyền->(xe ô tô)->Chùa Mía
15:15	Chùa Mía: nghe giới thiệu và tham quan (15 phút)
15:35	Trải nghiệm làm bánh kẹo, mua đặc sản tại cơ sở sản xuất kẹo Hiến Bảo
16:00	Xuất phát tại điểm đỗ xe trước chùa Mía->(xe ô tô)->Hà Nội

(2) Tăng cường khả năng tiếp nhận du lịch - trang bị phần cứng

Để tiếp nhận du khách cần nhiều sự trang bị về phần mềm cũng như phần cứng. Từ năm 2008, làng Đường Lâm bắt đầu áp dụng thu phí vào cổng để quản lý số lượt khách tham quan tại làng. Có 3 điểm bán vé, mỗi điểm đều được bố trí nhân viên của Ban quản lý di tích làng Đường Lâm. Ngoài ra, việc xây dựng bãi đỗ xe, quy định khu vực cấm đỗ xe, hạn chế một số phương tiện lưu thông trong làng v.v là những nỗ lực bảo tồn môi trường trong làng Đường Lâm.



Điểm bán vé được dựng lên tại lối vào làng

Chế độ bán vé vào làng được áp dụng từ năm 2008

Bãi đỗ xe gần lối vào làng. Xe cỡ lớn cũng có thể đỗ

Làng Đường Lâm là di sản văn hóa nên cấm đậu xe trong làng



Hình ảnh thảo luận và phát biểu về tuyến du lịch

Khi thiết kế tuyến du lịch cần cân nhắc chi tiết thời gian cần thiết và nội dung thuyết minh



Workshop với tour thủ, giả định tiếp nhận du khách để tính thời gian

Tại các điểm, HDV cũng lưu ý thời gian và nội dung thuyết minh cho du khách

Bước 5**3.2.3.5. Hoạt động xúc tiến và quảng bá du lịch**

Chúng tôi đã tổ chức lễ hội, xây dựng trang web và bản đồ du lịch để quảng bá nét hấp dẫn của làng Đường Lâm ra bên ngoài. Làng Đường Lâm có nhiều lễ hội tổ chức hàng năm như các lễ hội thờ cúng các anh hùng như vua Phùng Hưng và vua Ngô Quyền, lễ hội chùa Ôn cầu cho mưa thuận gió hòa và nhiều lễ hội khác. Các lễ hội này không còn chỉ có giới hạn ở quy mô trong làng, Ban tổ chức đã thêm nhiều hoạt động du lịch để thu hút du khách tham gia như Hội chợ nghề truyền thống bán các đặc sản và nông sản Đường Lâm, giải Đấu vật v.v... Thông qua các sự kiện quảng bá như vậy, Đường Lâm ngày càng được biết đến nhiều hơn với tư cách là một điểm đến du lịch.

Bên cạnh đó, chúng tôi còn tổ chức nhiều FAM tour cho các công ty du lịch tại Hà Nội nhằm thu hút thêm khách du lịch đến với làng Đường Lâm.



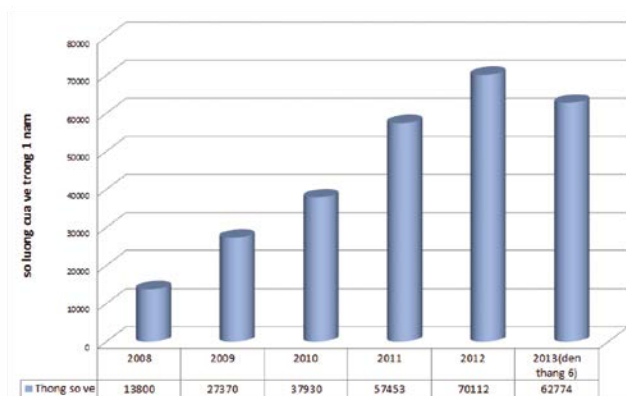
Trang WEB làng Đường Lâm

Poster lễ hội làng Đường Lâm được tổ chức dịp lễ vua Ngô Quyền



Bước 6**3.2.3.6. Công tác kiểm soát dựa trên dữ liệu du lịch****(1) Sự thay đổi số lượt khách du lịch**

Tại làng Đường Lâm, kể từ khi áp dụng thu phí tham quan từ năm 2008, đã bắt đầu thống kê số lượng khách du lịch tham quan. Cụ thể, sau năm 2008, số lượng du khách tăng dần hàng năm, năm 2012 vượt trên 70.000 lượt khách, năm 2013 được dự tính trên 100.000 lượt khách. Về quốc tịch, khách du lịch Việt Nam chiếm hơn 60%, tiếp theo là khách du lịch Pháp, Nhật Bản.



Bảng 3.4. Sự thay đổi số lượt khách du lịch tham quan tại Đường Lâm

(2) Nắm bắt thông tin du lịch thông qua điều tra xã hội học đối với khách du lịch

Theo điều tra xã hội học đối với khách du lịch do Ban quản lý Di tích Đường Lâm thực hiện từ tháng 5 đến tháng 7 năm 2013, nhu cầu của du khách tập trung vào tham quan các di tích và nhà cổ, nhu cầu chụp hình tại nhà cổ cũng khá phổ biến. Nhờ kết quả điều tra, chúng tôi đã biết được các điểm trung tâm của làng Đường Lâm được khách du lịch tham quan chủ yếu là cổng Mông Phụ, đình Mông Phụ và nhà cổ, ngoài ra du khách không đến các điểm khác trong làng.

Chúng tôi cũng biết được khách có nhu cầu tìm hiểu thêm thông tin về địa phương, muốn giao lưu với người dân, muốn nghe về các truyền thuyết về làng, v.v... Hy vọng rằng nhu cầu trên của khách sẽ được đáp ứng trong các hoạt động phát triển du lịch trong tiếp theo.

(3) Khảo sát tình hình kinh doanh du lịch của người dân

Chúng tôi thực hiện khảo sát đối với các hộ dân cung cấp dịch vụ du lịch. Danh mục khảo sát là những dịch vụ khách du lịch (ẩm thực, lưu trú, bán đặc sản v.v), lượng khách du lịch, tên công ty du lịch đặt dịch vụ, doanh thu v.v... Dựa vào các dữ liệu này, có thể nắm được tình hình tăng giảm lượng khách và doanh số của dịch vụ du lịch theo từng tháng, từng năm. Ví dụ, qua phỏng vấn trực tiếp người dân, chúng tôi biết được doanh thu (thu nhập) của gần 20 hộ đang làm dịch vụ du lịch so với chính thu nhập của họ từ nông nghiệp trước năm 2006 trung bình tăng lên gần gấp đôi, nhiều hộ tăng lên gấp 10 lần.

3.2.4. Bài học từ mô hình phát triển tại Đường Lâm và những vấn đề tồn đọng**(1) Bài học từ mô hình phát triển tại Đường Lâm**

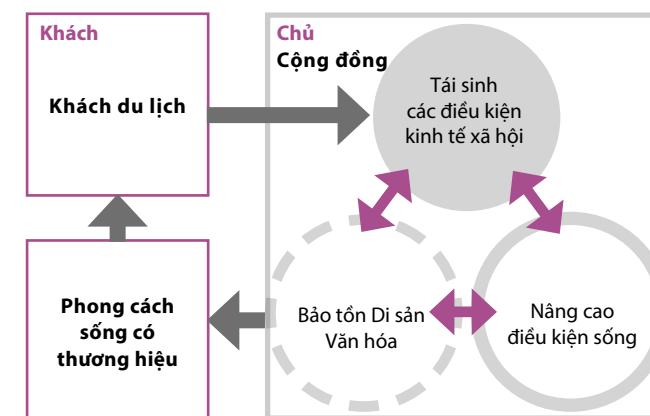
Chặng đường bảo tồn di sản văn hóa và phát triển du lịch của Đường Lâm bắt đầu từ khảo sát di sản văn hóa năm 2002, được công nhận là Di sản Văn hóa Quốc gia năm 2005, thành lập Ban quản lý di tích Đường Lâm năm 2006. Đến nay, năm 2013, số lượt khách du lịch tham quan Đường Lâm đạt gần 100.000 lượt, sự thay đổi trong làng theo hướng du lịch đã được hình thành rõ nét, nhiều người dân trong làng cũng đã bắt đầu làm du lịch.

Đối với làng Đường Lâm, chúng tôi đã thực hiện khảo sát làng và khảo sát các di sản văn hóa, nỗ lực hình thành bộ máy quản lý làng trước khi phát triển du lịch, không ngừng bồi dưỡng nhân lực và cơ chế tránh việc phát triển du lịch gây ảnh hưởng đến bảo tồn di sản văn hóa. Đối với người dân, chúng tôi đã tạo nền tảng nhận thức vừa gìn giữ thận trọng di sản văn hóa vừa phát triển du lịch, vì thế tổng thể làng Đường Lâm vẫn chuyển biến theo hướng tích cực.

(2) Những vấn đề tồn đọng

Đường Lâm là di sản văn hóa có sự sinh sống của cư dân địa phương, nên cần tiếp tục nâng cao nhận thức cho người dân về phát triển du lịch cũng như phát triển theo thời đại. Để được như vậy đòi hỏi một cơ chế trong đó lợi ích kinh tế từ du lịch phải được tuần hoàn hài hòa với bảo tồn di sản văn hóa. Hình 3.5 là sơ đồ về sự cân bằng trong bảo tồn di sản văn hóa, phát triển du lịch và môi trường sống. Trong sơ đồ này, lợi ích từ du lịch hỗ trợ cho việc bảo tồn di sản văn hóa và môi trường sống, làm được điều này, lối sống của làng Đường Lâm sẽ trở thành thương hiệu, làng Đường Lâm sẽ trở thành điểm đến hấp dẫn hơn đối với khách du lịch.

Trong tương lai, phát triển thêm các chương trình trải nghiệm nông nghiệp tạo điều kiện cho nhiều người dân tham gia du lịch hơn, các quán café trong nhà cổ, dịch vụ lưu trú tại nhà cổ v.v... thì sẽ phong phú và thú vị biết bao.



Hình 3.5. Sơ đồ bảo tồn và phát triển du lịch Đường Lâm

3.2.5. Ý kiến của người trong cuộc

NHÌN LẠI 5 NĂM PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÀNG CỔ ĐƯỜNG LÂM GIẢI PHÁP VÀ MỘT SỐ ĐỊNH HƯỚNG TRONG THỜI GIAN TỚI

Với những giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể tiêu biểu, làng cổ Đường Lâm đã vinh dự nhận được danh hiệu cao quý di tích cấp quốc gia vào năm 2005. Đường Lâm được ví như “một bảo tàng sống” về lối sống nông thôn, nông nghiệp Việt Nam.

(1) 5 năm phát triển làng cổ Đường Lâm

Kể từ khi được Nhà nước cho phép thu phí tham quan tháng 8 năm 2008, lượng khách du lịch trong và ngoài nước đến thăm di tích mỗi năm một tăng du lịch được khai thác ở nhiều khía cạnh như: du lịch di sản, du lịch tâm linh, trải nghiệm nông nghiệp, hội nghị-hội thảo. Chính quyền địa phương và cơ quan quản lý xác định khai thác phát triển du lịch làng cổ là một trong 3 mặt quan trọng của công tác quản lý di tích. Cơ quan quản lý cũng phối hợp với các đơn vị, tổ chức, chú trọng vào đào tạo nhóm hướng dẫn viên địa phương, nhân viên; tiến hành kích cầu áp dụng phương pháp miễn giảm vé cho một số đối tượng chính sách ở trong nước, hưởng ứng các tuần lễ khuyến mãi, giảm giá do tổng cục du lịch tổ chức.

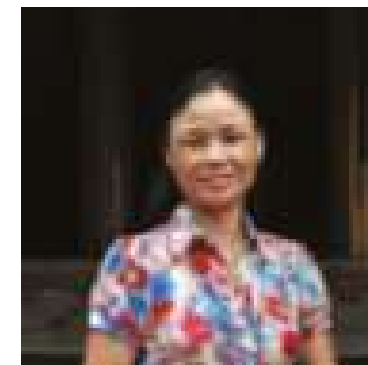
(2) Giải pháp phát triển du lịch bền vững tại làng cổ Đường Lâm trong tương lai

- Thành lập trung tâm thông tin du lịch tại làng cổ Đường Lâm
- Đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng công cộng: nhà nghỉ, vệ sinh, đường đi bộ, các hệ thống chiếu sáng, cấp thoát nước, quy hoạch các khu bán hàng dịch vụ lưu niệm, các khu trải nghiệm nông nghiệp, nghề truyền thống, nâng cao môi trường, cảnh quan sinh thái
- Huy động sự tham gia của nhân dân, giữ gìn lối sống nông thôn và nông nghiệp truyền thống
- Cải tạo xây dựng hệ thống biển báo, thông tin, khuyến khích đầu tư từ các tổ chức; hạn chế tối đa các phương tiện gây tiếng ồn (xe máy, ô tô, công nông) đi vào làng
- Đào tạo một số hướng dẫn viên có kỹ năng thuyết minh bằng tiếng Anh; tổ chức các sự kiện kích cầu trong tháng, quý như nhân dịp lễ hội, chợ quê



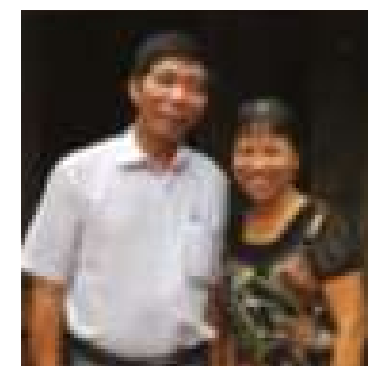
Ông Nguyễn Trọng An
Phó trưởng Ban Quản lý Di tích
Làng cổ Đường Lâm

Trước đây, gia đình tôi chủ yếu làm nông nghiệp. Năm 2005, khi làng cổ Đường Lâm được công nhận là di sản cấp quốc gia, cùng với sự tư vấn hỗ trợ của các công ty lữ hành, gia đình tôi tiến hành mở các dịch vụ ăn uống cho du khách. Nếu trước đây phải cấy cấy mấy tháng trời thì giờ phục vụ du lịch chỉ trong 2, 3 ngày chúng tôi đã thu được số tiền như vậy. Đời sống gia đình ngày càng nâng cao, chúng tôi có tiền đóng học phí cho các con, sắm sửa nhiều thứ trong gia đình. Chúng tôi còn được mở mang, tiếp xúc với nhiều khách du lịch trong nước và quốc tế. Bên cạnh đó, gia đình tôi còn tổ chức biểu diễn hát dân ca cho các du khách. Chúng tôi hi vọng có thể thu hút nhiều khách du lịch đến với Đường Lâm để tìm hiểu về lịch sử, văn hóa và chiêm ngưỡng vẻ đẹp nơi đây.



Bà Dương Thị Lan
Chủ một nhà cổ cung cấp dịch vụ
ăn uống tại Đường Lâm

Sau khi làng cổ được công nhận là di tích quốc gia, được sự hỗ trợ từ tổ chức JICA và Ban Quản lý di tích Đường Lâm, các công ty lữ hành về cách làm du lịch, chúng tôi nhận ra khách du lịch đến thăm làng cổ Đường Lâm vì nét độc đáo của cộng đồng cư dân Đường Lâm với những ngôi nhà cổ hàng trăm năm tuổi cùng không gian làng quê Việt Nam. Do đó, gia đình tôi cố gắng giữ gìn nguyên trạng ngôi nhà của mình, tránh sửa chữa, phá vỡ không gian làng cổ cũng như giới thiệu các nhà cổ và di tích khác. Gia đình tôi luôn tiếp thu ý kiến của hướng dẫn viên, công ty lữ hành, nắm bắt tâm lý du khách để cung cấp những món ăn dân dã nông thôn mà vẫn phù hợp với khẩu vị của du khách. Hơn nữa, việc tạo ra sản phẩm du lịch cũng vô cùng quan trọng để thu hút khách du lịch. Gia đình tôi giữ gìn nghề truyền thống của mình, đó là nghề làm chè Lam. Du khách không chỉ mua sản phẩm mà còn tận mắt quan sát quá trình làm chè Lam của gia đình. Tôi mong người dân Đường Lâm sẽ đón tiếp được nhiều.



Ông Nguyễn Văn Hùng
Chủ một nhà cổ cung cấp dịch vụ
ăn uống tại Đường Lâm

Ngày xưa nghề làm kẹo nhà tôi ít người biết đến, mặc dù nghề này của nhà tôi có từ thời cha ông. Đến năm 2005, khi làng cổ được công nhận và nhận được sự hỗ trợ của Tổ chức JICA và địa phương, khách du lịch mua sản phẩm của gia đình về làm quà, thấy sản phẩm ngon, dần dần, nghề làm kẹo của gia đình tôi được nhiều người biết đến. Với sản phẩm được làm từ nguyên liệu chọn lọc, chất lượng, mẫu mã, bao bì được đóng gói cẩn thận, đẹp mắt, sản phẩm được cấp giấy chứng nhận vệ sinh an toàn thực phẩm, gia đình chúng tôi mở rộng phân phối kẹo cho các địa phương khác. Đến giờ, kinh tế nhà tôi có thể nói là gấp nhiều lần so với mấy năm trước. Chúng tôi rất mừng vì nhờ có du lịch, sản phẩm truyền thống của gia đình được nhiều người biết đến hơn và cũng từ nghề này đời sống của gia đình được cải thiện, nâng cao.



Ông Cao Văn Hiến
Chủ cơ sở sản xuất kẹo tại Đường Lâm

ĐIỂM HÌNH THỰC TẾ 2: LÀNG BỒ DƯƠNG, XÃ HỒNG PHONG, HẢI DƯƠNG

PHÁT TRIỂN DU LỊCH
NÔNG THÔN TRÊN CƠ
SỞ PHÁT HUY GIÁ TRỊ
NGHỆ THUẬT TRUYỀN
THỐNG MÚA RỐI NƯỚC



3.3. Điển hình thực tế 2: làng Bồ Dương, xã Hồng Phong, tỉnh Hải Dương

3.3.1. Khái quát Hồng Phong

Xã Hồng Phong, huyện Ninh Giang, tỉnh Hải Dương nằm cách Hà Nội 100km, là địa bàn cư trú của 7.395 người dân (1960 hộ gia đình). Làng Bồ Dương, xã Hồng Phong được biết đến là một trong những "chiếc nôi" của nghệ thuật múa rối nước truyền thống - một trong những nét văn hóa đặc sắc của vùng đồng bằng châu thổ sông Hồng. Hiện tại, trung tâm của làng vẫn còn lưu giữ lại một góc ao nhỏ có nhà thủy đình - nơi biểu diễn múa rối nước, trong làng có phường múa rối nước Hồng Phong với các nghệ nhân làm con rối và biểu diễn các con trò rối nước. Vào ngày 13 tháng 3 Âm lịch hàng năm trước đình làng thường tổ chức biểu diễn múa rối nước. Trong những năm gần đây, phường rối nước Hồng Phong đã phát triển lớn mạnh, hàng năm phường được mời biểu diễn tại Bảo tàng Dân tộc học và thi đấu đạt giải trong Đại hội Múa rối nước toàn quốc năm 2012 (giải Nhì).

Múa rối nước là loại hình văn hóa truyền thống thu hút nhiều khách du lịch trong và ngoài nước. Tại làng Bồ Dương, xã Hồng Phong, người dân trong làng từ xưa đã thường thức biểu diễn múa rối nước bên khung cảnh làng quê nông thôn nên những năm trở lại đây, khách du lịch đã bắt đầu đến tham quan làng Bồ Dương, xã Hồng Phong để thưởng thức loại hình nghệ thuật này.

3.3.2. Những điểm chính trong điển hình Hồng Phong

Múa rối nước Hồng Phong từ xưa đến nay là hoạt động truyền thống của làng để người dân nơi đây thưởng thức. Để có thể giới thiệu và đón tiếp khách du lịch, đối với tài nguyên du lịch nơi đây, việc trang bị về cơ sở hạ tầng và môi trường tại làng là rất cần thiết. Để làm được việc này, Cơ quan Hợp tác Quốc tế Nhật Bản (JICA) đã hợp tác xây dựng Nhà trưng bày Múa rối nước tại làng Bồ Dương, xã Hồng Phong. Bên cạnh đó, nhà trưng bày được xây dựng thêm nhà vệ sinh công cộng cho khách du lịch.

Điển hình nghiên cứu này chú trọng đến việc phát triển văn hóa nghệ thuật múa rối nước và xem xét về kết quả của kế hoạch đón tiếp khách du lịch thông qua kế hoạch xây dựng cơ sở hạ tầng.

3.3.3. Phương pháp và quá trình phát triển du lịch Hồng Phong

Bước 1

3.3.3.1. Chọn nông thôn đối tượng và lập kế hoạch phát triển

(1) Sự phân bố các khu vực múa rối nước truyền thống ở miền Bắc Việt Nam

Múa rối nước xuất hiện cách đây 1000 năm tại khu vực đồng bằng sông Hồng được nhắc đến lần đầu tiên là loại hình nghệ thuật phục vụ nhu cầu giải trí của người nông dân. Hiện tại, khu vực miền Bắc có 26 làng còn lưu giữ lại loại hình nghệ thuật múa rối nước.

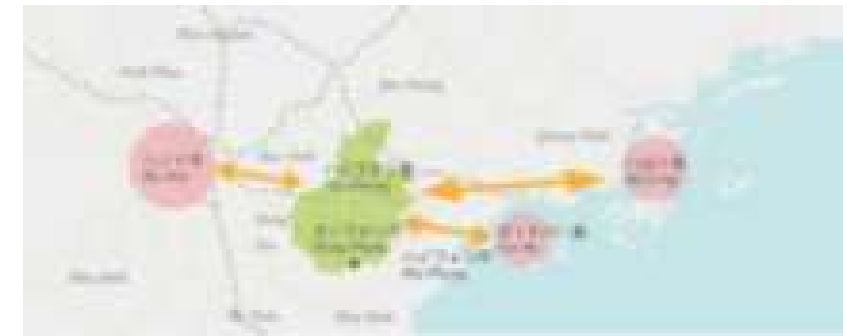
Bảng 3.3.1. Danh sách phường nghệ thuật múa rối nước còn hoạt động

Thành phố/Tỉnh	Quận/ Huyện	Tên phường nghệ thuật múa rối nước
Thành phố Hà Nội	Đông Anh	Phường nghệ thuật múa rối nước Đào Thục
		Phường nghệ thuật múa rối nước Hà Hương
		Phường nghệ thuật múa rối nước Nhan Tài
		Phường nghệ thuật múa rối nước Thi Lan
	Thạch Thất	Phường nghệ thuật múa rối nước Bình Phú (Làng Gia)
		Phường nghệ thuật múa rối nước Yên Thôn
		Phường nghệ thuật múa rối nước Chàng Sơn
	Mỹ Đức	Phường nghệ thuật múa rối nước Đông Bình (Mít)
Tỉnh Bắc Ninh	Thuận Thành	Phường nghệ thuật múa rối nước Bùi Xá
		Phường nghệ thuật múa rối nước Đồng Ngự
	Quế Võ	Phường nghệ thuật múa rối nước Thanh Long
		Phường nghệ thuật múa rối nước Thịnh Lộc
Tỉnh Hải Dương	Văn Yên	Phường nghệ thuật múa rối nước Lại Ốc
	Ninh Giang	Phường nghệ thuật múa rối nước Bồ Dương (Hồng Phong)
	Thanh Hà	Phường nghệ thuật múa rối nước Thanh Hải
	Gia Lộc	Phường nghệ thuật múa rối nước Bùi Thượng
Thành phố Hải Phòng	Vĩnh Bảo	Phường nghệ thuật múa rối nước Nhân Hòa
Tỉnh Nam Định	Nam Định	Phường nghệ thuật múa rối nước Nam Chấn
		Phường nghệ thuật múa rối nước Nam Giang (Giáp Nhất)
Tỉnh Ninh Bình	Yên Mô	Phường nghệ thuật múa rối nước Non Khe
	Gia Viễn	Phường nghệ thuật múa rối nước Tra Dinh
Tỉnh Thái Bình	Đông Hưng	Phường nghệ thuật múa rối nước Nguyên Xá
		Phường nghệ thuật múa rối nước Đông Các
		Phường nghệ thuật múa rối nước Duyên Tục
		Phường nghệ thuật múa rối nước Nu Phong
		Phường nghệ thuật múa rối nước Kỳ Hội

(Nguồn: Rối nước Truyền thống Việt Nam, Nguyễn Huy Hồng, 06/2010, Nhà xuất bản Thế Giới)

(2) Vị trí của điểm du lịch tại tỉnh Hải Dương

Tọa lạc ở phía Đông Hà Nội, Hải Dương là tỉnh nằm trong tam giác tăng trưởng kinh tế và vùng trọng điểm phát triển du lịch Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh. Đây là điều kiện tốt cho Hải Dương có thể phát triển du lịch.



Sơ đồ 3.3.1. Vị trí tỉnh Hải Dương

Cơ quan Hợp tác Quốc tế Nhật Bản và Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch phối hợp với Sở VH-TDL tỉnh Hải Dương, cùng UBND các địa phương có liên quan trên địa bàn Hải Dương tiến hành điều tra, khảo sát tại 4 điểm trong bảng 3.3.2. Trong quá trình khảo sát, chúng tôi đã khảo sát trên quan điểm tính độc đáo của tài nguyên du lịch và khả năng tiếp cận điểm du lịch như mô tả trong bước 1, chương II, sau đó so sánh giữa 4 điểm trên cơ sở cần nhắc đến cả tour du lịch trọn gói sẽ xây dựng, cách bán các tour ấy và quyết định chọn phường nghệ thuật Múa rối nước Hồng Phong là nơi thực hiện dự án phát triển du lịch.

Bảng 3.3.2. Khảo sát so sánh giữa các điểm du lịch nông thôn tỉnh Hải Dương

**Làng Chu Đậu**

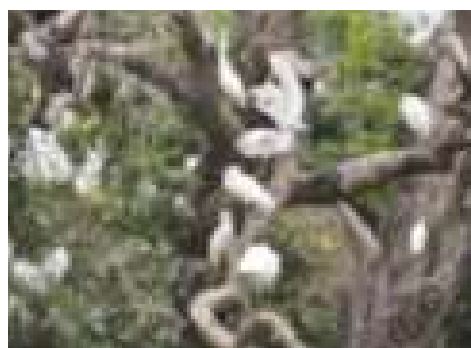
Là nơi có lịch sử làm gốm lâu đời. Hiện tại, công ty Hapro đã hợp tác thành lập xưởng chế tạo gốm. Tại đây có khoảng 500 thợ làm gốm, phần lớn là người dân trong làng, xưởng cũng chính là nơi sản xuất và bán các sản phẩm gốm. Chuyên gia JICA nhận thấy tại đây đã có mô hình kinh doanh các sản phẩm gốm nên việc hỗ trợ, giúp đỡ của JICA là không cần thiết.

**Làng Thanh Hà**

Múa rối nước Thanh Hà bắt đầu từ năm 1700. Năm 2001, Phường múa rối nước ở đây đã được khôi phục trở lại. Phường múa rối nước thường thực hiện các chuyển lưu diễn tại nhiều địa phương khác ở Việt Nam. Chuyên gia JICA nhận định thấy tài nguyên du lịch chỉ có thủy đình nơi diễn ra múa rối nước, tại đây vẫn thiếu các nghệ nhân làm con rối.

**Làng Bồ Dương**

Nghề múa rối nước phát triển từ thế kỷ 17. Hiện tại, ở Bồ Dương vẫn còn những nghệ nhân tạo các con rối. Tại đây, cũng đã bắt đầu đón một số lượng khách du lịch. Phong cảnh làng quê vẫn còn được lưu giữ. Tuy nhiên tại đây chưa có cơ sở hạ tầng đáp ứng cho nhu cầu của khách du lịch. Chuyên gia JICA nhận thấy nơi đây nếu nhận được sự hợp tác hỗ trợ, trong tương lai gần, có khả năng sẽ phát triển một mô hình du lịch thành công.

**Đảo cò (Huyện Thanh Miện)**

Tại hồ, có hàng nghìn chim, cò và vạc cư trú và có tiềm năng phát triển du lịch sinh thái. Tuy nhiên, trước khi phát triển du lịch, cần thiết phải quan tâm đến việc quản lý và bảo tồn giống chim quý là quan trọng hơn cả. Chuyên gia JICA nhận thấy việc hỗ trợ hợp tác du lịch tại thời điểm hiện tại là chưa hợp lý. Tuy nhiên, chuyên gia JICA vẫn đang xem xét về khả năng có thể hỗ trợ trong việc hợp tác kỹ thuật để nâng cao năng lực dịch vụ tại vùng xung quanh đảo Cò.

(3) Điều tra thị trường khách du lịch

Trước khi bắt đầu khai thác, phát triển du lịch, dự án đã tiến hành điều tra lượng khách du lịch đến xã Hồng Phong và phỏng vấn 10 công ty du lịch gửi khách tại làng Bồ Dương, xã Hồng Phong để có thể đánh giá thị trường khách du lịch đến nơi đây.

1. Đánh giá về Phường nghệ thuật rối nước Hồng Phong (đánh giá tài nguyên du lịch)

- So sánh với việc xem múa rối nước tại Hà Nội thì xem rối nước tại làng quê nông thôn như Hồng Phong thú vị hơn vì nhà thủy đình biểu diễn con rối nằm trong một ao nhỏ tự nhiên của làng, những người biểu diễn con rối là những người nông dân.
- Có thể trải nghiệm không gian phong cảnh làng quê nông thôn, tạo cho khách tham quan cảm giác mới mẻ.

2. Lộ trình tour dành cho khách du lịch

- Thông qua tour du lịch Hà Nội – Hạ Long có khả năng đến thăm làng Hồng Phong.
- Thông qua tour du lịch Hà Nội – Ninh Bình và đến thăm làng Hồng Phong.
- Thông qua tour du lịch Hà Nội – Hải Phòng và qua Hồng Phong

3. Đối tượng/ Thị trường khách mục tiêu

- Đối tượng/Thị trường khách mục tiêu là khách du lịch nước ngoài. Bởi vì khách du lịch nước ngoài cảm thấy được vẻ đẹp sự kết hợp hài hòa giữa nông thôn Việt Nam đời thường và nghệ thuật múa rối nước.

4. Những điều kiện cần để đón tiếp khách du lịch

- Cần có nhà vệ sinh công cộng tại làng. Cho đến thời điểm hiện tại, khách du lịch vẫn chưa yên tâm về vấn đề này.
- Muốn tìm hiểu về quá trình hình thành múa rối nước và sự thú vị trải nghiệm làm các con rối.
- Không chỉ xem múa rối nước mong muốn có thể những chương trình trải nghiệm cuộc sống nông thôn.
- Nên cải thiện sự giao tiếp của người dân với khách du lịch
- Muốn có tour đi xe đạp hoặc tản bộ

Thông qua những kết quả trên, chúng ta có thể thấy thị trường khách du lịch đến làng Hồng Phong là rất lớn và thấy được giá trị biểu diễn nghệ thuật múa rối nước làng Hồng Phong. Ngoài ra, để có thể tiếp đón khách du lịch tại đây, việc giới thiệu quá trình lịch sử hình thành và tạo con rối, xây dựng nhà vệ sinh sạch sẽ là điều rất cần thiết. Bên cạnh đó, chúng ta cũng thấy được nhu cầu cần có chương trình tham quan đời sống nông thôn.

Bước 2**3.3.3.2. Xây dựng cơ cấu tổ chức du lịch dựa trên tổ chức đã hình thành****(1) Hoạt động phát triển du lịch của Phường rối nước Hồng Phong**

Múa rối nước Hồng Phong đã bị quên lãng trong một thời gian dài. Đến năm 1989, bắt đầu có những hoạt động phục hồi, thủy đình được phục chế lại. Năm 1990, đoàn nghệ thuật múa rối nước Hồng Phong được thành lập. Phường nghệ thuật múa rối nước Hồng Phong là bộ phận thuộc UBND xã Hồng Phong, chịu sự quản lý của Sở VH-TTDL tỉnh Hải Dương, cũng là thành viên của Hiệp hội múa rối nước Việt Nam.

Các thành viên của phường nghệ thuật múa rối nước Hồng Phong bao gồm 40 nghệ nhân là những người vừa chế tạo và điều khiển các con rối. Năm 1994, phường tham gia cuộc thi Múa rối nước toàn quốc đã dành được thành tích cao, năm 2012, giành được giải Bạc khi tham gia Hội thi múa rối nước toàn quốc.

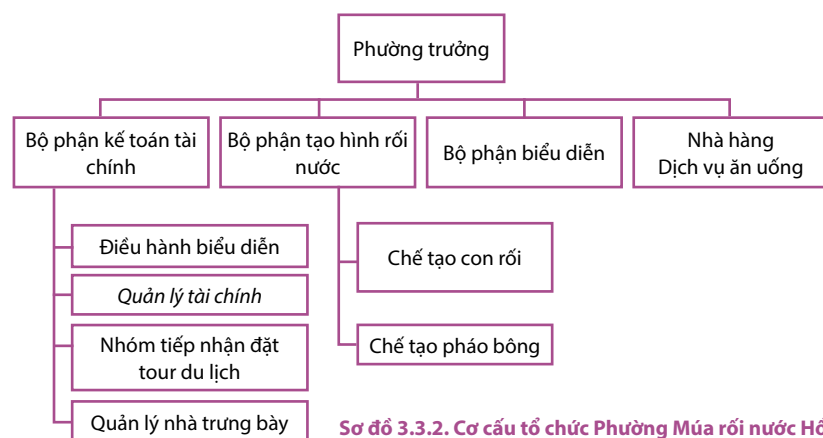
Bảng dưới đây là các thông tin dự án có được khi lấy thông tin từ Phường rối nước Hồng Phong về số lượt biểu diễn của phường. Các buổi biểu diễn của phường không chỉ bó hẹp trong phạm vi trong làng, phường cũng được mời biểu diễn tại Bảo tàng dân tộc học, tham gia hội thi múa rối nước toàn quốc. Đến năm 2012, số lượng khách du lịch đến Hồng Phong tăng đều, các buổi biểu diễn rối nước tại làng đã tăng dần lên.

Bảng 3.3.2. Số lượt biểu diễn của Phường rối nước Hồng Phong

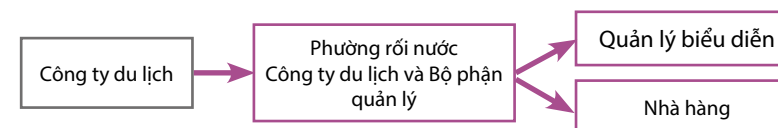
Năm	Số lượt biểu diễn
Từ năm 1990 đến năm 2001	từ 17 đến 20 lượt/năm
Từ năm 2002 đến năm 2005	từ 30 đến 50 lượt/năm
Từ năm 2006 đến năm 2012	200 lượt/năm

(2) Cơ cấu tổ chức của Phường nghệ thuật múa rối nước Hồng Phong

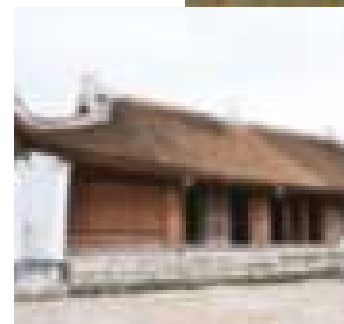
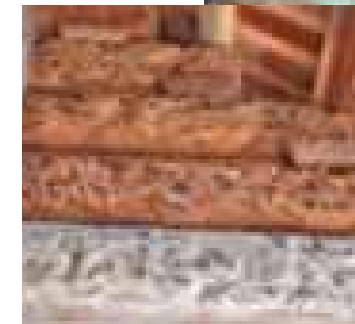
Phường múa rối nước hiện nay có 40 người. Những năm gần đây Phường chủ yếu tham gia việc tạo hình con rối và biểu diễn tại các hội thi. Nhưng từ năm 2012, Phường bắt đầu nhận được các tour du lịch và củng cố cơ cấu hoạt động của Phường bằng việc thêm các bộ phận tổng hợp và bộ phận quản lý tài chính.

**Sơ đồ 3.3.2. Cơ cấu tổ chức Phường Múa rối nước Hồng Phong****(3) Nhóm tiếp nhận đặt tour du lịch**

Phường múa rối nước và nhóm quản lý nhận tour từ công ty du lịch, điều hành liên lạc với nhóm biểu diễn múa rối nước và dịch vụ ăn uống để phục vụ khách du lịch. Lợi nhuận thu được tiếp nhận từ ban quản lý tài chính và phân chia nhiệm vụ cho các nhóm liên quan.

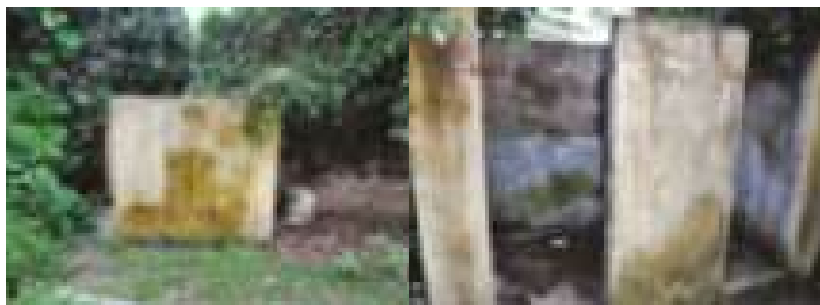
**Sơ đồ 3.3.3. Quá trình nhận đặt tour theo yêu cầu công ty du lịch****Bước 3****3.3.3.3. Tài nguyên du lịch xã Hồng Phong và phương pháp vận dụng**

Tháng 5 năm 2012, JICA đã phối hợp với Phường Múa rối nước Hồng Phong thực hiện việc điều tra tài nguyên du lịch làng Hồng Phong. Qua cuộc điều tra, chúng tôi biết được làng Hồng Phong có các tài nguyên du lịch đã được công nhận là di sản văn hóa quốc gia như đình, nhà thủy đình, các hộ dân làm múa rối nước, nhà làm pháo, cảnh quan thiên nhiên v.v. Trong số đó, Phường rối nước có giá trị tài nguyên du lịch vô cùng to lớn. Bởi vậy, về việc phát triển du lịch tại làng Hồng Phong, điều trước hết là cần thiết phát triển Phường múa rối nước, đặc biệt là việc xem biểu diễn múa rối nước, xem quá trình tạo hình con rối, giới thiệu về văn hóa, lịch sử hình thành múa rối nước, cũng như đời sống của người dân và Phường rối nước Hồng Phong.

Nhà Thủy đình còn lưu lại giữa làng**Các nghệ nhân kế tục tạo con rối****Đình làng được công nhận di sản văn hóa quốc gia****Trong số hoa văn điêu khắc trang trí bên trong đình có hình tượng con rối nước**

Bước 4**3.3.3.4. Lập kế hoạch xây dựng nhà trưng bày để tăng cường khả năng tiếp nhận du lịch****(1) Tình hình cơ sở vật chất đã có từ trước**

Để có thể tiếp đón khách du lịch, cần phải có môi trường tiếp đón sạch sẽ. Tuy nhiên, trong quá trình điều tra, nhóm dự án nhận thấy gần nhà thủy đình biểu diễn rối nước chỉ có một nhà vệ sinh cũ (ảnh 3.3.4). Nhà vệ sinh này đối với khách du lịch chưa phải là sạch sẽ, vì vậy, chúng tôi muốn thực hiện xây dựng nhà trưng bày để có thể giới thiệu về văn hóa, lịch sử múa rối nước Hồng Phong và xây dựng gắn liền hệ thống nhà vệ sinh tiêu chuẩn, chúng tôi thực hiện xây dựng kế hoạch, chi phí xây dựng và thiết kế do JICA hỗ trợ.



Hình 3.3.4. Nhà vệ sinh trước đây

(2) Kế hoạch xây dựng

Sau nhiều cuộc trao đổi với UBND xã Hồng Phong, địa điểm lập kế hoạch xây dựng được quyết định ở vị trí gần đình làng và phòng Văn hóa của xã. Nhà thủy đình nằm cạnh nhà Văn hóa. Để xây dựng nhà trưng bày giúp cho khách du lịch có thể dễ sử dụng, dự án đã lưu ý đến những vấn đề dưới đây khi thực hiện thiết kế và xây dựng nhà trưng bày:

- Ý thức được tầm quan trọng của mối liên hệ giữa nhà thủy đình, nhà văn hóa, xây dựng mô hình thiết kế tạo sự kết nối với khách du lịch và người dân.
- Vị trí của nhà trưng bày gần đình làng nên khi xây dựng không đặt vị trí nhà vệ sinh đối diện với đình làng.
- Xây dựng nhà trưng bày có kiến trúc kết hợp hài hòa với kiến trúc cảnh quan của đình về mái nhà và màu sắc
- Để hài hòa với cảnh quan xung quanh, thiết kế tạo ra một không gian nhiều ánh sáng với khung cửa kính.
- Nhà vệ sinh công cộng được xây dựng dựa trên tiêu chuẩn xây dựng nhà vệ sinh công cộng cho khu vực du lịch của Tổng cục Du lịch Việt Nam (VNAT) (Số:225/QĐ – TCDL 5/8/2012)
- Thiết kế không gian trưng bày, sắp đặt mô hình rối nước và các bảng thông tin giới thiệu, tạo không gian trải nghiệm thú vị cho khách du lịch.



Quang cảnh trước khi xây dựng



Sơ đồ 3.3.4. Bản vẽ vị trí nhà trưng bày múa rối nước và cảnh quan xung quanh

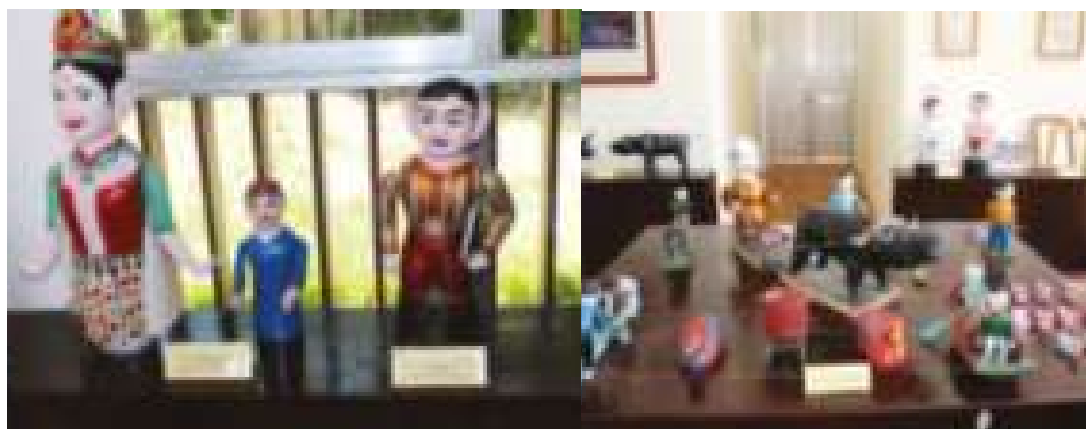


Toàn cảnh nhà trưng bày mùa rỗi nước

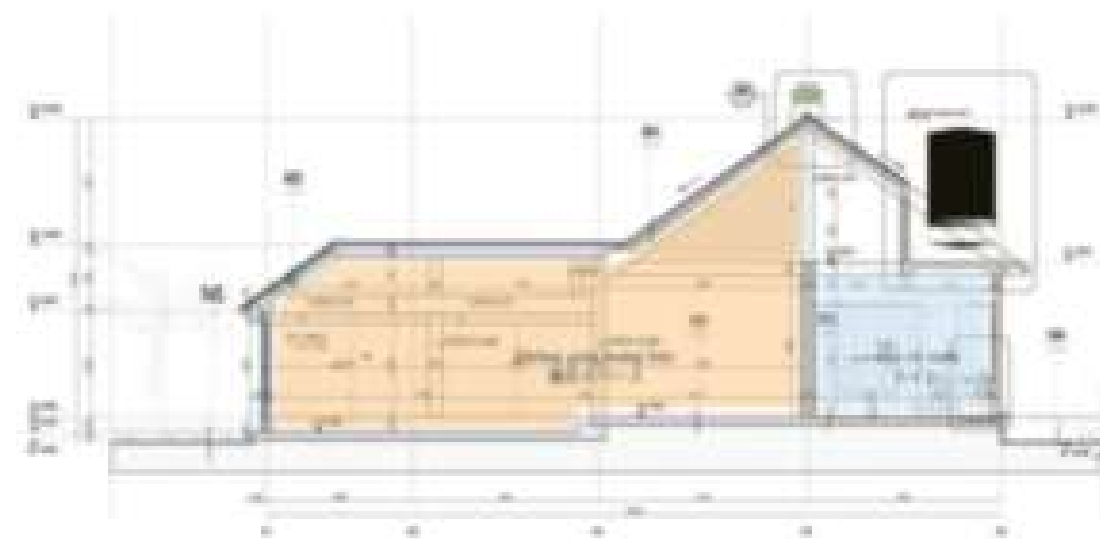
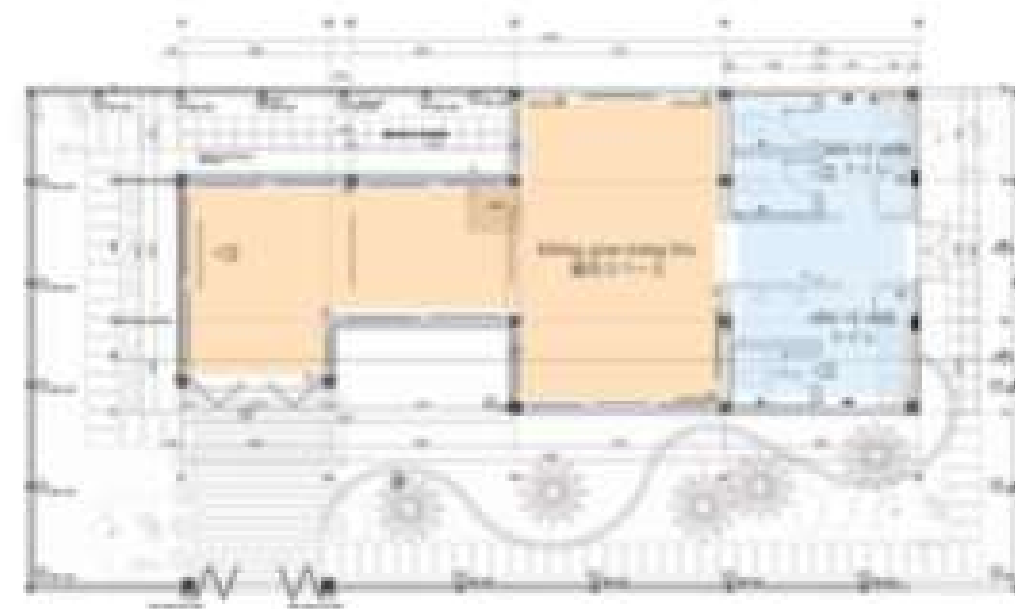


Bên trong Nhà trưng bày

Toilet vệ sinh được xây dựng bên trong nhà Trưng bày



Một góc trưng bày



Bản vẽ thiết kế nhà trưng bày mùa rỗi nước

3.3.3.5. Xây dựng FAM tour để quảng bá du lịch

Năm 2012 và năm 2013, Sở VHTTDL tỉnh Hải Dương cùng kết hợp với JICA và Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch mời các công ty du lịch tham gia FAM tour. Nội dung của FAM tour bao gồm mời các công ty du lịch từ Hà Nội tham gia khảo sát chương trình biểu diễn rối nước, thưởng thức dịch vụ ăn trưa tại đây cũng như giới thiệu về các sản phẩm du lịch các vùng lân cận.

Nội dung FAM tour năm 2013 bao gồm việc thưởng thức múa rối nước Hồng Phong, dịch vụ ăn trưa, thăm vườn vải Thanh Hà, thăm làng gốm Chu Đậu trong thời gian 1 ngày.

Giao thông đi lại đến Hồng Phong vẫn chưa được thuận tiện, nhưng sau các chuyến FAM tour, với những lợi thế của một điểm du lịch mà phường rối nước Hồng Phong có được, lượng khách trong tương lai sẽ tăng dần.

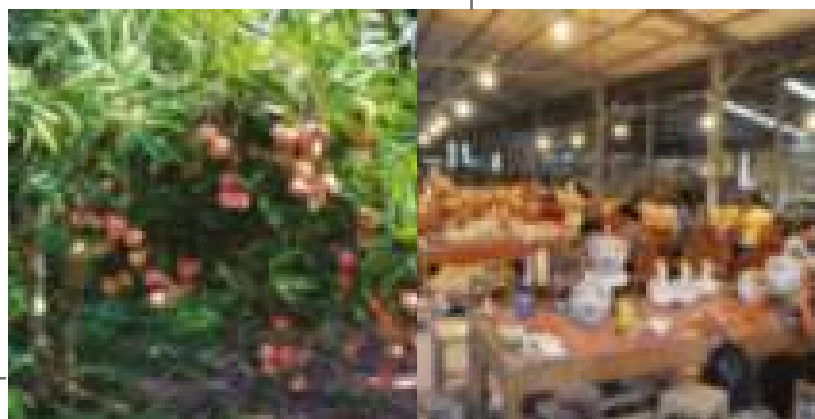


Hình ảnh quan khách xem Múa rối nước

Hình ảnh quan khách tham quan nhà trưng bày múa rối nước

Từ Hồng Phong đi ô tô khoảng 60 phút thì đến làng Gốm Chu Đậu

Tháng 6 hằng năm là mùa Vải, trái cây đặc sản của Thanh Hà, Hải Dương



3.3.3.6. Công tác kiểm soát số lượt khách du lịch

Thông qua tour du lịch FAM, lượng khách du lịch đến Hồng Phong ngày càng tăng lên. Phần lớn những khách du lịch đến đây đều là người nước ngoài, nhiều nhất là du khách Pháp, Đức, Hàn Quốc. Số lượt khách du lịch được thể hiện trong bảng 3.3.3. Ngoài tháng 6 và tháng 7 nắng nóng ra thì lượng khách đến thăm Phường rối nước mỗi ngày đều tăng. Dịch vụ cung cấp chính gồm biểu diễn rối nước, thăm nhà trưng bày múa rối nước, dịch vụ ăn trưa, ngoài ra, một số khách còn muốn đi tham quan các nơi quanh xã Hồng Phong, cơ sở chế tạo múa rối nước.

Thông qua số liệu về số lượng khách du lịch và số lượng tour, chúng ta có thể nắm bắt được phương hướng phát triển du lịch và xem xét những bước phát triển cần thiết cho việc quảng bá hình ảnh du lịch tại Hồng Phong.

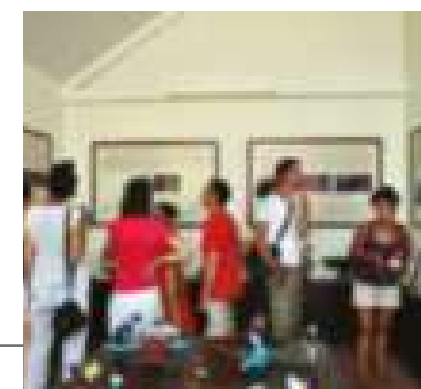
Bảng 3.3.3. Sự thay đổi lượng khách và thu nhập của Phường Múa rối nước Hồng Phong

Năm	Tháng	Số lượng tour	Số lượt khách	Dịch vụ du lịch chính	Thu nhập(VND)
2012	10	16	348	Biểu diễn rối nước, Ăn trưa	57,210,000
	11	14	139	Biểu diễn rối nước, Ăn trưa	27,750,000
	12	24	284	Biểu diễn rối nước, Ăn trưa	52,490,000
2013	1	14	235	Biểu diễn rối nước, Ăn trưa	12,400,000
	2	19	337	Biểu diễn rối nước, Ăn trưa	16,250,000
	3	24	636	Biểu diễn rối nước, Ăn trưa	86,950,000
	4	23	562	Biểu diễn rối nước, Ăn trưa	26,030,000
	5	18	403	Biểu diễn rối nước, Ăn trưa	15,260,000
	6	4	17	Biểu diễn rối nước, Ăn trưa	3,680,000
	7	12	60	Biểu diễn rối nước, Ăn trưa	1,570,000
	8	7	103	Biểu diễn rối nước, Ăn trưa	18,270,000
	9	17	172	Biểu diễn rối nước, Ăn trưa	34,390,000
Tổng		192	3296		352,250,000



Hình ảnh du khách xem Múa rối nước

Hình ảnh du khách thăm nhà trưng bày



3.3.4. Tương lai của nghệ thuật Múa rối nước và việc phát triển du lịch

Việt Nam đang trên đà tiến triển. Nghệ thuật Múa rối nước của làng Hồng Phong một thời bị rơi vào suy thoái nhưng sau năm 2012 đã được bảo tồn và kế thừa trở lại nhờ có du khách đến tham quan đem theo lợi nhuận.

Đối với du khách, việc thưởng thức trình diễn Múa rối nước ngay tại “cái nôi” của nghệ thuật này là một kỷ niệm đẹp, trở thành động cơ tham quan của họ. Đối với người dân trong làng, Múa rối nước tạo công việc, làm tăng thu nhập. Trong tương lai, không chỉ trình diễn mà nhiều người dân và cả các nghệ nhân trong làng sẽ tham gia nhiều hơn để phát triển hàng lưu niệm, phát triển thêm nhiều chương trình du lịch lồng ghép trải nghiệm các ngành nghề truyền thống khác, trải nghiệm đời sống nông thôn v.v.

Ngoài ra, ở Bắc bộ, như giới thiệu trong bảng 3.3.1., có khá nhiều nông thôn hiện còn đang lưu giữ văn hóa Múa rối nước. Mong muốn làm sao để du khách có thể thưởng thức Múa rối nước tại nhiều nông thôn khác ngoài làng Hồng Phong. Để đạt được điều này, tôi nghĩ rằng cần phải trang bị cơ chế tiếp nhận du lịch và tăng cường các hoạt động quảng bá.

3.3.5. Nhìn lại quá trình phát triển du lịch của làng rối nước Hồng Phong



Một số kinh nghiệm và kế hoạch tương lai của UBND huyện Ninh Giang trong việc bảo tồn và phát huy giá trị của Phường múa rối nước Hồng Phong
(Nguyễn Thành Vạn - Trưởng phòng Văn hóa và Thông tin huyện Ninh Giang)

Để bảo tồn và phát huy giá trị của nghệ thuật múa rối nước Hồng Phong, UBND huyện Ninh Giang đã chỉ đạo ngành Văn hóa - Thông tin huyện và UBND xã Hồng Phong thường xuyên quan tâm kiện toàn đội ngũ nghệ nhân của Phường. Khuyến khích sưu tầm và phục hồi các tích, trò cổ để tái hiện cuộc sống lao động của các cư dân, sáng tạo một số trò mới, phản ánh cuộc sống đương đại. Ngoài việc biểu diễn tại chỗ phục vụ nhân dân và khách du lịch, UBND huyện luôn quan tâm tạo điều kiện để phường đi biểu diễn phục vụ các lễ hội trong và ngoài tỉnh, tham gia các cuộc Liên hoan do tỉnh và Trung ương tổ chức, vừa giúp nâng cao chất lượng nghệ thuật, giao lưu học hỏi, vừa tăng cường giới thiệu, quảng bá nghệ

thuật múa rối nước tới đồng bào trong nước và bạn bè quốc tế.

Năm 2013, Cơ quan Hợp tác Quốc tế Nhật Bản (JICA) phối hợp với Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch đã hỗ trợ xây dựng và đưa vào sử dụng Nhà trưng bày Nghệ thuật múa rối nước Hồng Phong. Đây là điều kiện thuận lợi để Phường múa rối nước quảng bá, giới thiệu với du khách về loại hình nghệ thuật độc đáo này.

Ngày nay, ngoài biểu diễn, phường đã tập trung đào tạo cho thế hệ trẻ, sản xuất con rối để phục vụ hoạt động của Phường và phục vụ khách du lịch.

Cùng với múa rối nước Việt Nam, Phường nghệ thuật múa rối nước Hồng Phong đã gìn giữ và phát huy nghệ thuật độc đáo của dân tộc, di sản văn hóa phi vật thể của nhân loại.



Múa rối nước Hồng Phong ra đời từ trước thế kỷ 17. Các trò múa rối nước vẫn được lưu truyền từ thế hệ này qua thế hệ khác cho đến ngày nay. Để múa rối nước Hồng Phong còn tồn tại đến ngày hôm nay, bao nhiêu thế hệ với lòng đam mê, nhiệt tình, không ngại khó, biết sáng tạo ra các trò diễn mới để nghệ thuật này thêm đặc sắc, thú vị. Tất cả người dân Bồ Dương, ai cũng tự hào về quê hương mình có nghề múa rối nước độc đáo, nay chúng tôi kế thừa, phát huy bản sắc văn hóa của mình, lại nhận được sự đón nhận từ các du khách trong và ngoài nước. Chúng tôi cảm thấy vinh dự vì đã mang hình ảnh người nông dân cần cù, chăm chỉ, chịu khó, hình ảnh làng quê Việt Nam đến bạn bè quốc tế. Nếu quê hương chúng tôi không có trò rối nước và sự hỗ trợ của các công ty lữ hành, thì chẳng ai biết đến mảnh đất này. Đặc biệt, đầu năm 2013, tổ chức JICA đã giúp đỡ xây dựng nhà trưng bày múa rối nước Hồng Phong cung cấp thông tin cho du khách về sự ra đời, phát triển, danh hiệu mà phường rối nước đã đạt được trong những năm qua, v.v... Phường múa rối nước Hồng Phong hiện đã phục vụ dịch vụ ăn uống sạch sẽ, ngon miệng cho du khách. Trong tương lai, phường múa rối nước Hồng Phong sẽ mở rộng phát triển du lịch, nâng cấp chỗ ngồi xem múa rối, bảo vệ môi trường sạch sẽ hơn, sản xuất sản phẩm du lịch phục vụ cho du khách. Chúng tôi hi vọng khách du lịch sẽ hài lòng và ấn tượng sau khi kết thúc chuyến du lịch tại phường múa rối nước Hồng Phong.”

(Phó trưởng Phường Múa rối nước Hồng Phong)



ĐIỂN HÌNH THỰC TẾ 3: LÀNG PHƯỚC TÍCH, TỈNH TT HUẾ

TÁI SINH NGHỀ GỖM VÀ SINH HOẠT TRUYỀN THỐNG BẰNG DU LỊCH



3.4. Điển hình thực tế 3: Làng Phước Tích, tỉnh Thừa Thiên Huế

3.4.1. Khái quát làng Phước Tích

Làng Phước Tích thuộc huyện Phong Điền, một huyện phía Bắc tỉnh Thừa Thiên Huế, miền Trung Việt Nam, là vùng quê thanh bình với gần 400 người sinh sống. Làng Phước Tích còn lưu giữ nhiều nhà cổ, nhà thờ họ, đền, chùa, miếu... với cảnh quan thiên nhiên đẹp. Năm 2009, làng được công nhận là di sản văn hóa cấp Quốc gia, trở thành ngôi làng thứ 2 đạt danh hiệu này sau làng cổ Đường Lâm.

Làng Phước Tích có nghề sản xuất gốm truyền thống với lịch sử năm trăm năm nên còn được biết đến với tên gọi "làng gốm Phước Tích". Thời kỳ hưng thịnh, một số sản phẩm gốm Phước Tích đã được xuất khẩu ra nước ngoài. Tuy nhiên, do ảnh hưởng chiến tranh Việt Nam và tình trạng già hóa của làng Phước Tích, nghề gốm truyền thống này đã dần bị mai một.

3.4.2. Những điểm chính trong điển hình Phước Tích

Những vấn đề phải đối mặt khi bắt đầu phát triển du lịch làng Phước Tích là:

- Nghề gốm suy thoái nên cơ hội việc làm giảm khiến thu nhập của người dân thấp, kết quả là dân số lao động phải đi mưu sinh tại các thành phố lớn.
- Tình trạng già hóa và mật độ dân số thưa thớt dẫn đến suy thoái cộng đồng nông thôn.
- Người dân ly hương và mật độ sinh sống thưa dẫn đến hiện tượng nhà bỏ trống, các công trình kiến trúc bị xuống cấp.

Chúng tôi giải quyết các vấn đề nêu trên bằng cách phát triển du lịch tại làng Phước Tích. Bởi lễ du lịch có thể tạo ra cơ hội khởi nghiệp mới, tạo công việc cho người dân từ tài nguyên và nguồn nhân lực của địa phương, mang lại hiệu quả kinh tế cao và hỗ trợ tốt trong sự nghiệp bảo tồn di sản văn hóa.

Điển hình này đề cập đến phương pháp phát triển du lịch vận dụng sinh hoạt và kiến trúc truyền thống di sản văn hóa cấp Quốc gia tại làng Phước Tích và trình bày những hiệu quả mà du lịch đem lại.

Bước 1**3.4.3. Phương pháp và quá trình phát triển du lịch làng Phước Tích****3.4.3.1. Lập kế hoạch****(1) Khảo sát làng Phước Tích, đăng ký di sản văn hóa quốc gia**

Từ tháng 7 đến tháng 8 năm 1998, Viện Nghiên cứu Kiến trúc Việt Nam, Trường Đại học Nữ Chiêu hòa, Trung tâm Bảo tồn Di tích Huế, khoa Kiến trúc Trường Đại học Khoa học Huế đã thực hiện khảo sát sơ bộ 690 ngôi nhà cổ trong toàn tỉnh Thừa Thiên Huế, phân cấp và xếp hạng giá trị kiến trúc của các nhà cổ trong toàn tỉnh. Sau đó, từ tháng 8/1998 đến tháng 4/1999, đợt khảo sát lần thứ 2 được diễn ra, khảo sát chi tiết 70 công trình kiến trúc cổ trong số 690 công trình nói trên, các nhà cổ đều được khảo sát, tái tạo bản vẽ thiết kế theo chuyên môn kiến trúc, trong đó có các nhà cổ tại làng Phước Tích.

Năm 2003, với đánh giá về giá trị di sản văn hóa của làng Phước Tích của ông Hoàng Đạo Kính, kiến trúc sư Việt Nam, các cuộc khảo sát và hội thảo khoa học về làng di sản Phước Tích do Chính phủ Việt Nam đã được thực hiện. Dựa vào kết quả này, tháng 8/2006, Sở VH-TDL tỉnh Thừa Thiên Huế đã lập hồ sơ di sản văn hóa quốc gia cho làng Phước Tích. Đến tháng 3/2009, Phước Tích được công nhận là Di sản Văn hóa cấp Quốc gia và là ngôi làng đạt danh hiệu thứ 2 sau làng cổ Đường Lâm. Sau đó, tháng 6/2009, những quy định về việc bảo tồn làng Phước Tích được công bố, làm cơ sở cho quy chế bảo tồn, tạo nền tảng cho công cuộc bảo tồn nông thôn và phát triển du lịch.

(2) Kế hoạch du lịch

Từ tháng 8/2009 đến tháng 3/2011, Trường Đại học Nữ Chiêu hòa, Viện Nghiên cứu Di sản Văn hóa Nara của Nhật Bản đã thực hiện khảo sát tại làng Phước Tích. Kế hoạch bảo tồn và kế hoạch du lịch cho làng Phước Tích đã được xây dựng dựa trên kết quả khảo sát này, trong đó kế hoạch du lịch bao gồm các nội dung sau đây:

1. Đánh giá lại những đặc điểm hấp dẫn du lịch của làng Phước Tích

- Là các tài nguyên du lịch như cảnh quan từ sông Ô Lâu bao quanh làng Phước Tích, hồ sen nằm ngay giữa làng, quần thể nhà cổ, xưởng gốm, hệ thống miếu, đền, nhà thờ họ nằm quần tụ quanh làng.

2. Kế hoạch xây dựng tour du lịch

- Lập tour kết nối những điểm hấp dẫn du lịch nói trên.
- Thiết kế tour trong ngày hoặc nửa ngày với các hoạt động kết hợp đi bộ và đi thuyền cho khách du lịch đến làng bằng xe bus hoặc xe ô tô.

3. Kế hoạch thực hiện tour du lịch đã xây dựng

- Lập kế hoạch trang bị nhà hàng và các cơ sở cung cấp dịch vụ, điểm trưng bày sản phẩm và biểu diễn làm gốm.

4. Đào tạo nhân lực du lịch

- Nhân lực phục vụ du lịch cần phải đào tạo tại làng Phước Tích là những thợ gốm đã theo nghề đến năm 1990, những người dân trong các nhà cổ (những người sẽ kinh doanh dịch vụ homestay và nhà hàng), những thành viên trong hội phụ nữ sẽ tham gia cung cấp các dịch vụ du lịch khác.

(3) Vị trí của làng Phước Tích trong Quy hoạch Tổng thể Phát triển Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế

Theo Quy hoạch Tổng thể Phát triển Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2020, làng Phước Tích được lựa chọn làm một điểm phát triển sản phẩm du lịch mới. Từ trước đến nay, Huế vẫn xúc tiến du lịch chủ yếu với Quần thể di tích Cố đô Huế, nhưng để đáp ứng thị hiếu du lịch ngày nay đòi hỏi phải phát triển thêm sản phẩm du lịch vận dụng các tài nguyên văn hóa và tự nhiên ở vùng phụ cận, và Phước Tích là một trong số những đối tượng phát triển ấy.

(4) Dự án phát triển du lịch tại làng Phước Tích

Dự án “Phát triển bền vững địa phương thông qua du lịch di sản” do Sở VH-TDL tỉnh Thừa Thiên Huế, JICA và Trường Đại học Nữ Showa thực hiện kéo dài 3 năm từ tháng 4/2011 đã hoạch định kế hoạch cho làng Phước Tích như trong bảng 3.4.1.

Với dự án này, Sở VH-TDL tỉnh Thừa Thiên Huế mong muốn xây dựng nền tảng đáp ứng nhu cầu của du khách, biến Phước Tích trở thành một điểm du lịch hấp dẫn, với mục tiêu là:
- Khôi phục nghề gốm truyền thống để thu hút nhân lực trẻ hồi hương.
- Thông qua du lịch đa dạng hóa ngành nghề (mở rộng hướng chọn ngành nghề từ nông nghiệp sang thủ công nghiệp - nghề gốm), tăng thu nhập cho người dân.

Bảng 3.4.1. Kế hoạch của làng Phước Tích trong khuôn khổ dự án “Phát triển bền vững địa phương thông qua du lịch di sản”

Kết quả được kì vọng

Đào tạo, khôi phục nghề truyền thống (nghề gốm) và xây dựng cơ chế tiếp nhận du lịch theo hình thức trải nghiệm nghề truyền thống.

Các hoạt động

- 1) Thành lập Ban quản lý dự án và nhóm cung cấp dịch vụ du lịch (dưới đây gọi là tổ chức cộng đồng) từ người dân.
- 2) Tổ chức cộng đồng làm chủ thể đánh giá nghề gốm như là một tài nguyên du lịch, sau đó xây dựng kế hoạch khôi phục nghề gốm, gắn kết nghề gốm với hoạt động du lịch.
- 3) Dự án (phía Nhật Bản) xây dựng lại một số cơ sở vật chất, hỗ trợ kỹ thuật để khôi phục nghề gốm.
- 4) Các chuyên gia dự án (phía Nhật Bản) và các chuyên gia của Việt Nam tại các địa phương khác (như Bát Tràng v.v...) đã tư vấn về phát triển và bán sản phẩm gốm, hỗ trợ quản lý sản xuất.
- 5) Dự án (phía Nhật Bản) đã tư vấn về nâng cao dịch vụ du lịch (nhà hàng, bán sản phẩm lưu niệm, trải nghiệm gốm v.v...).
- 6) Dự án (phía Nhật Bản) đã hỗ trợ phát triển công cụ du lịch (bản đồ, tờ rơi du lịch).
- 7) Tổ chức cộng đồng và dự án (phía Nhật Bản) đã xây dựng Trung tâm Thông tin du lịch làm điểm nhấn du lịch cho làng Phước Tích.
- 8) Tất cả những người liên quan đã tham gia quảng bá các chương trình du lịch và chương trình trải nghiệm gốm làng Phước Tích tại các kỳ Festival Huế.
- 9) Tổ chức cộng đồng đóng vai trò chính trong việc xúc tiến liên kết với các công ty du lịch trong tỉnh Thừa Thiên Huế, Sở Công thương v.v... để mở rộng thị trường du lịch nghề gốm và du lịch Phước Tích.

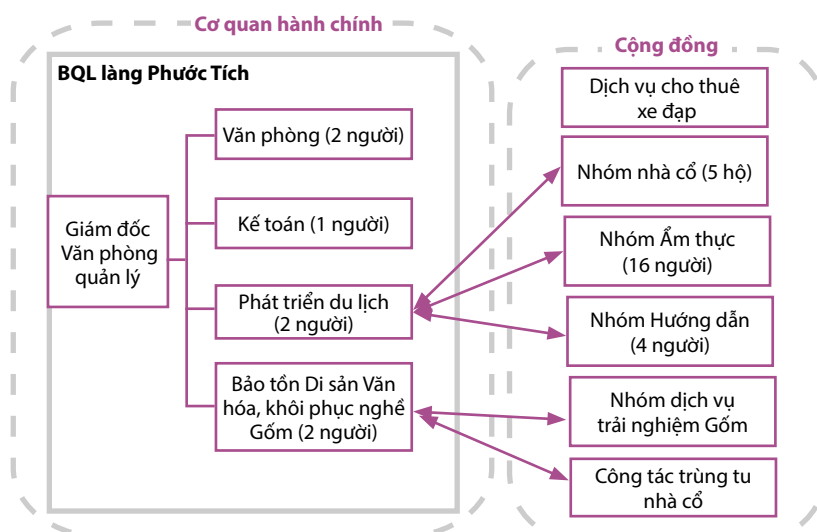
Bước 2**3.4.3.2. Hình thành cơ chế quản lý làng cổ, phát triển du lịch****(1) Thành lập Ban quản lý**

Ban quản lý làng Phước Tích đầu tiên được thành lập ngay sau khi làng Phước Tích được công nhận là Di sản Văn hóa cấp Quốc gia vào tháng 3/2009, do các cán bộ thuộc UBND huyện Phong Điền và xã Phong Hòa kiêm nhiệm. Sau đó, Ban quản lý thay đổi nhân sự với 7 thành viên mới, trong đó có đại diện của làng Phước Tích.

Tuy nhiên, phần lớn thành viên của Ban quản lý này vẫn là cán bộ của huyện, xã kiêm nhiệm, và do ngân sách hoạt động của Ban quản lý không được phân bổ đủ, nên tháng 1/2013, Ban quản lý làng Phước Tích mới gồm 8 thành viên chuyên nhiệm đã được thành lập. Vai trò chính của Ban quản lý Phước Tích mới là quản lý kế hoạch và kế hoạch ngân sách liên quan đến bảo tồn làng cổ và các di sản văn hóa, phát triển du lịch, khôi phục nghề truyền thống.

(2) Hình thành các nhóm cung cấp dịch vụ du lịch của cộng đồng địa phương

Ngay khi bắt đầu, dự án “Phát triển bền vững địa phương thông qua du lịch di sản” đã thành lập các nhóm người dân cung cấp dịch vụ du lịch như nhóm khôi phục nghề gốm – cung cấp trải nghiệm làm gốm từ các thợ gốm, nhóm nhà cổ, nhóm cung cấp dịch vụ ăn uống từ các thành viên Hội Phụ nữ, nhóm hướng dẫn viên địa phương, tiến hành các hoạt động trong dự án. Các hoạt động này vẫn tiếp tục được thực hiện đến ngày nay. Hình 3.4.1 là sơ đồ tổ chức của Ban quản lý làng Phước Tích thời điểm tháng 11/2013 và các nhóm cung cấp dịch vụ du lịch của cộng đồng địa phương.

Cơ cấu tổ chức của Ban quản lý làng Phước Tích**Hình 3.4.1. Sơ đồ tổ chức của Ban quản lý làng Phước Tích****Bước 3****3.4.3.3. Xây dựng sản phẩm du lịch**

Sản phẩm du lịch làng Phước Tích được xây dựng theo hai hướng cơ bản: du lịch gắn với nghề gốm truyền thống và du lịch gắn với tài nguyên nhà cổ di sản văn hóa. Nhân lực chủ yếu là Ban quản lý làng Phước Tích và các nhóm người dân tham gia thực hiện. Dưới đây là khái quát và các bước thực hiện.

(1) Khôi phục nghề gốm và gắn nghề gốm với hoạt động du lịch (từ năm 2011 đến năm 2012)

Cùng với nhóm thợ gốm làng Phước Tích, dự án đã tiến hành các bước:

- Tìm hiểu hiện trạng nghề gốm
- Lập kế hoạch khôi phục nghề gốm và gắn nghề gốm với hoạt động du lịch
- Tập huấn học tập kỹ thuật, bồi dưỡng nhân lực

1) Tìm hiểu hiện trạng nghề gốm

Trước hết, khi dự án vừa được triển khai, chúng tôi đã thực hiện khảo sát tính đặc trưng và khả năng ứng dụng của gốm Phước Tích. Đồ gốm Phước Tích chủ yếu là các vật dụng hằng ngày như lu, trình, thố... (đựng gạo, lúa, đồ khô); om, tráp... (các loại dụng cụ nấu ăn), và có đặc điểm là không tráng men. Ngày nay, do công nghệ sản xuất đồ gia dụng phát triển, sản phẩm giá rẻ tràn ngập thị trường, nên đồ Gốm Phước Tích không còn phù hợp trong đời sống hiện đại nữa, sản phẩm gốm Phước Tích không có đầu ra, số thợ gốm cũng giảm đáng kể.

Về thợ gốm, Phước Tích tồn tại 2 nhóm thợ: nhóm kế thừa kỹ thuật truyền thống và nhóm sử dụng kỹ thuật mới. Nhóm thợ kế thừa kỹ thuật truyền thống gồm 5 người, trong đó có 2 thợ đốt lò, 2 thợ tạo hình và một thợ trang trí. Tuổi đời trên 70 và hiện đang sinh sống từ nguồn thu nhập khác ngoài nghề gốm. Nhóm thợ sử dụng kỹ thuật mới gồm 4 người tuổi đời từ 30-40, đã đi đến các địa phương khác để học hỏi phương pháp sản xuất gốm như Bát Tràng, Hà Nội. Sản phẩm chủ yếu của nhóm thợ này là bình hoa và hàng lưu niệm, sản xuất bằng khuôn. Các sản phẩm này được gửi bán ở các cửa hàng bán hàng lưu niệm tại thành phố Huế.

2) Xây dựng kế hoạch khôi phục nghề gốm và đưa vào du lịch

Chúng tôi đã làm việc với nhóm thợ gốm và quyết định thực hiện các nội dung sau đây:

- Khôi phục nghề gốm: để khôi phục nghề gốm, chúng tôi định hướng sẽ thay đổi sản phẩm cho phù hợp với thị trường, cụ thể là dung hòa các thiết kế hiện đại với phương pháp gốm truyền thống để phù hợp với thị trường hiện nay.
- Tập trung triển lãm và bán hàng, chú trọng mở rộng thị trường.
- Xây dựng các chương trình du lịch đa dạng lấy nghề gốm làm trọng tâm.
- Quảng bá nghề gốm làng Phước Tích trên trang web.

3) Tập huấn học tập kỹ thuật, bồi dưỡng nhân lực

Để phát triển sản phẩm mới thì không chỉ duy trì kỹ thuật truyền thống mà cần phải học các kỹ thuật mới. Dự án đã mời chuyên gia gốm người Nhật Bản đến tập huấn tại làng Phước Tích, tổ chức các chuyến tham quan học tập tại Bát Tràng, Hà Nội và tại Thanh Hà, Hội An cho nhóm thợ gốm.

① Tập huấn gốm lần 1:

◆ **Khái quát chung:**

Thời gian tập huấn: từ 17/8 – 28/8/2011

Địa điểm: làng Phước Tích, tỉnh Thừa Thiên Huế

Giảng viên: chuyên gia gốm người Nhật Bản (Dự án “Phát triển bền vững địa phương thông qua du lịch di sản”)

Đối tượng tham gia: 20 người (bao gồm nhóm thợ kế thừa kỹ thuật truyền thống, nhóm thợ sử dụng kỹ thuật mới và những người dân chưa có kinh nghiệm về gốm)

◆ **Mục đích và nội dung tập huấn:**

- Khảo sát nguyên vật liệu xung quanh làng Phước Tích, cân nhắc loại nguyên vật liệu thích hợp với gốm Phước Tích.
- Thực hiện các hoạt động cải thiện mẫu mã, thử điều chế men.
- Thử phương pháp tạo hình sản phẩm không sử dụng bàn xoay.
- Đưa vào sử dụng bàn xoay điện song song với bàn xoay tay truyền thống.
- Nung thử sản phẩm thiết kế mới có sử dụng men bằng lò củi.

◆ **Kết quả đạt được:**

- Các thợ gốm Phước Tích đã khảo sát nguyên vật liệu xung quanh làng Phước Tích và đã điều chế một số loại men. Nhờ có sự chỉ đạo của chuyên gia gốm người Nhật Bản, họ đã tìm ra phương pháp điều chế men thích hợp. Công thức và phương pháp làm men đó đã được nhóm thợ gốm Phước Tích kế tục đến ngày nay.
- Sau khi sử dụng bàn xoay điện, công đoạn tạo hình sản phẩm vốn đòi hỏi phải có hai người thao tác bằng tay, giờ đã có thể được thực hiện chỉ một người, giúp nâng cao năng suất lao động.
- Để đạt được mục tiêu đa dạng hóa sản phẩm, chúng tôi đã sản phẩm chén đĩa ăn bằng gốm. Cũng từ đó, chén đĩa bằng gốm được sử dụng trong dịch vụ ăn uống dành cho khách tham quan Phước Tích. Sản phẩm này cũng đã bắt đầu được bán như sản phẩm lưu niệm.



Hình ảnh buổi tập huấn



Thử nghiệm điều chế men

② Tập huấn gốm lần 2

(bao gồm chuyến tham quan học tập tại làng gốm Thanh Hà, Hội An, Quảng Nam)

◆ **Khái quát chung:**

Thời gian tập huấn: từ 26/11-8/12/2011 (Học tập tại Thanh Hà từ 28-29/11)

Địa điểm: làng Phước Tích, tỉnh Thừa Thiên Huế; làng Gốm Thanh Hà, Hội An, Quảng Nam

Đối tượng tham gia: 12 người (thợ Gốm Phước Tích, đại diện BQL, cán bộ phòng Công thương huyện Phong Điền)

◆ **Mục đích và nội dung tập huấn:**

Từ kết quả của lần tập huấn đầu tiên, Phước Tích bắt đầu sản xuất các sản phẩm gốm theo thiết kế mới. Tuy đã có bước cải thiện về mẫu mã, nhưng do chưa có kinh nghiệm làm dịch vụ về gốm cho khách du lịch, nên dự án đã tổ chức chuyến tham quan làng Gốm Thanh Hà (Quảng Nam) nổi tiếng cung cấp dịch vụ chất lượng cao, đa dạng, thu hút đông khách du lịch tham gia. Mục đích là tạo cơ hội học tập phương pháp đón tiếp khách du lịch mà chính quyền địa phương và nhóm thợ địa phương làng Thanh Hà đang thực hiện.

◆ **Kết quả đạt được:**

Trong chuyến tham quan làng Thanh Hà, đoàn Phước Tích đã học tập được những nội dung liên quan đến dịch vụ du lịch như sau:

- Phương pháp bảo quản nguyên vật liệu, phương pháp quản lý đất sét
- Phương pháp làm sản phẩm mà người già cũng có thể làm được
- Phương pháp quản lý bảo trì lò, quản lý, bảo quản nhiên liệu
- Cách tiếp đón khách du lịch, bán sản phẩm, cách đóng gói sản phẩm, cách quản lý hàng tồn kho
- Phương pháp điều tra thị trường, quản lý vốn v.v...

③ Tập huấn gốm lần 3

◆ **Khái quát chung:**

Thời gian tập huấn: từ ngày 16-27/3/2012

Địa điểm: làng Phước Tích, tỉnh Thừa Thiên Huế

Giảng viên: Chuyên gia gốm người Nhật Bản (Dự án phát triển bền vững địa phương thông qua du lịch di sản)

Đối tượng tham gia: nhóm thợ gốm Phước Tích

◆ **Mục đích và nội dung tập huấn:**

- Tập huấn để chuẩn bị cho lễ hội Hương xưa Làng cổ, sự kiện lớn được tổ chức tại làng Phước Tích trong mỗi kỳ festival Huế (festival Huế diễn ra 2 năm một lần) tại thành phố Huế.
- Nội dung tập huấn là sử dụng men và tiếp tục phát triển các mẫu mới. Ngoài ra, trong quá trình tập huấn còn thực hành nung lò củi để học về phương pháp chất lò, cách nung sao cho hiệu quả. Dịp này Ban Quản lý du lịch và nhóm thợ gốm Phước Tích đã phối hợp xây dựng tour du lịch có chương trình tham quan và trải nghiệm nghề gốm

◆ **Kết quả đạt được:**

- Về bao bì sản phẩm gốm cho khách du lịch, trước đây sử dụng giấy báo để gói sản phẩm, nhưng từ lần tập huấn này đã chuyển sang đóng gói bằng túi đệm do làng đệm Phò Trạch sản xuất mỗi khi bán cho du khách.
- Bắt đầu quảng bá bằng tờ rơi giới thiệu gốm Phước Tích, trong đó bao gồm thông tin giới thiệu lịch sử, thông tin liên lạc với nhóm gốm Phước Tích.
- Hình thành được tour du lịch với trọng tâm là trải nghiệm gốm và mua đồ lưu niệm gốm, làm phong phú thêm chương trình tour du lịch Phước Tích. Các tour phổ biến là tour đi về trong ngày và tour 2 ngày 1 đêm, bao gồm trải nghiệm homestay với người dân trong nhà cổ.



Sản phẩm mới

Sản phẩm truyền thống



Nhà trưng bày gốm chỉnh trang từ một căn nhà cổ

④ Tập huấn gốm lần 4

◆ Khái quát chung:

Thời gian tập huấn: từ ngày 10-22/4/2013

Địa điểm: làng Phước Tích, tỉnh Thừa Thiên Huế

Giảng viên: chuyên gia gốm người Nhật Bản (Dự án Phát triển bền vững địa phương thông qua du lịch di sản)

Đối tượng tham gia: nhóm gốm làng Phước Tích

◆ Mục đích và nội dung:

- Sản xuất sản phẩm để trưng bày trong dịp Festival Nghệ truyền thống Huế được tổ chức vào tháng 4/2013.

- Tuyển chọn loại men đặc trưng cho gốm Phước Tích.

◆ Kết quả đạt được:

- Kết quả của đợt tập huấn, chúng tôi đã chọn được men có đặc trưng (màu sắc v.v) cho gốm Phước Tích và đưa vào sản xuất.

- Gốm Phước Tích đã nhận được nhiều đề nghị liên kết sản xuất, nhiều nhận xét góp ý từ các công ty thông qua việc tham gia trưng bày tại Festival Nghệ truyền thống tỉnh Thừa Thiên Huế.

⑤ Kết quả chung của các đợt tập huấn gốm

Qua bốn lần tập huấn, gốm Phước Tích đã có một cơ chế sản xuất sản phẩm hướng đến khách du lịch, đóng gói bao bì và bán hàng đáp ứng nhu cầu du lịch. Trải nghiệm nghề làm gốm cũng đã trở thành một chương trình quan trọng trong các chương trình tour du lịch, nâng cao ý thức và lòng tự hào của người dân về nghề gốm truyền thống.

4) Sử dụng nhà cổ để sử dụng làm bảo tàng trưng bày gốm

Mong muốn của nhóm gốm Phước Tích là có một nơi trưng bày và bán sản phẩm gốm, vì thế dự án đã bàn với nhóm gốm và những người dân khác và quyết định đầu tư kinh phí cải tạo nội thất một căn nhà cổ thành Bảo tàng gốm Phước Tích. Trong bảo tàng có khu trưng bày bộ sưu tập gốm Phước Tích qua các thời kỳ cho khách tham quan. Chủ của ngôi nhà cổ này là thợ đốt lò truyền thống, nên khi đến tham quan, khách du lịch có thể nắm được thông tin về đặc điểm văn hóa, lịch sử của gốm Phước Tích.

(2) Xây dựng các sản phẩm du lịch khác

Tham quan bảo tàng gốm, xem biểu diễn làm gốm hoặc tham gia trải nghiệm gốm đã trở thành nội dung chủ đạo của đa số các tour tại làng Phước Tích. Ngoài ra, Dự án và Ban Quản lý Du lịch Phước Tích còn vận dụng các tài nguyên du lịch hấp dẫn khác của làng Phước Tích như quần thể nhà cổ di sản văn hóa và cảnh quan thiên nhiên phong phú để phát triển các dịch vụ du lịch khác như sau:

1. Homestay: cung cấp dịch vụ lưu trú trong nhà cổ cùng với người dân. Ban đầu, các nhà cổ trong làng Phước Tích không đủ trang thiết bị để đón khách du lịch, đặc biệt là hệ thống công trình phụ. Vì thế, các công ty du lịch từ thành phố Huế đã đến hợp tác đầu tư xây dựng nhà vệ sinh, phòng tắm, hoàn chỉnh điều kiện cơ sở vật chất để cung cấp dịch vụ lưu trú.

2. Ẩm thực trong nhà cổ: là dịch vụ ăn uống trong nhà cổ, do nhóm phụ nữ 16 người đảm nhiệm. Để trang bị kiến thức cho nhóm phụ nữ này, giảng viên người Nhật Bản đã đến tập huấn. Nội dung tập huấn là điều chỉnh mùi vị, trang trí... sao cho phù hợp với khách du lịch trên cơ sở nguyên vật liệu và phương pháp chế biến của của làng Phước Tích.

3. Tham quan nhà cổ: một số trong quần thể nhà cổ nằm rải rác quanh làng Phước Tích cung cấp dịch vụ đón khách du lịch vào tham quan và giải thích cho họ về lịch sử, kiến trúc của ngôi nhà cổ, đồng thời chia sẻ về lối sống của gia đình mình.

4. Du lịch trên sông: đi dạo bằng thuyền trên sông Ô Lâu, con sông bao quanh làng Phước Tích, ngắm quang cảnh toàn làng Phước Tích từ trên thuyền.

Nhà hàng nông gia chỉnh trang từ một căn nhà cổ

Cung cấp dịch vụ ẩm thực trong nhà hàng nông gia



Bước 4**3.4.3.4. Tăng cường khả năng tiếp nhận du lịch****(1) Xây dựng trung tâm Thông tin Du lịch Phước Tích tạo điểm nhấn tiếp đón du lịch của làng**

Nhiều chương trình du lịch đã dần được hình thành, nhưng vẫn còn thiếu một địa điểm làm điểm nhấn tiếp đón du khách. Đặc biệt, tại làng chưa có nhà vệ sinh công cộng, nên việc tăng cường củng cố vệ sinh môi trường để khách du lịch có thể lưu lại thoải mái tại làng trở nên cấp thiết.

Vì thế, JICA đã hỗ trợ cải tạo một ngôi nhà cổ không có người dân sinh sống thành Trung tâm Thông tin Du lịch. Công trình bao gồm xây dựng thêm công trình phụ với nhà vệ sinh và phòng tắm đạt tiêu chuẩn du lịch, lắp đặt trang thiết bị như máy tính, bàn ghế v.v... cải tạo nội thất bên trong nhà cổ cho phù hợp với chức năng trung tâm thông tin. Ngôi nhà cổ này là công trình kiến trúc quan trọng đã được công nhận là Di sản Văn hóa, nên phải được sự cho phép của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch về việc cải tạo, trang bị nói trên. Bên cạnh đó, đối với công trình phụ xây thêm, chúng tôi đã lưu ý cẩn thận đến thiết kế và chiều cao tuân thủ điều lệ bảo tồn của làng Phước Tích.

Trung tâm thông tin du lịch còn là nơi làm việc của Ban quản lý Du lịch Phước Tích, có nhân viên thường trú vừa có thể thường xuyên cung cấp thông tin cho khách du lịch, vừa thuận tiện trong việc quản lý, bảo trì cho cơ sở. Tại đây, có đầy đủ bản đồ và bảng tóm tắt thông tin du lịch làng Phước Tích, là nơi bắt đầu quảng bá thông tin du lịch Phước Tích đến với mọi người. Trung tâm cũng là nơi họp bàn của các nhóm dịch vụ du lịch trong làng, là nơi người dân gặp gỡ trao đổi thông tin, giao lưu với khách du lịch, xứng đáng là cơ sở được mở ra tại địa phương

Nhà cổ không có người sinh sống



Bản vẽ thiết kế Trung tâm thông tin du lịch





Toàn cảnh Trung tâm thông tin du lịch

Xây thêm nhà vệ sinh vào nhà cổ cổ sẵn



Thiết kế nhà vệ sinh mở, đón ánh sáng

Nhà cổ mở rộng đón tiếp, trở thành một điểm nghỉ chân cho du khách

Có bảng thông tin du lịch làng Phước Tích

**(2) Trang bị cơ sở vật chất du lịch quy mô nhỏ**

Địa điểm cung cấp các dịch vụ du lịch của làng Phước Tích như nhà cổ, xưởng gốm, home-stay, nhà hàng, đi thuyền v.v... nằm quần tụ trong làng, cách khá xa nhau, đòi hỏi phải nâng cấp môi trường vệ sinh và đường đi lại giữa các điểm. Vì thế JICA đã hỗ trợ: nhà vệ sinh trong xưởng gốm, bồn rửa tay, lối đi từ đường chính vào xưởng gốm, khu vực đỗ xe để thuận tiện trong việc đi lại trong làng.

(3) Xây dựng tuyến du lịch, bồi dưỡng hướng dẫn viên địa phương

Để tiếp nhận khách du lịch thì không thể thiếu bước xây dựng tour du lịch kết nối các chương trình du lịch. Xây dựng tour du lịch không phải chỉ kết nối các điểm du lịch với nhau là đủ, mà phải tính đến điểm nghỉ chân cho khách du lịch sử dụng nhà vệ sinh, đến khoảng cách đi bộ, nói chung tour du lịch phải hợp lý và thể hiện sự chu đáo với du khách. Không chỉ thế, trong quá trình di chuyển bằng thuyền, bằng xe, nhất là đi bộ, phải có thời gian cho hướng dẫn viên giới thiệu về làng, làm sao để tạo hứng thú cho du khách trong suốt cả chuyến đi. Trong du lịch nông thôn thì không chỉ hướng dẫn viên của công ty du lịch, tour có hấp dẫn hay không tùy thuộc phần lớn vào việc bạn có bố trí hướng dẫn viên địa phương hiểu rõ địa phương đi cùng du khách hay không. Bạn hãy mời các công ty du lịch trải nghiệm tour du lịch các bạn đã xây dựng, để nghị họ tư vấn, nhận xét để nội dung hướng dẫn của bạn đối với du khách sẽ được sâu sắc, thú vị hơn.

Bảng 3.4.2. Lịch trình du lịch làng Phước Tích

Thời gian	Lịch trình
8:30	Xuất phát tại Huế
9:30	Đến trung tâm thông tin du lịch làng Phước Tích Nghe thông tin về lịch trình, tổng quan về làng Phước Tích, vệ sinh cá nhân
9:50	Bắt đầu tham quan: tham quan miếu Cây Thị
10:00	Tham quan nhà cổ
10:15	Đi thuyền
10:45	Tham quan hồ Sen
11:15	Quay về trung tâm thông tin, nghỉ ngơi, vệ sinh cá nhân
11:30	Tham quan xưởng gốm, trải nghiệm làm gốm v.v
12:30	Ăn trưa
13:30	Xem múa truyền thống
14:00	Kết thúc chương trình, quay về Huế

Hình ảnh về xây dựng tuyến du lịch

Tuyến du lịch đã thiết kế





Hướng dẫn viên địa phương đang hướng dẫn khách du lịch

(4) Cơ chế phân chia lợi nhuận tiếp nhận du khách

Ban Quản lý du lịch Phước Tích lập quy chế phân chia lợi nhuận du lịch để phân chia lợi nhuận từ các chương trình du lịch cho người dân. Các chương trình bao gồm trải nghiệm nghề gốm truyền thống, dịch vụ ăn uống, tham quan nhà cổ v.v... và theo quy chế, tỉ lệ lợi nhuận được phân chia cho người dân và nhóm người dân như sau: 70%, phí môi trường: 10%, phí quản lý: 10%, thuế suất 10%. Theo quy chế này, phía Ban quản lý cũng nhận được chi phí quản lý, điều phối du lịch, chi phí hỗ trợ công tác nhận đặt dịch vụ và sắp xếp tour cho Ban quản lý. Phía người dân cũng hài lòng với cơ chế phân chia lợi nhuận này. Hiện tại, tại làng Phước Tích, Ban quản lý và người dân đều tôn trọng vai trò của nhau trong việc tiếp nhận du lịch.

(5) Bản đồ du lịch, bảng hiệu hướng dẫn

Tại làng Phước Tích, bản đồ tổng thể làng Phước Tích được đặt tại cổng làng và một số điểm trong làng. Ngoài ra, tại các điểm phân lộ, các nhà cổ đối tượng tham quan đều được thiết lập bảng hướng dẫn. Nhờ có hệ thống bản đồ và bảng hướng dẫn này, khách du lịch có thể dễ dàng đi bộ tham quan làng Phước Tích hơn. Nếu khách du lịch tham quan Trung tâm Thông tin Du lịch Phước Tích, du khách sẽ được cung cấp bản đồ du lịch Phước Tích, trong đó có đầy đủ thông tin các dịch vụ du lịch của làng.

Bảng giới thiệu và bản đồ tại cổng vào làng



Bản đồ du lịch



STEP5

3.4.3.5. Công tác xúc tiến, quảng bá

(1) Quảng bá bằng cách tổ chức FAM tour

Sau khi phát triển các chương trình du lịch, dự án đã mời các công ty du lịch trong tỉnh Thừa Thiên Huế tham dự FAM tour. Trong FAM tour, Ban quản lý và người dân Phước Tích đã giới thiệu các sản phẩm du lịch của mình với tinh thần như đang tiếp nhận một tour du lịch thực sự. Sau FAM tour, nhiều công ty du lịch đã bắt đầu gửi khách đến làng Phước Tích

(2) Quảng bá thông qua sự kiện Festival Huế

Festival Huế là sự kiện giao lưu văn hóa quốc tế được tổ chức 2 năm một lần tại thành phố Huế. Trong đó, ngoài các nghi lễ cung đình tại thành phố Huế, nhiều sự kiện cũng được tổ chức tại các địa phương khác trong tỉnh Thừa Thiên Huế. Hương xưa làng cổ là sự kiện điển hình, được tổ chức tại làng cổ Phước Tích với các hoạt động trải nghiệm nghề Gốm, thi đấu thể thao, và các hoạt động quảng bá du lịch Phước Tích.



Hình ảnh lễ hội tại làng Phước Tích

(3) Quảng bá tại hội chợ du lịch

Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế thường tham gia hội chợ du lịch được tổ chức tại nước ngoài. Bên cạnh khu vực Đại Nội và hệ thống lăng tẩm - Di sản Văn hóa thế giới, những năm gần đây các điểm du lịch nông thôn và du lịch làng nghề như Phước Tích cũng được tỉnh đẩy mạnh quảng bá. Tại hội chợ Du lịch JATA (Hiệp hội Lữ hành Nhật Bản) được tổ chức tại Nhật Bản vào các năm 2011, 2013, tỉnh Thừa Thiên Huế đều tham gia gian hàng và đặc biệt quảng bá làng Phước Tích cho các công ty lữ hành Nhật Bản.

Sở VH-TT-DL tỉnh Thừa Thiên Huế đã quảng bá du lịch Huế và làng Phước Tích cho thị trường du lịch Nhật Bản tại hội chợ JATA



Bước 6**3.4.3.6. Công tác Kiểm soát, quản lý****(1) Quản lý theo phương thức họp bàn**

Ở làng Phước Tích, Ban quản lý Phước Tích tổ chức các cuộc họp định kỳ với các nhóm người dân cung cấp dịch vụ du lịch để thảo luận về tình hình du lịch, về các vấn đề phát sinh khi tiếp nhận du lịch và cùng nhau đưa ra phương án cải thiện. Qua các buổi họp, Ban quản lý có thể thấu hiểu và chia sẻ được với người dân những vấn đề mà họ không thể hiện được qua các con số và dữ liệu được trình bày trong các bản báo cáo. Cách làm này của Ban quản lý Phước Tích nhận được sự tán thành cao của người dân. Hy vọng sự đồng tâm này sẽ đem lại những thành quả tốt đẹp trong phát triển du lịch làng Phước Tích.

Hình ảnh họp với các nhóm người dân để kiểm soát tình hình du lịch

**(2) Kiểm soát từ dữ liệu khách du lịch**

Ban quản lý Phước Tích lưu số lượng du khách, số lần tiếp nhận chương trình du lịch, số tiền lợi nhuận. Bằng cách lấy các số liệu định kỳ này có thể nắm bắt được số lượng cũng như khuynh hướng của khách du lịch. Đối với hoạt động nung gốm, Ban quản lý cũng lấy các số liệu như số lần cung cấp dịch vụ và lợi nhuận liên quan đến gốm, nên có thể phân tích năng suất và lợi ích kinh tế của nhóm gốm Phước Tích.

Bảng 3.4.3. Dữ liệu du lịch năm 2012

No.	Dịch vụ	Số lần tiếp nhận	Lợi nhuận (VND) (Sau thuế)
1	Ẩm thực	540 khách	70,400,000
2	Lưu trú	50 khách	7,388,000
3	Trải nghiệm gốm	16 lần	3,900,000
4	Đi thuyền	52 lần	10,400,000
5	Thuê xe đạp	169 lần	3,380,000
6	Tham quan xưởng gốm	50 lần	2,600,000
7	Tham quan làng điêu khắc mộc Mỹ Xuyên	30 lần	2,900,000
	Tổng cộng		100,968,000

(Nguồn: Dữ liệu thống kê của Ban quản lý Du lịch làng Phước Tích)
Trong tổng số du khách 540 người thì có 111 khách Việt Nam, 429 khách nước ngoài

3.4.4. Thành quả của việc phát triển du lịch làng Phước Tích, các vấn đề tồn đọng**(1) Thành quả của việc phát triển du lịch làng Phước Tích**

Sau gần 3 năm thực hiện, sự nghiệp phát triển du lịch làng Phước Tích đạt được một thành quả như 1.Nghề gốm truyền thống đang trên đà khôi phục, 2.Các chương trình du lịch bao gồm trải nghiệm gốm, mua hàng lưu niệm gốm đã được hình thành, 3. Nhà cổ và cảnh quan của làng được đưa vào các tour, thu hút ngày càng nhiều du khách đến thưởng thức. Hoạt động sản xuất của nhóm gốm được triển khai lại, nhóm hội phụ nữ với dịch vụ ăn uống phục vụ khách du lịch cũng hoạt động thường xuyên hơn. Đặc biệt, khi các chương trình du lịch được thực hiện, có thêm thu nhập nên số người dân mong muốn tham gia du lịch ngày càng tăng. Cơ cấu tổ chức và ngân sách hoạt động của Ban Quản lý Phước Tích đã được kiện toàn, thể chế thực hiện công tác bảo tồn di sản văn hóa và nâng cao đời sống của người dân đang phát huy vai trò một cách hiệu quả.

Phát triển du lịch ở Phước Tích ngay từ đầu thực hiện đã tôn trọng ý kiến và tư tưởng của người dân. Điều này cũng làm sống lại niềm tự hào, sự hài lòng của người dân với địa phương mình, nên ngày càng có nhiều người dân tham gia vào du lịch. Hình ảnh những người dân giới thiệu về làng mình cho du khách một cách sinh động đã để lại trong tôi ấn tượng thật tốt đẹp. Lớp trẻ tham gia dịch vụ du lịch cũng tăng lên, sinh khí đang dần trở lại với làng Phước Tích.

(2) Các vấn đề tồn đọng

Phước Tích mới bắt đầu đón du khách, sắp tới đòi hỏi phải nỗ lực nhiều trong công tác xúc tiến, quảng bá và phát triển sản phẩm mới. Tuy nhiên, vấn đề quan trọng hơn là làm sao để Ban Quản lý và người dân Phước Tích chủ động lâu dài trong công tác xây dựng làng và xúc tiến du lịch. Để được như vậy, quan trọng là người dân trong làng phải thống nhất, tham gia vào các hoạt động du lịch từng ngày, đối với các vấn đề phát sinh, chính họ cần hợp sức với nhau cải thiện các vấn đề đó.

Phước Tích là ngôi làng thanh bình, người dân sinh sống hòa thuận. Hy vọng du lịch có thể trở thành phương cách xây dựng làng để vẻ đẹp của ngôi làng không bị đánh mất.

3.4.5. Nhìn lại quá trình phát triển du lịch làng Phước Tích



Ông Phan Tiến Dũng
GD Sở VH-TTDL tỉnh TT Huế
"Mong muốn Phước Tích trở thành hình mẫu trong phát triển Du lịch thông qua khôi phục nghề truyền thống."

1. Lý do Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh TT Huế chọn phát triển du lịch làng cổ Phước Tích?

Quanh làng Phước Tích trong phạm vi bán kính 5 km là các làng nghề truyền thống nổi tiếng của Huế: điêu khắc Mỹ Xuyên, đan lát Bao La, đệm bàng Phò Trạch tạo thành một tuyến du lịch làng nghề rất có tiềm năng. Với mục tiêu đa dạng hóa sản phẩm du lịch và để làm sống lại một làng quê, chúng tôi chọn phát triển Phước Tích làm đòn bẩy phát triển du lịch cho toàn khu vực phía Bắc của địa phương.

2. Làng Phước Tích đã có những thay đổi như thế nào?

Phước Tích đã từng bước có những khởi sắc, góp phần quan trọng trong chiến lược phát triển du lịch di sản của Thừa Thiên Huế. Cụ thể là:

- Về nhận thức, chính quyền và nhân dân Phước Tích đã có những chuyển biến tích cực hơn trong quyết tâm giữ gìn những nét đẹp văn hóa của địa phương làm cơ sở để ngành du lịch phát huy các giá trị đó trong phát triển.
- Nghề gốm truyền thống đã dần được khôi phục với diện mạo mới cả về kỹ thuật, chất lượng, sản phẩm góp phần thu hút nhiều nghệ nhân trẻ tuổi làm hậu duệ cho lớp nghệ nhân lớn tuổi nhằm bảo tồn làng gốm đặc trưng này.
- Cơ sở hạ tầng được chính quyền quan tâm, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch, kỹ năng nghề nghiệp được các nhà tài trợ đầu tư đã và đang phát huy tác dụng, phục vụ tốt cho đời sống tinh thần và cho phát triển du lịch tại đây.

3. Những vấn đề hiện tại của làng Phước Tích là gì? Địa phương sẽ giải quyết như thế nào?

- Đang còn mâu thuẫn giữa bảo tồn và phát triển, việc bảo tồn theo hướng thích nghi chưa được nghiên cứu thấu đáo do hạn chế về năng lực (kể cả năng lực chuyên môn lẫn khả năng tài chính) dẫn đến nguy cơ đánh mất những giá trị truyền thống của ngôi làng cổ.
 - Nguồn nhân lực ở Phước Tích cũng đang là thách thức lớn, làm thế nào để thu hút đội ngũ lao động trẻ gắn bó với làng quê vẫn là câu hỏi lớn cần được giải đáp.
 - Sự liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch với làng Phước Tích chưa hiệu quả, việc giải quyết hài hòa mối quan hệ về lợi ích của các bên chưa thỏa đáng cũng là nguyên nhân quan trọng nhất quyết định sự sống còn của mô hình du lịch làng nghề nông thôn ở Phước Tích.
- Phát triển du lịch ở làng Phước Tích đòi hỏi phải có sự vào cuộc của chính quyền các cấp, sự phối hợp hiệu quả của các doanh nghiệp và trước hết là những nỗ lực của cộng đồng dân cư làng Phước Tích. Điều đó sẽ là cơ sở để du lịch Phước Tích phát triển theo hướng bền vững.



Ông Nguyễn Bá Trung
Thợ đốt lò truyền thống
"Tôi muốn hướng dẫn du khách khi không làm công việc gốm."

Tôi rất tự hào khi được hướng dẫn khách du lịch trong vai trò thuyết minh viên du lịch. Phước Tích là ngôi làng độc đáo, có lịch sử lâu năm. Tôi tự hào vì có thể đại diện xóm làng giới thiệu cho du khách nét đẹp cảnh quan, truyền thống văn hóa, kiến trúc nhà cổ, tập quán sinh hoạt lâu năm của làng.

Để có thể tự tin làm được việc này, ngoài trau dồi vốn sống, ôn lại kiến thức, tôi và các anh em trong nhóm thường xuyên tìm kiếm cơ hội học tập từ các khóa tập huấn, từ các buổi nói chuyện của các công ty du lịch và từ các chuyên gia du lịch nước ngoài.



Cuộc sống bà thay đổi như thế nào khi tham gia nhóm dịch vụ du lịch?

Nhóm phục vụ dịch vụ ăn uống của làng cổ Phước Tích gồm 16 thành viên trong hội Phụ nữ. Nhóm chúng tôi hợp tác với Ban Quản lý du lịch cung cấp dịch vụ ăn uống cho du khách. Tuy thu nhập từ du lịch chưa nhiều, nhưng chúng tôi vẫn thấy rất vui vì được làm việc cùng với các chị em khác trong làng vì mục đích chung là mang lại sự hài lòng cho khách du lịch khi đến tham quan Phước Tích. Tôi thấy mình thay đổi theo hướng tích cực về cả kinh tế và tinh thần khi tham gia vào nhóm phục vụ dịch vụ làng cổ Phước Tích.

Bà Phan Thị Hồng Thanh

Trưởng nhóm Ẩm thực
"Chỉ cần phục vụ thức ăn cho du khách là đủ vui rồi."



Ông Nguyễn Hồng Thắng

GD BQL di tích kiến trúc nghệ thuật làng Phước Tích

Người nhận được sự ủng hộ của đồng đội người dân Phước Tích

1. Công việc của Ban quản lý Phước Tích là gì?

Các công việc liên quan đến Quản lý, bảo tồn di sản:

- Khảo sát, đánh giá hiện trạng các ngôi nhà rường, nhà thờ họ, các điểm di tích và lập hồ sơ báo cáo UBND huyện những ngôi nhà xuống cấp cần tu sửa cấp thiết.
- Khảo sát lịch sử, hiện trạng và mong muốn tham gia làm du lịch của các nhà rường tại Phước Tích.
- Mở và đưa vào khai thác tour tuyến, lập kế hoạch bảo tồn những lò gốm cổ truyền.
- Tìm kiếm các cơ hội tập huấn công tác bảo tồn và phát huy di sản cho các cán bộ trong Ban quản lý.

Các công việc liên quan đến phát triển du lịch:

- Thu thập, xử lý và cung cấp thông tin phục vụ công tác quản lý, kinh doanh du lịch
- Tiến hành các kế hoạch định kỳ hàng tháng về củng cố cảnh quan trong làng.
- Lập chương trình tiếp nhận du khách theo yêu cầu của các công ty du lịch.
- Tổ chức các buổi tập huấn, trao đổi kinh nghiệm cho đội ngũ hướng dẫn viên, chủ hộ làm homestay, nhóm phục vụ ăn uống nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch.
- Hướng dẫn người dân làm đăng ký kinh doanh lưu trú, thủ tục cho khách lưu trú.
- Quảng bá, cập nhật thông tin du lịch Phước Tích lên trang web của làng.

2. Ban quản lý đã có những hỗ trợ gì với người dân trong phát triển du lịch?

- Chúng tôi tổ chức họp với người dân và luôn lắng nghe yêu cầu, nguyện vọng, thắc mắc của người dân để tạo mọi điều kiện thuận lợi cho họ tham gia vào các hoạt động kinh doanh du lịch.
- Ban quản lý cùng với người dân tiến hành lập chương trình, kế hoạch tour, tuyến du lịch.
- Ban quản lý phối hợp với chính quyền các cấp và người dân địa phương hỗ trợ trùng tu bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống của địa phương.



Anh Lương Thanh Hiền

Nhân lực chính của nhóm gốm Phước Tích

Bình thường công việc làm gốm của anh thế nào?

Chúng tôi sản xuất gốm theo dạng hàng lưu niệm như bình hoa, đèn tường, bình trang trí, chén bát... Sau đó chúng tôi phân phối sản phẩm gốm Phước Tích đến các cửa hàng lưu niệm trong thành phố Huế, một số bày bán tại bảo tàng gốm tại làng Phước Tích. Những năm gần đây, khi làng Phước Tích phát triển du lịch, chúng tôi còn biểu diễn làm gốm cho du khách xem hoặc mở các lớp trải nghiệm làm gốm cho khách du lịch. Ngoài việc tăng thêm một phần thu nhập, được giới thiệu nghề gốm truyền thống của làng Phước Tích cho du khách khiến chúng tôi rất tự hào.

ĐIỂN HÌNH THỰC TẾ 4: LÀNG THANH TOÀN, TỈNH THỪA THIÊN HUẾ

QUÁ TRÌNH XÂY DỰNG DU LỊCH NÔNG THÔN DỰA TRÊN CỘNG ĐỒNG ĐỊA PHƯƠNG



3.5. Điển hình thực tế 4: Làng Thanh Toàn, tỉnh Thừa Thiên Huế

3.5.1. Khái quát làng Thanh Toàn

Thanh Toàn là tên gọi của một cây cầu cổ có mái che độc đáo còn lưu lại ở làng Thủy Thanh, cách trung tâm thành phố Huế khoảng 8km về phía Đông, thuộc thị xã Hương Thủy, tỉnh Thừa Thiên Huế, chính vì thế người ta gọi chung khu vực này là Thanh Toàn. Cầu Ngói Thanh Toàn được xây dựng vào năm 1776, năm 1990 được công nhận là Di sản Văn hóa cấp Quốc gia. Làng Thanh Toàn không chỉ có cây cầu mái ngói mà còn có phong cảnh điển viên thanh bình và nhiều công trình kiến trúc lịch sử khác.

3.5.2. Những điểm chính trong điển hình Thanh Toàn

Từ nhiều năm trước, nhóm RTG (Responsible Travel Group - nhóm du lịch có trách nhiệm) gồm các công ty du lịch có văn phòng tại thành phố Huế đã đưa khách du lịch đến Thanh Toàn. Tuy nhiên việc đưa du khách đến hoàn toàn do các công ty đảm trách nên những người có liên quan trong làng hầu như không nắm được tình hình, cụ thể là số lượng khách du lịch đến tham quan, hay các hoạt động khách du lịch tham gia khi đến Thanh Toàn v.v... Vì lý do đó, Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch và JICA đã phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế thực hiện dự án thí điểm trong khoảng gần 1 năm (từ năm 2012 đến năm 2013). Dự án thí điểm đã thành lập tổ chức quản lý du lịch trong làng, cùng với người dân địa phương phát triển sản phẩm du lịch, hướng đến xây dựng một cơ chế trong đó người dân trong làng có thể tham gia cung cấp dịch vụ, hoạt động du lịch một cách chủ động và nhận được các lợi ích từ du lịch.

Điển hình này giới thiệu về tình hình du lịch Thanh Toàn trước và sau dự án thí điểm, về nội dung các hoạt động đã thực hiện và về sự thay đổi về mặt thể chế nảy sinh ra tại làng. Ngoài ra, đối với trường hợp Thanh Toàn, vì mới bắt đầu phát triển du lịch, số lượng khách tham quan còn hạn chế, nên chúng ta hãy xem Thanh Toàn là một điển hình phát triển du lịch nông thôn ở giai đoạn đầu.

Bước 1**3.5.3. Phương thức và quy trình phát triển tại Thanh Toàn****3.5.3.1. Lựa chọn khu vực mục tiêu và lập kế hoạch****1. Thảo luận với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch để lựa chọn các khu vực mục tiêu**

Cùng với loại hình du lịch di sản văn hóa gắn với Quần thể di tích Cố đô Huế, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế có mục tiêu xúc tiến phát triển du lịch tại các khu vực lân cận thành phố Huế để đa dạng hóa các loại hình du lịch, kéo dài thời gian lưu trú, gia tăng chi tiêu du lịch tại tỉnh Thừa Thiên Huế. Vì lẽ đó, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế và JICA đã thảo luận và quyết định tiến hành thí điểm phát triển du lịch nông thôn, đối tượng là các khu vực nông thôn ngoại vi thành phố Huế.

Khu vực mục tiêu đã được tuyển chọn dựa trên các tiêu chí về đặc trưng tài nguyên du lịch, khả năng tiếp cận điểm đến, tiềm năng của thị trường v.v... như mô tả ở bước 1, chương II. Sau khi so sánh và cân nhắc giữa một số khu vực, kết quả chúng tôi chọn Thanh Toàn, khu vực nông thôn cách trung tâm thành phố Huế 8km làm đối tượng được phát triển. Lý do là Thanh Toàn hội tụ đủ các điều kiện như trong bảng 3.5.1. sau đây.

Bảng 3.5.1. Đặc trưng của làng Thanh Toàn

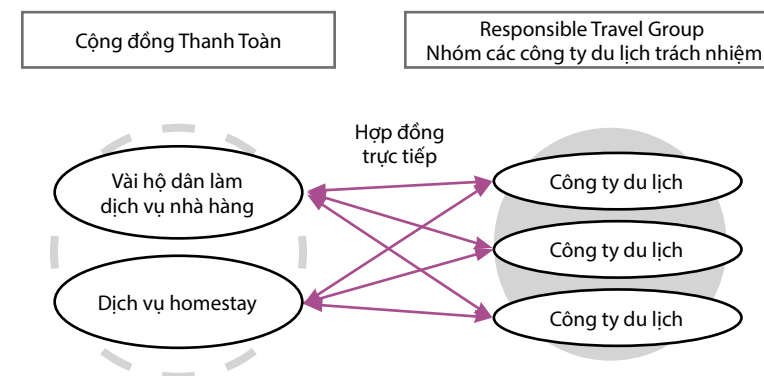
Hạng mục	Nội dung
1. Đặc trưng tài nguyên du lịch	Ngay trung tâm làng là Di sản Văn hóa Quốc gia Cầu Ngói Thanh Toàn, loại cầu có mái che rất hiếm có ở Việt Nam, rất hấp dẫn đối với khách du lịch. Quanh khu vực cầu Ngói Thanh Toàn, khách du lịch có thể cảm nhận phong cảnh và không khí của làng quê.
2. Điều kiện vị trí, khả năng tiếp cận điểm đến	Nằm tại vị trí cách trung tâm thành phố Huế 8km, chỉ mất 15 phút nếu đi bằng xe ô tô hoặc xe máy, 30 phút nếu đi bằng xe đạp, đường đi tốt.
3. Tiềm năng thị trường	Các công ty du lịch trong nhóm RTG (Responsible Travel Group-du lịch có trách nhiệm) đã bắt đầu đưa khách du lịch đến từ những năm trước. Cầu Ngói Thanh Toàn cũng đã được giới thiệu trên các tạp chí du lịch trong và ngoài nước, nên tiềm năng thị trường cao.

2. Phân tích tình hình Thanh Toàn và lập kế hoạch

Trước khi thực hiện dự án thí điểm tại Thanh Toàn, chúng tôi đã lập kế hoạch trên cơ sở phân tích tình hình du lịch và xem xét các giải pháp cải thiện tình hình.

1) Phân tích tình hình (tháng 3/2012)

Thanh Toàn đã có khách du lịch đến tham quan, chủ yếu là khách du lịch theo tour của các RTG (Responsible Travel Group-du lịch có trách nhiệm). Chương trình tour là xuất phát tại trung tâm thành phố Huế, đi Thanh Toàn bằng xe đạp hoặc xe máy, tham quan làng, ăn trưa và một số dịch vụ tại nhà dân. Cơ chế du lịch thời điểm đó là hình thức hợp đồng trực tiếp giữa RTG và một số hộ dân chuyên biệt (sơ đồ 3.5.1.).

**Sơ đồ 3.5.1. Cơ chế du lịch Thanh Toàn trước khi bắt đầu dự án thí điểm**

Tuy nhiên, trong cơ chế này có những ưu – nhược điểm sau:

Ưu điểm

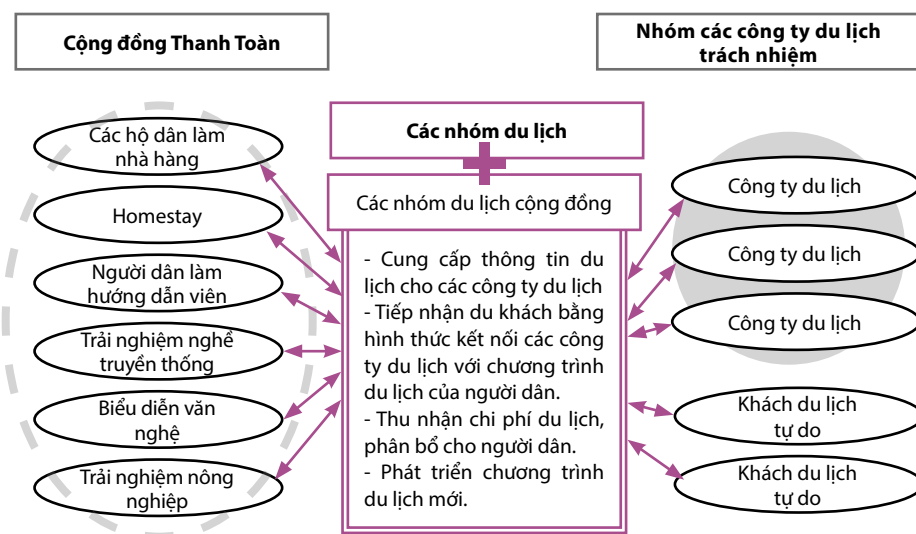
- Các công ty du lịch chỉ liên lạc với các hộ gia đình đã hợp đồng khi có yêu cầu tour. Các hộ gia đình chỉ cần chuẩn bị khi có đặt trước, vì thế đôi bên đều không có lãng phí gì.
- Là cơ chế có tính kế tục, có lợi cho các hộ dân được chọn cung cấp dịch vụ ăn uống và homestay.

Nhược điểm

- Các hộ dân khác không có hợp đồng với các công ty du lịch không có cơ hội đón khách du lịch, khó có thể có được lợi ích từ du lịch, trở thành cơ chế sinh lợi cho chỉ một bộ phận người dân.
- Xung quanh Cầu Ngói Thanh Toàn có nhiều tài nguyên du lịch, nhưng chưa được đưa vào các chương trình du lịch (tài nguyên du lịch chưa được khai thác).
- Những khách du lịch cá nhân (khách tự do) tham quan làng mà chỉ dựa vào sách hướng dẫn du lịch khó tiếp cận được thông tin dịch vụ du lịch do không qua công ty du lịch.

2) Phương án cải thiện tình hình

Chúng tôi đã trao đổi với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế và UBND xã Thủy Thanh về việc giải quyết các vấn đề của cơ chế du lịch và đã đưa ra được vấn đề cốt lõi là do tại địa phương không có một tổ chức làm hạt nhân kết nối làng với các công ty du lịch, cung cấp thông tin và tiếp nhận khách du lịch. Chính vì thế, chúng tôi đã nhận thức được sự cần thiết phải thành lập văn phòng quản lý du lịch, thành lập các tổ chức, các nhóm du lịch trong đó thành viên chủ yếu là cộng đồng địa phương để phát triển và xúc tiến du lịch. Ngoài ra, chúng tôi cũng thảo luận đến cơ chế phân chia lợi ích sao cho lợi ích từ du lịch được phân chia đến cho nhiều người. Sơ đồ 3.5.2. là cơ chế hướng đến cho Thanh Toàn sau khi bắt đầu dự án thí điểm.



Sơ đồ 3.5.2. Cơ chế du lịch mà dự án thí điểm hướng đến

Ưu điểm

- Nhờ có Ban Quản lý du lịch được thành lập mà có thể kết nối các dịch vụ du lịch được cung cấp bởi cộng đồng địa phương cho khách du lịch.
- Có thể hỗ trợ cho những người dân muốn bắt đầu cung cấp dịch vụ du lịch.
- Lợi nhuận từ du lịch vừa có thể phân chia cho người dân vừa có thể sử dụng làm phí quản lý
- Thông tin du lịch của làng từ đây đã được quảng bá ra bên ngoài.
- Đối với các công ty du lịch, có nhiều tour du lịch hơn để cung cấp cho du khách.

Nhược điểm

- Để hình thành các nhóm du lịch cộng đồng, không thể thiếu sự chủ động của người dân, nên ý muốn tham gia vào du lịch của người dân rất quan trọng.
- Cần phải tính toán và quản lý chu đáo việc thu nhận lợi nhuận từ du lịch và phân chia lại cho người dân sau khi thành lập văn phòng quản lý và các nhóm du lịch cộng đồng.

3) Lập kế hoạch cho dự án thí điểm

Dựa trên tình hình và các vấn đề như trên, dự án thí điểm đã thiết lập mục tiêu cho hình ảnh du lịch Thanh Toàn như bảng 3.5.2., đồng thời lên kế hoạch cho các hoạt động cần thiết như sau.

Bảng 3.5.2. Khái quát dự án thí điểm tại Thanh Toàn

Hình ảnh du lịch
"Du lịch Thanh Toàn để trải nghiệm đời sống nông thôn" - Phong cách du lịch được cảm nhận bằng các giác quan về không khí, cảnh quan đời sống nông thôn, giao lưu với người dân nông thôn
Mục tiêu hướng đến
1. Cơ chế tiếp nhận du lịch do các nhóm người dân và Ban quản lý du lịch, tổ chức chịu trách nhiệm xúc tiến phát triển du lịch Thanh Toàn được thành lập. 2. Các sản phẩm du lịch sử dụng tài nguyên du lịch của Thanh Toàn được xây dựng dựa trên sự hợp tác của cộng đồng người dân. 3. Các chương trình du lịch xây dựng bởi sự liên kết giữa Ban quản lý du lịch và các công ty du lịch được thực hiện.
Hoạt động
1.1. Thành lập, xây dựng cơ chế vận hành Ban quản lý du lịch. 1.2. Hình thành các nhóm du lịch người dân. 2.1. Điều tra để nắm bắt nguồn tài nguyên du lịch. 2.2. Hỗ trợ kỹ thuật (tập huấn v.v...) đối với các dịch vụ du lịch cho người dân. 2.3. Xây dựng bản đồ du lịch. 3.1. Xúc tiến du lịch dựa trên sự hợp tác giữa Ban Quản lý du lịch, người dân và RTG. 3.2. Tiếp nhận FAM tour và studytour.
Thời gian thực hiện
Từ tháng 6/2012 đến tháng 6/2013
Cơ quan thực hiện
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế, UBND xã Thủy Thanh, RTG, các công ty du lịch trong tỉnh Thừa Thiên Huế, JICA

Bước 2**3.5.3.2. Thành lập Ban Quản lý Du lịch Thanh Toàn và hình thành các nhóm người dân****(1) Thành lập Ban Quản lý Du lịch Thanh Toàn**

"Ban Quản lý Du lịch Thanh Toàn" với 6 thành viên gồm 4 công chức trong UBND xã Thủy Thanh, cơ quan quản lý hành chính Cầu Ngói Thanh Toàn và 2 đại diện người dân đã được thành lập sau khi khởi động dự án thí điểm vào tháng 6/2012. Tháng 10/2012, UBND xã Thủy Thanh đã ra công văn chính thức về việc thành lập tổ chức và quyết định thành viên (số: 100/QĐ-UBND xã Thủy Thanh, ngày 22/10/2012).

Ban Quản lý Du lịch Thanh Toàn đã trở thành thành viên chủ chốt thực hiện dự án thí điểm. Chính Ban Quản lý Du lịch Thanh Toàn đóng vai trò trung tâm trong việc thực hiện các hoạt động về sau của dự án thí điểm.

(2) Hình thành các nhóm người dân làm du lịch

Từ tháng 6 đến tháng 7/2012, dự án đã thực hiện: tổ chức họp mặt, trao đổi ý kiến trực tiếp với 150 hộ dân; điều tra bằng bảng hỏi đối với 59 hộ dân để khảo sát nhu cầu tham gia cung cấp dịch vụ du lịch của họ.

1. Họp mặt, trao đổi ý kiến với 150 hộ dân

2. Người dân nông thôn ban ngày bận rộn với công việc nông nghiệp, nên buổi họp với người dân đã được tổ chức từ xế chiều đến tối. Người dân đã trao đổi nhiều về những vấn đề họ suy nghĩ khi xây dựng địa phương, về những kỳ vọng của họ vào du lịch v.v... Điều tra bằng bảng hỏi để khảo sát nhu cầu tham gia cung cấp dịch vụ du lịch đối với 59 hộ dân.

Điều tra bằng bảng hỏi được thực hiện với mục đích nắm bắt nguyện vọng tham gia cung cấp các dịch vụ du lịch như dịch vụ ăn uống, homestay, biểu diễn nghề truyền thống, trải nghiệm nông nghiệp v.v... của người dân. Kết quả điều tra thu được là đa số các hộ có nguyện vọng tham gia cung cấp dịch vụ du lịch, đặc biệt, dịch vụ ăn uống và biểu diễn nghề truyền thống nhận được trả lời tham gia tích cực nhất (bảng 3.5.3.).

Bảng 3.5.3. Kết quả khảo sát bằng bản câu hỏi

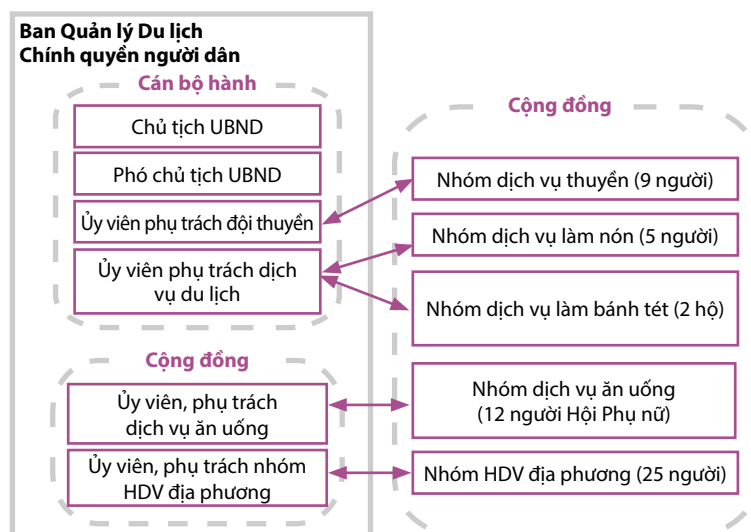
Câu hỏi	Số hộ dân mong muốn tham gia	Tỉ lệ (%)	Ghi chú
1. Nguyên vọng tham gia du lịch	58 hộ	98.3%	
2. Nguyên vọng tham gia cung cấp dịch vụ ăn uống	24 hộ	40.6%	
3. Nguyên vọng tham gia cung cấp dịch vụ hướng dẫn du lịch	18 hộ	30.5%	
4. Nguyên vọng tham gia cung cấp dịch vụ homestay	25 hộ	42.3%	
5. Nguyên vọng tham gia biểu diễn nghề truyền thống	18 hộ	30.5%	Làm nón lá v.v...
6. Nguyên vọng tham gia cung cấp dịch vụ trải nghiệm nông nghiệp	24 hộ	40.6%	
7. Nguyên vọng tham gia cung cấp các dịch vụ khác	3 hộ	5.1%	Bán hàng lưu niệm v.v...

* Số phiếu hợp lệ là 59, mỗi câu hỏi được chọn nhiều câu trả lời

3. Cơ chế tổ chức gồm Ban Quản lý Du lịch Thanh Toàn và các nhóm người dân

Một cuộc trao đổi khác giữa Ban Quản lý Du lịch Thanh Toàn, những người dân có nguyện vọng tham gia cung cấp dịch vụ du lịch và các nhóm người dân đã được tổ chức, tiến hành chuẩn bị để xây dựng sản phẩm du lịch và tiếp nhận du lịch. Khi dự án thí điểm kết thúc vào tháng 6/2013, tại Thanh Toàn đã hình thành được cơ chế hoạt động du lịch trong đó Ban Quản lý Du lịch làm trung tâm với sự tham gia của nhiều hộ dân và các nhóm người dân trong cộng đồng.

Cơ cấu tổ chức làng Thanh Toàn



Sơ đồ 3.5.3. Bộ máy tổ chức quản lý du lịch Thanh Toàn

Bước 3

3.5.3.3. Xây dựng sản phẩm du lịch dựa vào tài nguyên du lịch địa phương

(1) Khảo sát tài nguyên du lịch

Dự án đã thực hiện khảo sát tài nguyên du lịch như là bước đầu tiên để xây dựng sản phẩm du lịch. Ban Quản lý và người dân làm trung tâm chia thành 3 nhóm và khảo sát tài nguyên du lịch theo quan điểm lịch sử văn hóa, nghề truyền thống và dịch vụ du lịch. Cách khảo sát là đi bộ quanh làng, chụp hình các tài nguyên du lịch, tham vấn để nắm thêm thông tin các tài nguyên du lịch đó. Sau đó, sử dụng bản đồ làng và các ảnh chụp tài nguyên du lịch để xây dựng bản đồ tài nguyên du lịch. Bản đồ tài nguyên du lịch này được xây dựng theo 3 chủ đề như trên, cuối cùng là trao đổi ý kiến giữa các nhóm về tài nguyên du lịch tại Thanh Toàn. Kết quả của khảo sát tài nguyên du lịch là có nhiều hộ làm nghề truyền thống như nghề làm nón lá và các nghề khác, có nhiều ý kiến đóng góp, ví dụ: sông Như Ý chảy qua làng là con đường chuyên chở nông sản bằng thuyền, đối với khách du lịch cũng rất hấp dẫn, vì thế nên đưa vào thành hoạt động du lịch v.v...

Ngoài ra, nhân viên của các công ty du lịch cũng tham gia khảo sát tài nguyên du lịch Thanh Toàn, nên họ đã nhận xét về khả năng bán ra như sản phẩm du lịch đối với từng tài nguyên du lịch đã khảo sát.



Điều tra tài nguyên du lịch cùng với BQL du lịch, người dân và các công ty du lịch

(2) Tổ chức tập huấn chuẩn bị xây dựng sản phẩm du lịch dựa vào tài nguyên du lịch

Để phát triển các tài nguyên đã biết được qua khảo sát tài nguyên du lịch thành sản phẩm du lịch cần phải tập huấn và đầu tư trang bị một số cơ sở vật chất để tạo nên các chương trình du khách có thể tiêu khiển. Các chương trình tập huấn đã thực hiện tại Thanh Toàn như sau.

1. Tập huấn cho dịch vụ trải nghiệm làm nón lá

Làng Thanh Toàn có nhiều hộ dân sống bằng nghề làm nón lá, trong đó có một số hộ có nguyện vọng tham gia vào du lịch. Thông thường làm nón lá phải mất vài giờ, nên để có thể cung cấp như một dịch vụ du lịch phải nghĩ ra chương trình sao cho du khách có thể tiêu khiển trong một thời gian ngắn. Các chương trình đã được nghĩ ra là trải nghiệm theo từng công đoạn như công đoạn ủi lá (dùng nhiệt là cho thẳng lá - nguyên liệu làm nón), hoặc công đoạn chăm nón sau khi xếp tròn lá đã được ủi lên khuôn hình nón, hay cho khách du lịch có thể tùy chọn hoa văn, ép giữa 2 lớp lá, sau đó mới chăm thì sẽ tạo thành chiếc nón bài thơ độc đáo cho mình v.v. Do các hộ dân làm nón lá từ trước đến nay chưa có kinh nghiệm tiếp nhận khách du lịch nên dự án đã mời các hướng dẫn viên có kinh nghiệm từ các công ty du lịch làm chuyên gia để tập huấn cho người dân về kỹ thuật thuyết minh và thái độ hiếu khách khi phục vụ du khách. Ngoài ra, dự án cũng hỗ trợ trang bị một số vật dụng cần thiết để tiếp nhận dịch vụ du lịch như khay mây đựng nguyên vật liệu làm nón, một số ghế và đòn ngói cho khách du lịch.



Công ty du lịch, trường Trung cấp du lịch hợp tác tập huấn chuẩn bị xây dựng chương trình du lịch



Tập huấn dịch vụ ẩm thực cho nhóm Phụ nữ

2. Tập huấn trải nghiệm đi thuyền

Dòng sông Như Ý chảy qua như một niềm tự hào của làng Thanh Toàn, và hình ảnh thường thấy là những con thuyền nhỏ chờ nông sản. Các công ty du lịch có ý tưởng về các hoạt động giải trí trên sông, nên dự án đã tổ chức tập huấn để phát triển thành sản phẩm du lịch. Chuyên gia tập huấn là nhân viên của công ty du lịch. Nội dung tập huấn bao gồm thiết kế tuyến tham quan trên sông, tác phong/tư thế chèo thuyền, các bài học về đảm bảo an toàn cho du khách. Sau khóa học, Ban Quản lý du lịch Thanh Toàn đã mua áo phao vì mục đích bảo đảm an toàn.



Công ty du lịch hợp tác tập huấn dịch vụ thuyền

3. Tập huấn dịch vụ ẩm thực

Thông qua khảo sát bằng bảng hỏi đối với người dân, dự án biết được nhiều người có nguyện vọng tham gia cung cấp dịch vụ ẩm thực cho khách du lịch, đa số là các chị em thành viên của hội Phụ Nữ xã. Vì thế dự án đã thành lập nhóm phụ nữ phụ trách dịch vụ ẩm thực, và tổ chức tập huấn chuyên môn cho họ. Dự án mời 3 chuyên gia là cán bộ trường Nghiệp vụ Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế, Khoa Nhà hàng (đầu bếp - phục vụ bàn), thời gian tập huấn kéo dài 1 tuần. Nội dung tập huấn là xây dựng thực đơn với mức giá 100.000 đồng/khách, sau đó hướng dẫn phương pháp chọn lựa nguyên vật liệu, gia vị, phương pháp chế biến, cách trình bày món ăn v.v.... Đồng thời, tập huấn về cách chuẩn bị một bàn ăn với khăn trải bàn và dụng cụ ăn, cách phục vụ bàn.

Dự án đã trang bị bàn ghế, chén đĩa cần thiết để kinh doanh dịch vụ nhà hàng, còn nhà bếp thì do UBND trang bị.



Hình ảnh tập huấn trải nghiệm bánh Tét

4. Tập huấn dịch vụ trải nghiệm làm bánh tét

Ở làng Thanh Toàn, bánh tét (một loại bánh được gói bằng lá chuối, bên trong có gạo nếp và nhân được nấu chín giống như bánh Chimaki của Nhật Bản) được sản xuất tại một số hộ gia đình nhất định và được bán chủ yếu ở chợ. Qua khảo sát tài nguyên du lịch, đã đưa ra ý tưởng trải nghiệm thực hiện công đoạn làm bánh tét có thể mang lại hứng thú cho khách du lịch nên dự án đã tổ chức tập huấn để có thể cung cấp dịch vụ cho du khách.

Tập huấn đưa ra chương trình trải nghiệm công đoạn gói bánh theo cách làm bánh tét truyền thống. Ngoài ra, vì bánh Tét là thực phẩm và lại gói bằng tay nên tập huấn đã hết sức chú trọng đến sự chuẩn bị nước rửa tay, khăn lau v.v... để có thể cung cấp dịch vụ trải nghiệm trong điều kiện sạch sẽ.

Bước 4**3.5.3.4. Chuẩn bị tiếp nhận khách du lịch****(1) Xây dựng bản đồ du lịch Thanh Toàn**

Các sản phẩm du lịch đã được phát triển trong quá trình xây dựng sản phẩm du lịch, bước tiếp theo là cần có một công cụ quảng bá tạo điều kiện cho khách du lịch và các công ty du lịch dễ dàng tiếp cận. Dự án đã xây dựng bản đồ du lịch giới thiệu lịch sử làng, các sản phẩm du lịch, bản đồ làng Thanh Toàn và địa chỉ liên lạc của Ban Quản lý Du lịch. Bản đồ du lịch này do Ban Quản lý Du lịch Thanh Toàn quản lý, sử dụng để quảng bá với các công ty du lịch và phát cho khách tham quan.



Bản đồ du lịch Thanh Toàn



Nhân viên của Ban quản lý du lịch tiếp đón FAM tour và Study tour

(2) Đón FAM tour và study tour để làm quen với tiếp đón khách du lịch

Từ trước đến nay, Ban Quản lý và các nhóm cộng đồng người dân tại Thanh Toàn chưa từng đón tiếp khách du lịch. Chính vì thế, trước khi tiếp nhận khách du lịch, dự án đã tổ chức tour khảo sát cho các công ty du lịch và tiếp nhận tour tham quan học tập của một trường Đại học để Ban Quản lý và các nhóm cộng đồng cư dân tại đây được thực hành đón tiếp khách du lịch như thực tế. Hướng dẫn viên phụ trách hướng dẫn tham quan làng, các nhóm và các hộ dân đã có chút căng thẳng trong lần đón tiếp đầu tiên, nhưng càng về sau họ càng quen dần với việc đón tiếp khách du lịch. Ngoài ra, những người tham gia đã góp ý xây dựng về thái độ phục vụ chu đáo của công tác hướng dẫn viên, về những điểm cần cải thiện khác trong quá trình tham gia chương trình du lịch.

(3) Tổ chức thảo luận với các công ty du lịch và cộng đồng cư dân địa phương

Tháng 6/2013, trước khi kết thúc dự án thí điểm, Ban Quản lý Thanh Toàn, các nhóm cộng đồng người dân và đại diện của 15 công ty du lịch tại Huế đã họp lại trong một buổi hội thảo với mục đích đánh giá hiện trạng phát triển du lịch tại Thanh Toàn và tìm kiếm giải pháp cải thiện những vấn đề còn tồn đọng.

Về tiếp đón khách du lịch, từ các nhóm cộng đồng người dân đã có những ý kiến tích cực về việc sẽ nỗ lực phát triển thêm những chương trình mới, không dừng lại ở các chương trình du lịch mà dự án thí điểm đã xây dựng.

Các công ty du lịch đã đề cập đến nét hấp dẫn của du lịch Thanh Toàn, nhưng để hướng đến tiếp nhận du khách thì cần phải xây dựng thêm nhiều chương trình du lịch và phải nâng cao chất lượng và tính độc đáo, hấp dẫn cho từng chương trình. Ngoài ra, Thanh Toàn cũng cần chủ động quảng bá thông tin du lịch ra bên ngoài và xây dựng một trung tâm thông tin du lịch.

Người dân và các công ty du lịch phát biểu ý kiến sôi nổi tại buổi thảo luận



(4) Thiết lập giá cả dịch vụ du lịch, tiếp nhận nguồn lợi ích từ du lịch, công tác nhận tour du lịch

Ban Quản lý Du lịch Thanh Toàn đã thảo luận với các công ty du lịch và người dân để thiết lập giá dịch vụ du lịch chuẩn bị tiếp đón du khách. Các dịch vụ du lịch bao gồm tham quan các di tích, dịch vụ thuyền, xem biểu diễn và trải nghiệm đan lát, xem biểu diễn và trải nghiệm làm nón, xem biểu diễn và trải nghiệm làm bánh tét và dịch vụ ẩm thực.

Ngoài ra, Ban Quản lý Du lịch Thanh Toàn cũng đã định ra tỉ lệ phân chia giữa Ban Quản lý và người dân đối với nguồn doanh thu từ khách du lịch, cụ thể, người dân nhận 90%, Ban Quản lý giữ lại 10% làm phí quản lý, hoàn chỉnh mọi sự chuẩn bị cho việc tiếp nhận các dịch vụ du lịch. Cơ chế tiếp nhận dịch vụ du lịch cũng dần đi vào ổn định, đặc biệt là khi Ban Quản lý nhận được đặt trước từ công ty du lịch, họ sẽ phối hợp một cách nhịp nhàng với các nhóm người dân để chuẩn bị đón tiếp khách du lịch.

(5) Xây dựng tour du lịch

Dự án thí điểm Thanh Toàn đã tiến hành các bước khảo sát tài nguyên du lịch, phát triển sản phẩm du lịch, chuẩn bị tiếp đón khách du lịch trên cơ sở thảo luận với các công ty du lịch. Ban Quản lý Du lịch Thanh Toàn cũng đã hoàn chỉnh cơ chế, sẵn sàng tiếp nhận các dịch vụ du lịch. Tiếp theo là giai đoạn xúc tiến bán tour du lịch thực tế. Dưới đây là một chương trình du lịch Thanh Toàn điển hình do một công ty du lịch thiết kế. Công ty du lịch xúc tiến bán tour này, nếu thu hút được khách du lịch, họ sẽ đăng ký với Ban Quản lý Du lịch Thanh Toàn để yêu cầu cung cấp dịch vụ du lịch.

TOUR CẦU NGÓI THANH TOÀN NỬA NGÀY

Nằm cách trung tâm thành phố Huế chừng 8km về hướng Đông, cầu ngói Thanh Toàn (thuộc xã Thủy Thanh, huyện Hương Thủy, tỉnh Thừa Thiên - Huế) được xếp vào loại hiếm và có giá trị nghệ thuật cao trong các loại cầu cổ ở Việt Nam. Cầu không chỉ là một di tích kiến trúc có giá trị về mặt lịch sử, văn hóa mà nó còn là một thắng cảnh. Cầu ngói gắn liền với tổng thể không gian làng Thủy Thanh trong đó bao gồm cả hệ thống nhà thờ họ, đình chùa, nhà vườn có kiểu kiến trúc và bài trí khá đặc sắc.

*"Ai về cầu ngói Thanh Toàn
Cho em về với một đoàn cho vui"*

Thời gian	Lịch trình tour du lịch
7:00	HDV đón quý khách tại địa chỉ 120 Lê Lợi hoặc tại khách sạn thuộc trung tâm thành phố khởi hành đi cầu Ngói Thanh Toàn. Dọc theo đường làng, hai bên đường là những cánh đồng lúa xanh biếc, những vườn cây trĩu quả... Theo con đường ấy, bạn sẽ quên đi cái nắng gắt, mệt nhọc bởi mùi thơm của lúa non, mùi khói rơm đốt đồng lẩn trong mùi đất hay mùi thơm từ trái cây chín... Không khí thật trong lành, mát mẻ. Đoàn có thể dừng trên đường, chụp hình các đình làng, các hoạt động nông - ngư nghiệp của cư dân địa phương.
8:30	Tham quan Cầu Ngói. Du khách dành đôi chút thời gian để hóng gió mát khi qua cầu, tham quan nhà trưng bày nông ngư cụ. Từ đây, du khách còn nghe tiếng hát, hò về hoặc các bài thơ được ngâm nga từ dân làng.
9:00	Đoàn tiếp tục ghé thăm đền thờ Tôn Thất Thuyết, một vị quan lớn dưới triều vua Tự Đức. Một công trình kiến trúc phủ đệ điển hình xứ Huế bên dòng sông Như Ý.
10:00	Du khách di chuyển đến điểm trải nghiệm địa phương: nghề trồng lúa nước hoặc nghề làm bánh tét để du khách có cơ hội được tìm hiểu các nghề truyền thống của địa phương.
12:00	Trở lại cầu Ngói, đoàn dùng cơm trưa với các món đặc sản địa phương.
13:30	Về lại điểm khởi hành. Kết thúc chương trình.

3.5.4. Thành quả của dự án thí điểm và định hướng du lịch nông thôn Thanh Toàn trong tương lai

(1) Thành quả đạt được của dự án thí điểm

Sau gần một năm thực hiện, dự án thí điểm đã đạt được nhiều kết quả. Có thể nói đó là sự hình thành cơ chế tiếp nhận dịch vụ du lịch với Ban Quản lý Du lịch và người dân làm chủ thể, các công ty du lịch bắt đầu xúc tiến bán tour Thanh Toàn. Cụ thể như sau:

- Ban Quản lý Du lịch đã được thành lập, các dịch vụ du lịch do nhóm cộng đồng người dân địa phương cung cấp cũng đã được hình thành.
- Chính quyền và người dân địa phương đã chủ động phối hợp nhịp nhàng trong các hoạt động và dịch vụ du lịch.
- Các hoạt động và dịch vụ du lịch như tham quan di tích, dịch vụ đi thuyền, xem biểu diễn và trải nghiệm đan lát, xem biểu diễn và trải nghiệm làm nón, xem quảng diễn và trải nghiệm làm bánh tét, dịch vụ ăn uống và dịch vụ hướng dẫn viên địa phương đã được phát triển, sẵn sàng tiếp đón du khách.
- Các công ty du lịch đã xây dựng nhiều tour du lịch tại Thanh Toàn và bắt đầu gửi khách về đây.

(2) Định hướng tương lai

Qua 1 năm thực hiện dự án thí điểm, du lịch nông thôn tại Thanh Toàn đã cải thiện từ cơ chế làm việc đơn phương của các công ty du lịch đưa khách đến thành cơ chế trong đó Ban Quản lý Du lịch và người dân làm chủ thể đứng ra tiếp đón khách du lịch, phát triển các sản phẩm du lịch mới.

Tuy nhiên, do kinh nghiệm tiếp đón khách du lịch của Ban Quản lý Du lịch và người dân địa phương còn hạn chế, nên trong tương lai rất mong các công ty du lịch và Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tiếp tục hợp tác. Đến giai đoạn đó, hãy thực hiện một cách chu đáo Bước 6: Giám sát và quản lý trong chương II để tiến hành những đổi sách cải thiện cần thiết ứng với những tình hình khác nhau.

3.5.5. Nhìn lại quá trình phát triển du lịch Thanh Toàn



Ông Trần Viết Lực

Cán bộ Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh TT Huế
Trưởng dự án thí điểm,
chuyên môn phát triển sản phẩm du lịch

Thanh Toàn được chúng tôi chọn để phát triển mô hình du lịch nông thôn dựa vào cộng đồng bởi hai lý do. Trước hết, vì Thanh Toàn hội đủ điều kiện đại diện cho vùng nông thôn Việt Nam điển hình có nhiều di tích lịch sử, văn hóa, nơi còn lưu giữ 1 trong 3 cây cầu ngói cổ duy nhất của Việt Nam, nơi có cuộc sống nông thôn đa dạng với nhiều ngành nghề thủ công được lưu giữ. Thứ hai, Thanh Toàn được chọn vì trong quá khứ Thanh Toàn vốn đã là một điểm đến thu hút hàng trăm du khách mỗi ngày, với vị trí vô cùng thuận lợi: chỉ cách trung tâm thành phố Huế 8 km và có thể tiếp cận bằng nhiều loại phương tiện khác nhau.

Sau một năm phát triển, Thanh Toàn đã có những khởi sắc bước đầu đáng biểu dương, tạo cơ sở vững chắc cho sự phát triển du lịch theo hướng bền vững, có trách nhiệm với môi trường và xã hội trong tương lai như:

- Nhận thức của chính quyền và nhân dân Thanh Toàn đã có chuyển biến rõ rệt, tạo ra được sự đồng tâm nhất trí trong việc thúc đẩy du lịch phát triển;

- Sự thay đổi cơ bản nhất đó là có sự chuyển đổi mô hình hợp tác phát triển. Nếu như trước đây là sự hợp tác đơn thuần giữa các đơn vị kinh doanh du lịch trực tiếp với các hộ dân đã làm hạn chế việc phát hiện tài nguyên dẫn đến sản phẩm du lịch đơn điệu, nghèo nàn; lợi ích cộng đồng chưa được chú trọng; đến nay, thông qua việc hình thành Ban Quản lý và sự giúp đỡ về chuyên môn của Sở VHTTDL, tài nguyên du lịch tại đây đã được khơi dậy, nhiều sản phẩm mới được hình thành, ý thức tổ chức của cộng đồng đã được nâng cao thông qua việc thành lập các tổ dịch vụ để cùng chia sẻ lợi ích, tạo được sự đoàn kết nhằm chung tay xây dựng quê hương.

Mặc dù đã có nhiều nỗ lực cố gắng, song hoạt động du lịch tại Thanh Toàn vẫn chưa thực sự hoàn hảo, vì vậy trong thời gian đến, với trách nhiệm của mình, Sở sẽ tiếp tục theo dõi để có những giải pháp giúp Thanh Toàn khắc phục những yếu kém hiện nay như tư vấn hỗ trợ kỹ thuật, đào tạo nhân lực, đóng vai trò trung gian để kết nối Thanh Toàn với các đơn vị kinh doanh du lịch trong cả nước và tranh thủ các nguồn tài trợ để tiếp tục giúp đỡ và hỗ trợ cho Thanh Toàn.

Việc lựa chọn Thanh Toàn để phát triển du lịch là hướng đi đúng đắn, góp phần nâng cao dân trí và cải thiện sinh kế cho cộng đồng, hy vọng trong tương lai không xa, Thanh Toàn sẽ vươn lên xứng đáng là mô hình mẫu mực để nhân rộng trên địa bàn toàn tỉnh.



Ông Nguyễn Mậu Hòa

Trưởng Ban Quản lý Du lịch Thanh Toàn

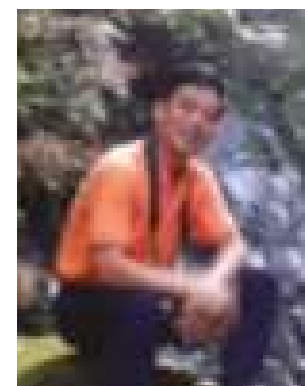
"Tích cực hợp tác với người dân để phát triển du lịch."

1. Ban Quản lý được thành lập như thế nào?

Sau khi khảo sát tài nguyên và chọn được dịch vụ có thể cung cấp cho du khách, chúng tôi bắt đầu nghĩ đến việc thành lập 1 ban quản lý đóng vai trò trung gian giữa các công ty du lịch bên ngoài và các dịch vụ, tài nguyên trong làng, chịu trách nhiệm điều phối và quản lý các hoạt động du lịch tại Thanh Toàn. Các thành viên trong ban gồm các công chức trong Chính quyền Xã, đại diện Hội Phụ nữ và Hội Nông dân.

2. Các bạn đã hỗ trợ người dân như thế nào trong phát triển du lịch?

Sau khi điều tra và nắm được nguyện vọng tham gia du lịch của người dân, chúng tôi đã phối hợp với các chuyên gia du lịch tập huấn về cách cung cấp dịch vụ, thái độ tiếp nhận... Ngoài ra, Ban Quản lý đã tìm hiểu và xác định được các cơ sở vật chất còn thiếu để cung cấp dịch vụ trong từng hộ dân, hỗ trợ và khuyến khích họ trang bị. Hiện tại, khi cơ sở tiếp nhận đã khá hoàn chỉnh, chúng tôi chuyển sang nâng cao ý thức người dân về phát triển du lịch, như thế sẽ có được sự tự nguyện, chủ động hoàn toàn của người dân trong phát triển du lịch Thanh Toàn



Ông Trần Quang Hòa

Đại diện Hue Tourist,
Công ty du lịch nhiệt tình
với du lịch nông thôn

1. Hue Tourist đã hỗ trợ, hợp tác như thế nào trong phát triển du lịch Thanh Toàn?

Hue Tourist đã cùng BQL và người dân Thanh Toàn khảo sát, chọn lựa tài nguyên Du lịch của làng phù hợp để đưa vào sản phẩm. Ngoài ra, thông qua các dịp hội thảo về Du lịch Thanh Toàn, chúng tôi cũng đã đưa ra nhiều ý kiến về nhu cầu của du khách hiện nay, về thể chế tiếp nhận du khách, giúp nâng cao khả năng tiếp nhận du lịch của người dân địa phương.

Về quảng bá, Hue Tourist đã làm tour và đã gửi khách cho BQL du lịch Thanh Toàn. Nhận thấy điểm thú vị của nông thôn Thanh Toàn, công ty đã giới thiệu tour cho nhiều đối tác lớn như khách sạn Ana-Mandara và Laguna, đối tác ở Úc. Hiện công ty đang chờ xác nhận để đưa tour Thanh Toàn vào lịch trình thường xuyên. Hiện tại, toàn bộ các ấn phẩm của Hue Tourist đều đã có đăng thông tin của BQL du lịch Thanh Toàn.

2. Các công ty du lịch đóng vai trò như thế nào trong phát triển du lịch tại các khu vực nông thôn?

Nên hợp tác để đôi bên cùng có lợi.

Một mặt họ nên đóng vai trò như những tư vấn chuyên môn cho địa phương. Mặt khác các công ty du lịch nên tăng cường phân tích sâu hơn, ví dụ ai sẽ là khách đối tượng của tour Thanh Toàn? Ai là người quyết định lịch trình để du khách có thể tham quan tour Thanh Toàn? Sau đó xây dựng giá và bán tour thì sẽ hiệu quả hơn.



Chị Trần Thị Trang

Đại diện hộ dân cung cấp dịch vụ trải nghiệm làm bánh tét

1. Vì sao gia đình tham gia làm du lịch?

Chúng tôi rất muốn sản phẩm bánh tét của gia đình được nhiều người biết đến, đặc biệt là du khách.

Qua việc quảng diễn và mời du khách trải nghiệm làm bánh tét, chúng tôi có thể giới thiệu về truyền thống văn hóa của người Việt Nam, về tập quán ăn uống và cả các nông sản của nông dân Việt Nam.

2. Du lịch đã mang lại lợi ích gì cho gia đình?

Thứ nhất là niềm tự hào. Chúng tôi rất tự hào vì được tiếp nhận du khách. Thứ hai, tuy chưa nhiều nhưng du lịch cũng đem lại một ít thu nhập cho gia đình.



Ông Trần Duy Chiến

Đại diện nhóm thuyền

1. Vì sao ông vào đội thuyền du lịch?

Xuất phát từ tấm lòng yêu làng. Tôi muốn giới thiệu vẻ đẹp của con sông Như Ý, muốn cùng với mọi người đem đến sự hài lòng cho mọi du khách đến Thanh Toàn. Chúng tôi quyết học hỏi thêm để đáp ứng nhu cầu của khách du lịch.

2. Ông kỳ vọng gì vào việc phát triển du lịch tại Thanh Toàn?

Tôi mong Ban Quản lý Du lịch thật cố gắng để quản lý cho tốt, để khách du lịch đến Thanh Toàn đông hơn, tạo sinh khí cho làng nhiều hơn, và thu nhập từ du lịch của chúng tôi cũng cao hơn.

**ĐIỂM HÌNH THỰC TẾ 5:
LÀNG ĐÔNG HÒA HIỆP,
TỈNH TIỀN GIANG**

**XÂY DỰNG ĐIỂM DU
LỊCH NÔNG THÔN DỰA
VÀO KHÔNG GIAN VĂN
HÓA VÀ TỰ NHIÊN ĐỘC
ĐẠO CỦA VÙNG ĐỒNG
BẰNG SÔNG CỬU LONG**



3.6. Điển hình thực tế 5: Làng Đông Hòa Hiệp, tỉnh Tiền Giang

3.6.1. Khái quát làng Đông Hòa Hiệp

Làng Đông Hòa Hiệp, huyện Cái Bè, tỉnh Tiền Giang nằm cách thành phố Hồ Chí Minh khoảng 100km và cách Mỹ Tho, thành phố trung tâm của tỉnh khoảng 30km về phía Tây, dân số khoảng 14.500 người (3.621 hộ). Làng Đông Hòa Hiệp có địa hình trải dài dọc sông Mỹ Tho, nơi còn lưu giữ nhiều công trình kiến trúc thời Pháp thuộc, cảnh quan thiên nhiên tuyệt đẹp với những vườn cây ăn quả rộng lớn bao bọc xung quanh. Khuôn viên rộng lớn của từng ngôi nhà cũng được trồng những vườn cây ăn quả với các loại trái cây miền Nam như nhãn, xoài...

3.6.2. Những điểm chính trong điển hình Đông Hòa Hiệp

Phát triển du lịch tại làng Đông Hòa Hiệp không thuận lợi theo như kế hoạch mà phải tiến hành từng giai đoạn vì nhiều nguyên nhân khác nhau. Trong trường hợp điển hình này, tác giả đúc kết lại tình hình phát triển du lịch tại Đông Hòa Hiệp với các bước phát triển đã thực hiện trong 3 giai đoạn thời gian. Đặc biệt, trên cơ sở dự án “Phát triển bền vững địa phương thông qua du lịch di sản” thực hiện từ năm 2011, điển hình giới thiệu phương pháp phát triển du lịch nâng cao giá trị di sản văn hóa và môi trường tự nhiên của làng Đông Hòa Hiệp.

3.6.3. Quá trình và phương pháp phát triển du lịch làng Đông Hòa Hiệp

3.6.3.1. Quá trình phát triển du lịch Đông Hòa Hiệp

Du lịch làng Đông Hòa Hiệp, huyện Cái Bè phát triển từ sau năm 1990, đến nay đã gần 20 năm. Quá trình phát triển được phân thành 3 thời kỳ như sau:

(1) Xuất hiện hoạt động tham quan du lịch tại huyện Cái Bè (từ năm những năm 1990 đến nửa đầu những năm 2000)

Tour Mekong Cruise tham quan Mỹ Tho, tỉnh Tiền Giang được bán ra bắt đầu từ những năm 1990 và đa số khách du lịch tham quan thành phố Hồ Chí Minh đã tham gia tour Mekong Cruise này.

Đến nửa đầu những năm 2000, chợ nổi Cái Bè và tour tham quan các biệt thự phong cách Tây Âu đã được đưa vào như một phần của chương trình du lịch Mekong Cruise tham quan Mỹ Tho, làm tiền đề cho hoạt động du lịch tham quan môi trường thiên nhiên và di sản văn hóa các kiến trúc cổ cho khu vực Đồng bằng sông Cửu Long. Thời kỳ này, các công ty du lịch chủ động trong việc hình thành và phát triển các tour du lịch.

(2) Bắt đầu tổ chức hoạt động du lịch dựa vào nhà cổ làng Đông Hòa Hiệp (nửa sau những năm 2000)

Vào năm 2000, Trường Đại học Nữ Chiêu Hòa đã thực hiện khảo sát các hộ gia đình trên toàn tỉnh Tiền Giang. Dựa vào kết quả khảo sát, một ngôi nhà cổ (nhà ông Kiệt) thuộc làng Đông Hòa Hiệp, huyện Cái Bè đã được chọn để trùng tu từ năm 2003-2004 như là một phần dự án “Chuyển giao kỹ thuật bảo tồn, trùng tu kiến trúc gỗ di sản văn hóa”, chương trình Đối tác phát triển của JICA và Trường Đại học Nữ Chiêu Hòa. Sự nghiệp bảo tồn di sản văn hóa nhà ông Kiệt đã được UNESCO đánh giá cao, nhận được Giải thưởng Bảo tồn Di sản Văn hóa của UNESCO - Châu Á Thái Bình Dương năm 2004.

Năm 2006, gia đình ông Kiệt đã sử dụng căn nhà cổ của mình để bắt đầu kinh doanh dịch vụ ăn trưa cho khách du lịch. Từ năm 2008 trở đi, các công ty du lịch xúc tiến bán tour du lịch nên tour du lịch có bao gồm dịch vụ ăn trưa tại nhà ông Kiệt tăng vọt. Việc thường thức đặc sản của khu vực sông Cửu Long như cá tai tượng v.v... trong không gian nhà cổ truyền thống rất được ưa chuộng, đặc biệt là đối với du khách quốc tế.

Cũng trong thời gian này, gia đình ông Ba Đức cũng bắt đầu mở dịch vụ homestay tại nhà cổ phong cách Tây Âu. Nhà cổ được đưa vào du lịch, người dân địa phương tham gia ngày càng nhiều vào du lịch mang lại cơ hội cho khách du lịch tiếp xúc với đời sống và văn hóa ẩm thực của địa phương này.



Nhà ông Kiệt trước khi trùng tu

Nhà ông Kiệt sau khi trùng tu

Giải thưởng Bảo tồn di sản văn hóa của
UNESCO - châu Á Thái Bình Dương
Nhà cổ ông Ba ĐứcDịch vụ ẩm thực tại
nhà ông Kiệt

Homestay tại nhà ông Ba Đức

**(3) Mở rộng hoạt động du lịch từ hình thức đơn lẻ sang toàn diện tại địa phương (từ năm 2010)**

Nhờ các dịch vụ tham quan, du lịch chợ nổi, vườn cây ăn quả, sau đó là nhà ông Kiệt, nhà ông Ba Đức mà khách du lịch đến thăm làng Đông Hòa Hiệp dần dần tăng lên, số lượt khách cả năm 2012 đạt đến 60.000 lượt. Tuy nhiên, các điểm tham quan vẫn còn giới hạn, chỉ mới một số bộ phận người dân được hưởng lợi ích từ du lịch. Chính vì vậy, cùng với việc gia tăng thêm lượng khách du lịch đến Đông Hòa Hiệp, cần tăng thêm số hộ dân tham gia vào làm du lịch trong làng, sao cho cơ hội hưởng lợi từ du lịch đến với nhiều người dân trong làng hơn.

Bước 1**3.6.3.2. Kế hoạch của dự án Phát triển du lịch**

Trước tình hình trên, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Tiền Giang, JICA và Trường Đại học Nữ Chiêu Hòa đã phối hợp thực hiện dự án “Phát triển bền vững địa phương thông qua du lịch di sản” với thời gian 03 năm từ tháng 4/2011 tại làng Đông Hòa Hiệp, huyện Cái Bè, tỉnh Tiền Giang. Kế hoạch dự án được xây dựng như trong bảng 3.6.1.

Bảng 3.6.1. Kế hoạch phát triển du lịch làng Đông Hòa Hiệp trong khuôn khổ dự án “Phát triển bền vững địa phương thông qua du lịch di sản”

Kết quả được kì vọng

Bảo tồn, tái sinh các miệt vườn cây ăn quả truyền thống, hoạch định và thực thi các chương trình du lịch đường thủy tại làng Đông Hòa Hiệp.

Các hoạt động

- 1) Hình thành Ban quản lý Dự án và các nhóm đại diện người dân tham gia du lịch (dưới đây gọi là cộng đồng cư dân địa phương) để phát triển làng Đông Hòa Hiệp.
- 2) Cộng đồng cư dân địa phương là chủ thể tiến hành tính toán, xây dựng bản đồ, lập kế hoạch đánh giá lại các tài nguyên du lịch địa phương (thiên nhiên, văn hóa, lịch sử), bảo tồn và vận dụng các tài nguyên đó vào du lịch.
- 3) Cộng đồng cư dân địa phương là chủ thể xây dựng các chương trình, dịch vụ du lịch bao gồm nhà hàng nông gia, homestay, gia công trái cây v.v...
- 4) Cộng đồng cư dân địa phương và dự án (phía Nhật Bản) tiến hành trang bị cơ sở hạ tầng du lịch (bến thuyền v.v...).
- 5) Dự án (phía Nhật Bản) tư vấn để nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch (nhà hàng nông gia, homestay, bán sản vật địa phương v.v...).
- 6) Cộng đồng cư dân địa phương và dự án (phía Nhật Bản) phối hợp phát triển công cụ du lịch (tờ rơi, bản đồ du lịch).
- 7) Toàn thể những người liên quan sẽ quảng bá cho các chương trình du lịch làng Đông Hòa Hiệp tại các lễ hội địa phương.
- 8) Cộng đồng cư dân địa phương làm trung tâm xúc tiến tiếp thị, quảng bá du lịch với các đơn vị tư nhân.

Dự án nêu trên chủ yếu là hỗ trợ kỹ thuật (hỗ trợ phần mềm) và trang bị cơ sở hạ tầng quy mô nhỏ. Vì thế, JICA và Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch đã xây dựng thêm kế hoạch thí điểm để đánh giá hiệu quả của việc trang bị cơ sở hạ tầng du lịch, cụ thể là trang bị để cải thiện môi trường tiếp đón khách du lịch và nâng cao tính tiện lợi trong việc đi lại ở vùng nông thôn (bảng 3.6.2), với ý định mở rộng các tuyến giao thông du lịch rộng khắp nông thôn.

Bảng 3.6.2. Kế hoạch trang bị cơ sở vật chất với mục đích nâng cao tính tiện lợi trong đi lại

Hạng mục	Nội dung
Mở rộng đường đi bộ dành cho khách du lịch	Mở rộng đường đi bộ dọc 2 bờ kênh Bà Hợp chảy qua giữa làng Đông Hòa Hiệp (từ 1.5m mở rộng thành 3.0m)
Trang bị cầu đi bộ phục vụ hoạt động du lịch	Xây dựng một cây cầu cho khách du lịch đi qua kênh Bà Hợp
Trang bị bến thuyền	Xây dựng một bến thuyền cho làng Đông Hòa Hiệp để nâng cao tính tiện lợi trong đi lại bằng thuyền du lịch.
Trang bị chòi nghỉ trên bến thuyền	Xây dựng không gian nghỉ ngơi để đón du khách

Bước 2**3.6.3.3. Bộ máy tổ chức phát triển du lịch**

Phòng Văn hóa - Thông tin huyện Cái Bè là cơ quan chịu trách nhiệm phát triển du lịch làng Đông Hòa Hiệp, cơ quan phối hợp là Ủy ban Nhân dân xã Đông Hòa Hiệp. Ngoài ra, Ban Quản lý Dự án (Project Management Unit- PMU) của dự án "Phát triển bền vững địa phương thông qua du lịch di sản" gồm các thành viên là Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Tiền Giang, phòng Văn hóa - Thông tin huyện Cái Bè, Ủy ban Nhân dân xã Đông Hòa Hiệp cùng nhau phụ trách các hoạt động.

Đối với các hộ gia đình, dự án hỗ trợ từng hộ dân tham gia phát triển du lịch. Đó là do tình hình của làng Đông Hòa Hiệp: mỗi hộ dân đều có khuôn viên rộng lớn, nên ở giai đoạn ban đầu, người dân sẽ dễ dàng tham gia du lịch hơn nếu bắt đầu dịch vụ du lịch theo từng hộ thay vì phân thành nhóm.

Hơn nữa, trong năm 2013, làng Đông Hòa Hiệp đang xem xét việc đăng ký thành Di sản Văn hóa Quốc gia. Nếu được công nhận Di sản Văn hóa Quốc gia thì tại làng Đông Hòa Hiệp cũng sẽ thành lập Ban Quản lý Di tích như làng Đường Lâm ở Hà Nội và làng Phước Tích ở tỉnh Thừa Thiên Huế.

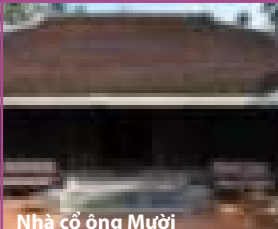
Bước 3**3.6.3.4. Phát triển sản phẩm du lịch****(1) Điều tra tài nguyên du lịch**

Tháng 4/2012, để chính thức phát triển du lịch tại Đông Hòa Hiệp, các nhân viên dự án đã tiến hành khảo sát tài nguyên du lịch. Cuộc khảo sát tài nguyên du lịch đó đã cung cấp thông tin về tài nguyên du lịch nơi đây. Ngoài các nhà cổ nằm rải rác, dọc theo kênh Bà Hợp, còn có nhiều xưởng sản xuất các sản phẩm truyền thống địa phương như bánh trắng sữa, bánh trắng chuối, bánh tét.

(2) Hỗ trợ khởi nghiệp dịch vụ du lịch cho người dân

Nhân viên dự án đã họp với những người dân có nguyện vọng tham gia du lịch, tham vấn ý kiến của họ cũng như dự định của các công ty du lịch để hỗ trợ khởi nghiệp dịch vụ du lịch cho các hộ dân. Bảng 3.6.3 là khái quát sự hỗ trợ đối với các hộ dân có nguyện vọng tham gia vào du lịch.

Bảng 3.6.3. Hỗ trợ khởi nghiệp du lịch

Các hộ gia đình mục tiêu	Nội dung hợp tác
 Nhà cổ ông Liêm	- Nhà cổ ông Liêm là công trình kiến trúc Tây Âu, bên trong cũng được thiết kế theo phong cách Tây Âu, là ngôi nhà cổ không gian rộng nhất trong số các ngôi nhà cổ làng Đông Hòa Hiệp. Các chuyên gia dự án đã tư vấn sử dụng làm hội trường cho các sự kiện. - Đặc biệt, dự án đã thực hiện tập huấn để chủ hộ dân có thể cung cấp dịch vụ ăn uống. Ngoài ra, còn tư vấn và hỗ trợ để ngôi nhà có thể trở thành địa điểm nhà hàng, phòng tiệc, cửa hàng sản vật v.v...
 Nhà cổ ông Tống	- Nhà cổ ông Tống nằm ở bờ Bắc kênh Bà Hợp, được kỳ vọng là điểm tham quan du lịch khu vực phía Bắc. - Đối với nhà cổ ông Tống, dự án tư vấn nên tiếp nhận khách du lịch tham quan nhà cổ kèm dịch vụ ăn trái cây, uống trà. Đồng thời, dự án đã trang bị dù che nắng để vườn nhà phù hợp với không gian du lịch.
 Nhà cổ ông Mười	- Nhà cổ ông Mười nằm giữa nhà Kiệt và nhà Liêm, có điều kiện vị trí rất tốt nên dự án đã tư vấn khởi nghiệp dịch vụ tiếp đón khách du lịch tham quan nhà cổ, vừa làm quán cà phê, cung cấp trái cây và trà cho du khách. - Dự án đã trang bị dù che nắng để tạo không gian vườn nhà thành quán cà phê.
 Nhà cổ ông Võ	- Nhà cổ ông Võ bắt đầu dịch vụ homestay từ năm 2011. Dự án đã tư vấn cho gia đình cách thức nâng cao chất lượng dịch vụ. - Dự án cũng trang bị dù che nắng để tạo không gian cung cấp trái cây và trà cho du khách.
 Nhà cổ ông Xoát	- Nhà cổ ông Xoát nằm cách rạch Bà Hợp khoảng 2km, là công trình kiến trúc được xếp vào loại cao nhất trong tỉnh Tiền Giang về mặt giá trị di sản. - Dự án tư vấn cho gia đình tiếp nhận du khách đến tham quan nhà cổ đồng thời cung cấp các dịch vụ như một quán Cà phê.



Hình ảnh về tập huấn nâng cao chất lượng dịch vụ ẩm thực



Trước khi xây dựng (du khách đổi thuyền trên sông)

Khuôn viên trước khi xây dựng

Sau khi xây dựng

(3) Tập huấn nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống

Trong du lịch nông thôn, dịch vụ ăn uống là một trong những dịch vụ quan trọng nhất. Tại làng Đông Hòa Hiệp, dự án đã tổ chức tập huấn nâng cao chất lượng dịch vụ ẩm thực cho 2 hộ dân. Chuyên gia là đầu bếp người Nhật Bản đã hướng dẫn phương pháp trình bày món ăn, phương pháp sơ chế, đồng thời tư vấn cách chế biến các món ăn địa phương, cách chuẩn bị thực đơn dành cho khách du lịch. Đợt tập huấn này cũng đã sáng tạo đưa vào thực đơn một món chiên giòn khai vị mà nguyên liệu của nó là một loại trái cây đặc trưng Nam bộ.

Bước 4

3.6.3.4. Trang bị cơ sở hạ tầng mở rộng mạng lưới du lịch

(1) Xây dựng cầu, bến thuyền, mở rộng đường đi bộ

Sản phẩm du lịch đang được từng bước phát triển, nhưng để khách du lịch cảm thấy thật sự tiện lợi thì đòi hỏi phải cải thiện tính tiện lợi trong việc tiếp cận điểm đến. Đối với Cái Bè và Đông Hòa Hiệp, giao thông đường thủy là một nét độc đáo của du lịch nơi đây. Trước đây, chỉ bến thuyền Cái Bè mới tiếp nhận được thuyền du lịch cỡ lớn. Hiện nay, dự án muốn mở rộng tuyến giao thông đến làng Đông Hòa Hiệp, nên JICA đã trang bị bến thuyền Đông Hòa Hiệp, đường đi bộ, cầu và bến thuyền.

a) Xây dựng bến thuyền và chòi nghỉ

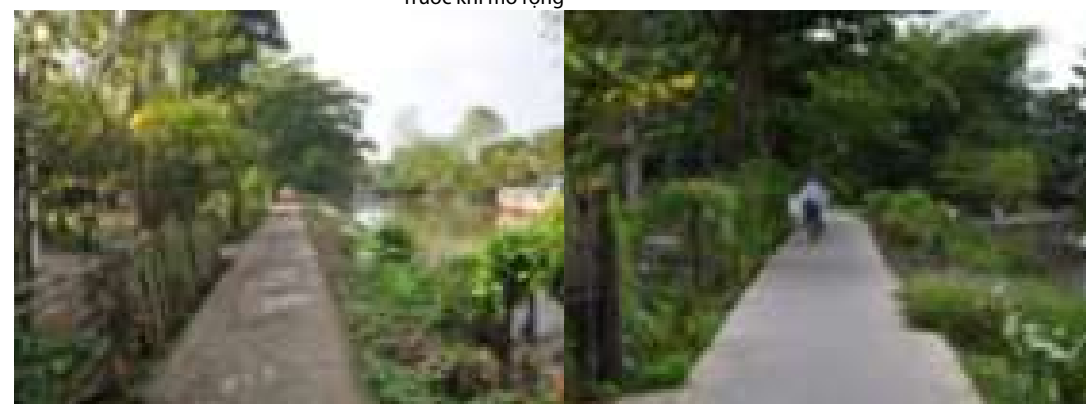
Trước khi trang bị hạ tầng cơ sở, để đi vào làng Đông Hòa Hiệp, khách du lịch di chuyển bằng thuyền lớn từ bến thuyền Cái Bè đến làng Đông Hòa Hiệp, tại ngõ vào rạch Bà Hợp làng Đông Hòa Hiệp phải đổi từ thuyền lớn sang thuyền vừa hoặc nhỏ, việc đổi thuyền trên sông dễ dẫn đến nguy cơ xảy ra tai nạn.

Để khắc phục tình hình này, chúng tôi đã xây dựng bến thuyền và chòi nghỉ công cộng tại làng Đông Hòa Hiệp. Nhờ có bến thuyền, khách du lịch có thể đổi từ thuyền lớn sang thuyền nhỏ ngay tại bến, hình thành cửa ngõ du lịch đường sông cho khách du lịch tham quan Đông Hòa Hiệp trên rạch Bà Hợp.

b) Mở rộng đường đi bộ

Đường đi bộ dọc con rạch Bà Hợp rộng khoảng từ 1.0 - 1.5m, quá hẹp cho khách du lịch và người dân địa phương cùng lưu thông, dễ xảy ra tai nạn và chạm giữa xe máy và người đi bộ (khách du lịch).

Trước tình hình đó, để khách du lịch yên tâm, thoải mái đi bộ tham quan, chúng tôi đã mở rộng con đường dọc theo rạch Bà Hợp thành 3.0m. Con đường được mở rộng góp phần làm cho đường giao thông của khách du lịch từ bến thuyền đến điểm nhấn du lịch của làng là nhà cổ ông Kiệt được cải thiện đáng kể. Ngoài ra, hiệu quả của con đường được mở rộng còn làm tăng mong muốn tham gia vào du lịch của cộng đồng dân cư sống xung quanh đó, cụ thể là nhiều hộ dân bắt đầu mở hàng bán sản vật địa phương cho khách du lịch. Tour xe đạp trên con đường mở rộng cũng tăng lên.



Trước khi mở rộng

Sau khi mở rộng



Trước khi xây dựng

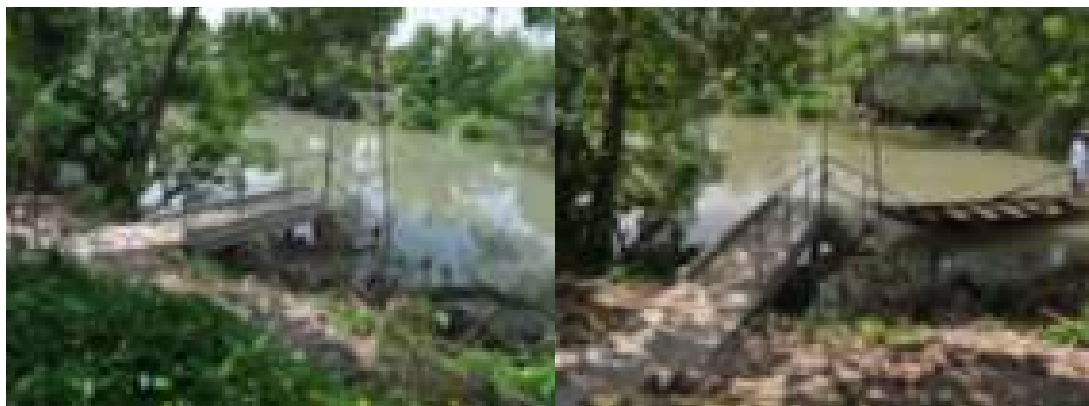
Sau khi xây dựng

c) Xây dựng cầu du lịch

Hệ thống cầu bắc ngang qua rạch Bà Hợp được bố trí cách nhau vài km, khách du lịch muốn qua rạch chỉ có thể sử dụng những cây cầu này, hết sức bất tiện. Bên cạnh đó, lượng du khách đến nhà cổ ông Kiệt ở phía Nam rạch Bà Hợp rất đông. Phía Bắc rạch Bà Hợp thì hầu như không có bóng dáng khách du lịch, mặc dù phía Bắc vẫn có nhà cổ và có nhiều hộ dân có nguyện vọng tham gia du lịch.

Vì thế, chúng tôi đã xây dựng cầu đi bộ dành cho khách du lịch qua rạch Bà Hợp ở vị trí gần nhà cổ ông Kiệt. Nhờ cây cầu mới trang bị này mà hệ thống đường giao thông của khách du lịch được mở rộng đến phía Nam rạch Bà Hợp, du khách có thể tận bộ tham quan toàn khu vực trung tâm làng Đông Hòa Hiệp, số hộ dân mới tham gia du lịch qua hình thức bán sản vật cho khách du lịch cũng tăng lên.

Xây dựng các bến thuyền dành cho thuyền nhỏ

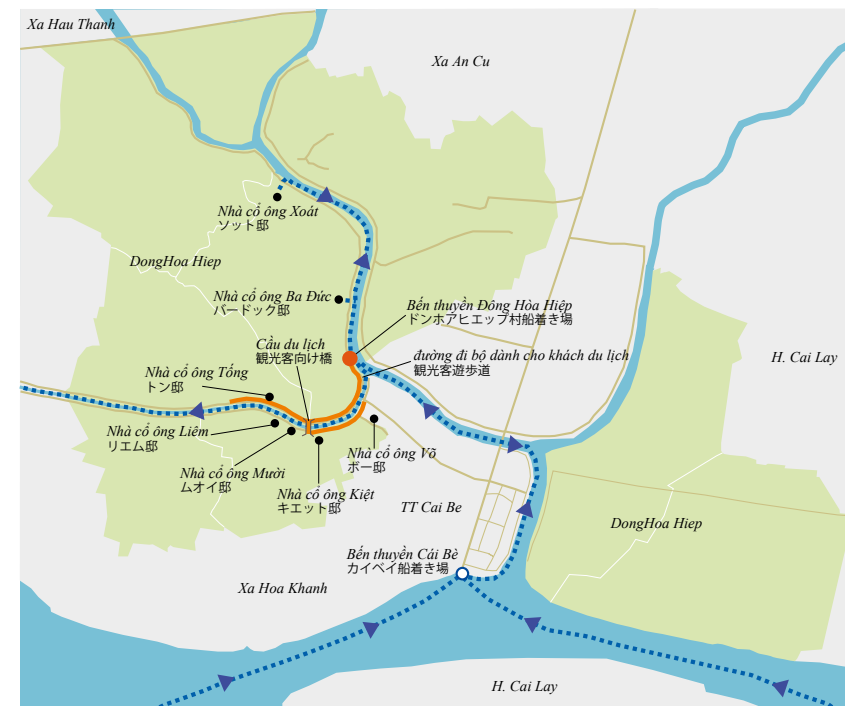


d) Xây dựng các bến thuyền dành cho thuyền nhỏ

Điểm tham quan dọc theo rạch Bà Hợp chỉ có nhà cổ ông Kiệt, nhưng vẫn có nhiều hộ dân có nguyện vọng tham gia vào du lịch. Nhằm thúc đẩy sự tham gia vào du lịch của các hộ dân này, chúng tôi đã trang bị các cầu tàu trước nhà dân để khách du lịch có thể lên xuống thuyền cỡ nhỏ. Cụ thể, là xây dựng cầu tàu vào 2 nhà dân là nhà cổ ông Liêm và nhà cổ ông Tổng, 2 đối tượng hợp tác khởi nghiệp du lịch trong bảng 3.6.3.

Sự trang bị này đã tạo ra mạng lưới du lịch đường thủy từ bến thuyền Đông Hòa Hiệp trong mục a) đến các hộ dân nằm dọc theo rạch Bà Hợp. Hơn thế, du lịch đường thủy kết hợp với đường đi bộ trong mục b) và cầu đi bộ du lịch trong mục c) đã mở rộng hướng đi của du khách ra các khu vực xung quanh.

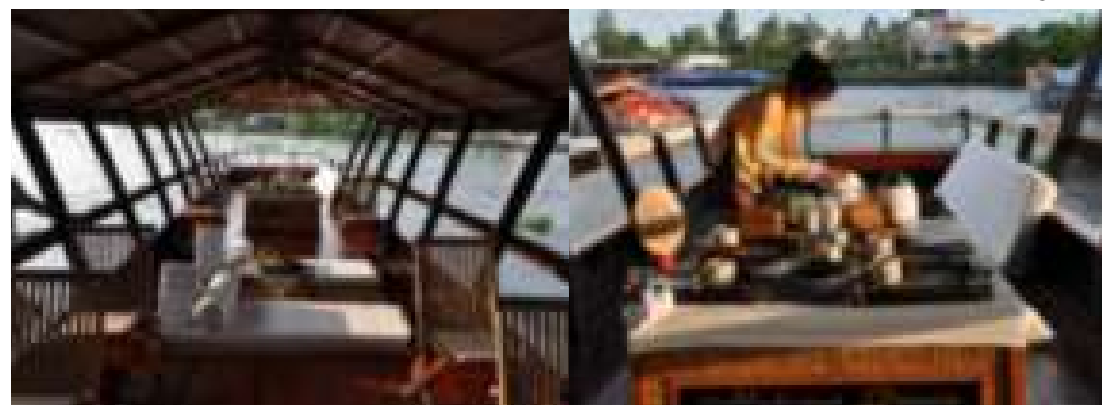
Sơ đồ 3.6.1. Giao thông du lịch và mạng lưới đường thủy làng Đông Hòa Hiệp, Cái Bè

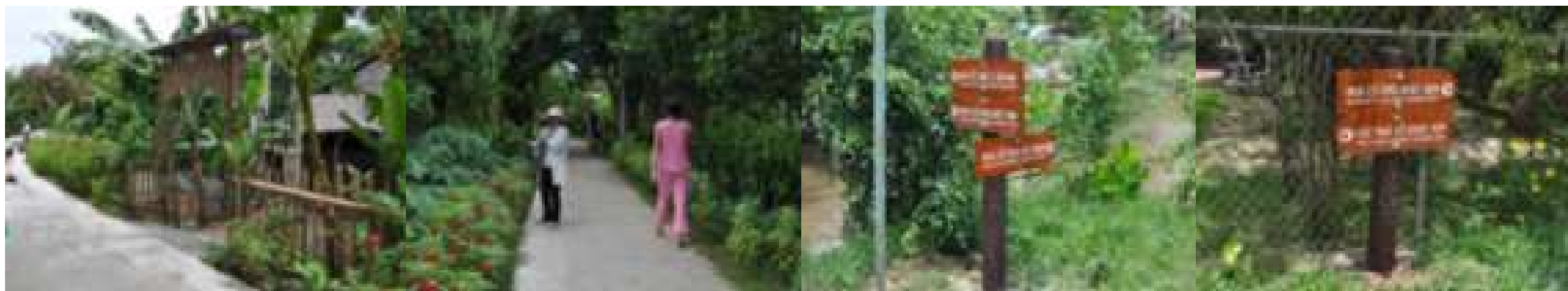


e) Liên kết với các công ty du lịch kinh doanh giao thông đường thủy

Để làm cho giao thông đường thủy có tính thực dụng hơn, đòi hỏi sự liên kết với các công ty du lịch vận hành thuyền. Giữa Cái Bè, Đông Hòa Hiệp và công ty du lịch vận hành thuyền cỡ vừa chuyên phục vụ khách du lịch Mekong Cruise đã thành lập một thỏa thuận về du lịch đường thủy, trong đó công ty này toàn quyền kinh doanh thuyền cỡ vừa và cỡ nhỏ. Sự hợp tác với các công ty du lịch đã xác lập được hệ thống du lịch giao thông đường thủy trên rạch Bà Hợp để tham quan nhà cổ ông Kiệt, nhà cổ ông Liêm, nhà cổ ông Tổng v.v...

Dịch vụ của tàu Mekong Queen





Hàng rào và hoa cỏ được chỉnh trang cho cuộc thi cảnh quan

Biển báo hướng dẫn du lịch được bố trí trong làng

(2) Tăng giá trị cảnh quan với cuộc thi “hàng rào mới”

Mạng lưới giao thông gồm cầu và đường đi bộ đã được trang bị, khách du lịch đã có thể đi lại thuận tiện hơn, tuy nhiên, vẫn chưa thể nói là đáp ứng đầy đủ không gian đi bộ cho khách du lịch, cụ thể là dọc đường đi bộ rất ít hoa cỏ và những hàng rào sắt hen rỉ khiến ta phải chú ý.

Vì thế, dự án đã tổ chức cuộc thi “hàng rào mới” để giáo dục ý thức bảo vệ cảnh quan cho người dân. Đối tượng tham gia là 31 nhà dân nằm hai bên bờ rạch Bà Hợp, kéo dài khoảng 500m.

Cuộc thi hàng rào mới được tổ chức 2 lần, lần thứ nhất là cuộc thi về vẻ đẹp cảnh quan và cuộc thi thứ hai là thi về phương pháp chăm sóc bảo dưỡng cảnh quan đó.

Cuộc thi lần thứ nhất người dân đã sáng tạo dùng nguyên liệu tre và gỗ làm hàng rào cho hoa cỏ leo, có nhà tận dụng cổng và tường có sẵn, trồng thêm hoa cỏ trang trí, những hàng rào kèm gai cũ, người dân lại sáng tạo giấu đi bằng cách trồng hoa leo lên đó. Sau cuộc thi, ban giám khảo gồm các giảng viên trường Đại học Kiến trúc và các kiến trúc sư chuyên ngành thiết kế cảnh quan đã chấm điểm và trao giải thưởng cho các nhà dân đạt giải.

Trong cuộc thi lần thứ hai về chăm sóc bảo dưỡng cảnh quan, dự án thiết lập tiêu chuẩn đánh giá sự bảo trì, quản lý và phát triển thêm cảnh quan của các nhà dân. Khi trao giải thưởng, cần phải phản hồi lại những điểm tốt và những điểm cần cải thiện cho tất cả các hộ, vì thế, các giải thưởng được trao gồm giải “chăm sóc bảo dưỡng”, giải “hàng rào hoa đẹp”, giải “cổng hiên cho địa phương”, giải “hàng rào tre đẹp” v.v... cho tất cả các nhà dân đã tham gia cuộc thi. Cách chấm và trao giải này khiến cho toàn thể người dân đều hài lòng về cuộc thi, nâng cao ý thức chăm sóc, bảo dưỡng và tạo cảnh quan trong làng tương lai.

Hình ảnh về chấm điểm và trao giải cuộc thi cảnh quan

**(3) Biển báo hướng dẫn du lịch**

Các hộ dân tham gia dịch vụ du lịch tại làng Đồng Hòa Hiệp đều nằm rải rác trong phạm vi rất rộng. Vì thế tại một số điểm trên đường đi bộ, dự án đã đặt biển báo hướng dẫn tên và cự ly của điểm tham quan phía trước. Biển báo hướng dẫn được thiết kế bằng chất liệu và màu sắc gỗ phù hợp với cảnh quan xung quanh.

Bước 5**3.6.3.5. Công tác quảng bá và xúc tiến du lịch****(1) Xây dựng catalog, bản đồ du lịch**

Các hoạt động của dự án “Phát triển bền vững địa phương thông qua du lịch di sản” đã đem lại một số thành quả có thể kể đến như sau: hỗ trợ cho người dân khởi nghiệp dịch vụ du lịch, trang bị cơ sở hạ tầng cải thiện mạng lưới giao thông đường thủy, các cuộc thi “hàng rào mới” tạo ra động lực, ý thức xây dựng cảnh quan phong phú cây xanh, các biển báo hướng dẫn giúp thuận tiện hơn khi đi bộ tham quan trong làng.

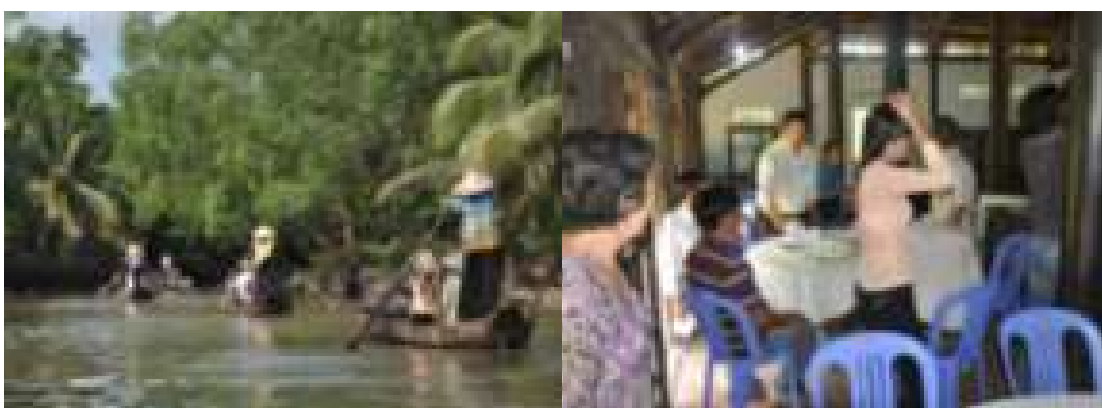
Để quảng bá nét hấp dẫn du lịch của làng Đồng Hòa Hiệp ra bên ngoài thì cần một số công cụ quảng bá. Dự án “Phát triển bền vững địa phương thông qua du lịch di sản” đã xây dựng cuốn sách giới thiệu làng Đồng Hòa Hiệp, bản đồ du lịch Đồng Hòa Hiệp. Các ấn phẩm này đã được phát cho các cơ quan hành chính liên quan và các công ty du lịch.



(2) Tổ chức FAM tour dành cho các công ty du lịch

Tháng 4/2013, tháng dự án bước vào giai đoạn giữa, Ủy ban Nhân dân huyện Cái Bè đã tổ chức FAM tour. Tham gia chủ yếu là 8 công ty du lịch và 2 cơ quan truyền thông. Lấy chủ đề “tour tham quan nhà cổ”, Ban tổ chức đã giới thiệu các chương trình tour mới có sử dụng một số nhà cổ khác ngoài nhà cổ ông Kiệt và nhà cổ ông Ba Đức. Các công ty du lịch đã khảo sát chương trình như sau: xuất phát tại rạch Bà Hợp bằng thuyền nhỏ, sử dụng dịch vụ trong sản phẩm mới gồm dịch vụ ăn trái cây, uống trà tại nhà cổ ông Mười, ông Liêm, dịch vụ dùng thử bánh kẹo truyền thống và uống trà tại nhà cổ ông Tống, tham quan và dùng cơm trưa tại nhà cổ ông Xoát, sau đó các công ty du lịch đã nhận xét về những vấn đề để phát triển các dịch vụ mới trên thành tour.

Các vấn đề nổi bật phải giải quyết trước khi tiếp nhận du khách là nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch tại mỗi điểm tham quan, vệ sinh sạch sẽ, chăm sóc nhà cổ chu đáo hơn (xử lý mối v.v...), cần có nhà vệ sinh riêng cho nam và nữ, cần trang bị thêm cầu tàu cho mỗi điểm tham quan để tiện đi lại bằng đường thủy v.v...

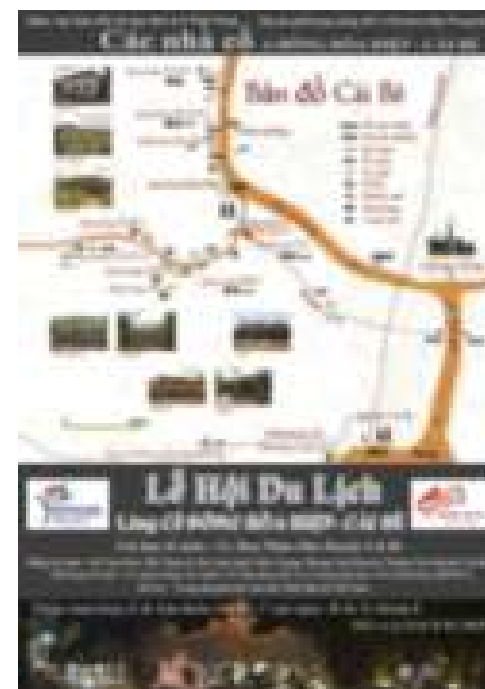


Những hình ảnh FAM tour

(3) Tổ chức lễ hội du lịch Cái Bè- Đồng Hòa Hiệp

Từ ngày 20-21/8/2013, “Lễ hội du lịch Cái Bè - Đồng Hòa Hiệp” đã được tổ chức bởi huyện Cái Bè với sự hợp tác tổ chức của JICA và Trường Đại học Nữ Chiêu Hòa. Đây là lần đầu tiên tại làng Đồng Hòa Hiệp tổ chức lễ hội với chủ đề du lịch. Trong lễ hội du lịch này, ngoài các sự kiện liên quan đến phát triển du lịch như hội thảo ẩm thực, thi sản vật Đồng Hòa Hiệp, thi trang trí mâm ngũ quả v.v... trên rạch Bà Hợp còn có dàn dựng sân khấu nổi, thi chèo ghe và thả hoa đăng v.v...

Đồng bào người dân đã tập trung dọc rạch Bà Hợp để mừng lễ hội du lịch của làng. Ngoài ra, nhiều cơ quan truyền thông cũng tham gia, quảng bá du lịch Cái Bè - Đồng Hòa Hiệp trên báo chí, truyền hình.



Poster lễ hội du lịch Cái Bè Đồng Hòa Hiệp

(4) Tổ chức tour khảo sát cho các công ty du lịch Nhật Bản

Do Cái Bè hoàn toàn chưa được biết đến tại thị trường du lịch Nhật Bản, nên nhân dịp lễ hội du lịch Cái Bè - Đồng Hòa Hiệp, chúng tôi đã tổ chức tour và mời các công ty du lịch Nhật Bản đến khảo sát để phát triển sản phẩm du lịch.

Các công ty du lịch Nhật Bản đã đánh giá cao tài nguyên du lịch của Cái Bè, Đồng Hòa Hiệp bởi đời sống và văn hóa hấp dẫn độc đáo của khu vực đồng bằng sông Mekong và sự phân bố rải rác của những ngôi nhà cổ. Tuy nhiên, họ cũng chỉ ra nhiều điểm cần cải thiện như cần hoàn chỉnh các điều kiện cơ bản về dịch vụ tiếp đón du khách như nhà vệ sinh, đào tạo hướng dẫn viên địa phương để hướng dẫn khách du lịch tham quan làng v.v...

Tiếp theo, các công ty du lịch Nhật Bản sẽ đưa thêm Cái Bè - Đồng Hòa Hiệp vào kế hoạch xây dựng sản phẩm cho khách Nhật Bản cùng với tour Hồ Chí Minh - Mỹ Tho truyền thống.



Cuộc thi trang trí mâm ngũ quả tổ chức tại lễ hội

3.6.4. Kết quả đạt được của dự án và các vấn đề tồn đọng đối với du lịch nông thôn Đông Hòa Hiệp

(1) Kết quả đạt được của dự án

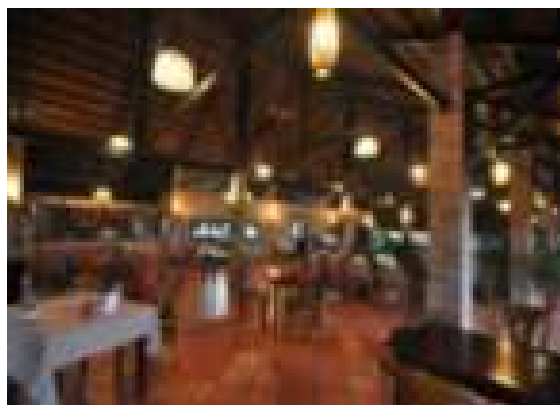
Trong quá trình thực hiện dự án tại làng Đông Hòa Hiệp, Cái Bè đã nâng cao năng lực của các cơ quan hành chính quản lý du lịch, nâng cao kỹ thuật cung cấp dịch vụ của các hộ dân tham gia du lịch, xúc tiến liên kết với các công ty du lịch. Nhờ cuộc thi trang bị cảnh quan mà môi trường thiên nhiên đã được cải thiện, việc xây dựng cơ sở hạ tầng mà giao thông du lịch đường thủy được hoàn chỉnh và nhiều dịch vụ du lịch vận dụng nhà cổ được phát triển thêm, hoàn chỉnh với tư cách chương trình du lịch đường thủy. Những thành quả nhất định trên đây là dấu hiệu cho thấy đã đạt được mục tiêu “bảo tồn, tái sinh môi trường miệt vườn cây ăn quả truyền thống, hoạch định và thực thi các chương trình du lịch đường thủy tại làng Đông Hòa Hiệp” như đã đề ra trước khi thực hiện dự án.

(2) Các vấn đề tồn đọng

Để tăng cường thêm các chương trình du lịch đường thủy, đòi hỏi nâng cao nền tảng đáp ứng tiếp nhận du lịch như đẩy mạnh quảng bá hình ảnh chủ đạo là sông Mekong và nhà cổ, bồi dưỡng hướng dẫn viên địa phương, bố trí nhà vệ sinh đạt tiêu chuẩn v.v... Thêm vào đó, phải thực hiện chặt chẽ bước giám sát như nắm bắt số lượt du khách đến tham quan làng, điều tra sự hài lòng của du khách v.v... một cách định kỳ.

Bên cạnh đó, khu vực xung quanh Đông Hòa Hiệp và Cái Bè đang phát triển với tốc độ quá nhanh. Năm 2012, huyện Cái Bè có 2 khu nghỉ dưỡng mới đi vào kinh doanh, một số nhà hàng với không gian vườn rất lớn cũng mới khai trương. Ngoài ra, các công ty du lịch bắt đầu bán ra các tour du lịch tàu biển cao cấp kết nối với Hồ Chí Minh và Cần Thơ. Những đòi hỏi đặt ra cho làng Đông Hòa Hiệp và huyện Cái Bè là phải tăng cường tính cạnh tranh bằng cách bán ra những tour trọn gói có nghỉ dưỡng tại các resort, tạo ra sự khác biệt với các tour du lịch của các khu vực sông Mekong khác v.v... Tiếp đó, điểm mấu chốt nằm ở việc bán ra như thế nào đối với những đặc trưng môi trường thiên nhiên và hệ thống nhà cổ bao gồm các biệt thự Tây Âu mà chỉ có ở làng Đông Hòa Hiệp, Cái Bè.

Resort Mekong Lodge



Resort Mekong Riverside



3.6.5. Nhìn lại quá trình phát triển du lịch tại làng Đông Hòa Hiệp



Ông Nguyễn Tấn Phong

P.GĐ Sở VH-TTDL tỉnh TG

Phụ trách quy hoạch & phát triển du lịch cho tỉnh Tiền Giang

1. Quá trình phát triển du lịch làng Đông Hòa Hiệp đến ngày hôm nay

Từ năm 1996, tỉnh Tiền Giang đã khai thác các giá trị nghệ thuật kiến trúc nhà ở của cư dân và văn hóa truyền thống, gắn liền với vườn cây trái, chợ nổi trên sông đưa vào phục vụ khách du lịch trong và ngoài nước. Nhưng đến năm 2003, khi ngôi nhà cổ có niên đại trên 150 năm của ông Kiệt theo kiến trúc truyền thống vùng Nam Bộ được tổ chức JICA trùng tu, tôn tạo, tạo điểm nhấn đặc trưng, hấp dẫn, thì làng cổ Đông Hòa Hiệp mới thu hút nhiều du khách đến tham quan, trải nghiệm. Hàng năm, có trên 60.000 lượt khách du lịch đến với làng cổ Đông Hòa Hiệp.

2. Sở VH-TTDL tỉnh TG đã hỗ trợ, hợp tác như thế nào với chính quyền và nhân dân địa phương trong việc phát triển du lịch làng Đông Hòa Hiệp?

Trong những năm qua, cùng với sự phát triển nhanh của du lịch ở huyện Cái Bè, Sở VH-TTDL Tiền Giang đã tăng cường các hoạt động như tổ chức các lớp tập huấn, bồi dưỡng kỹ năng phục vụ du lịch cho các cá nhân, các hộ kinh doanh du lịch, tổ chức các hoạt động bảo vệ cảnh quan môi trường, tổ chức các buổi hội thảo nhằm nâng cao nhận thức về du lịch, thúc đẩy sự tham gia phát triển du lịch của cộng đồng tại địa phương. Sở cũng đã phối hợp cùng địa phương tăng cường tìm kiếm nguồn vốn đầu tư để xây dựng cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch như đường giao thông, cầu tàu, bến tàu du lịch, trung tâm thông tin du lịch tại Thị trấn Cái Bè từ nguồn vốn của ADB. Tạo điều kiện thuận lợi, thúc đẩy phát triển du lịch đến các điểm du lịch trong huyện Cái Bè, trong đó có làng cổ Đông Hòa Hiệp.



Ông Dương Văn Phương

PCT UBND xã ĐHH

Người phụ trách tích cực vào công tác phát triển du lịch nông thôn Đông Hòa Hiệp

Những công việc mà chính quyền làng Đông Hòa Hiệp đã thực hiện để phát triển du lịch sinh thái làng ĐHH?

Chúng tôi hiểu rõ rằng, nếu Đông Hòa Hiệp phát triển thành công thành 1 làng du lịch sinh thái thì đời sống vật chất lẫn tinh thần của người dân sẽ được nâng cao. Vì thế, với tư cách là nhà quản lý địa phương, chúng tôi một mặt tích cực vận động và tạo điều kiện cho mọi người dân tham gia các hoạt động phát triển du lịch, đối với những người chủ sở hữu nhà cổ thì chúng tôi vận động họ gìn giữ, bảo tồn giá trị của các giá trị ấy.

Mặt khác, chúng tôi cũng tích cực hợp tác, tạo điều kiện cho các tổ chức, đoàn thể quốc tế đến hỗ trợ phát triển Đông Hòa Hiệp.



Bà Lê Thị Chính
Chủ nhà cổ ông Kiệt, một trong những điểm đến thu hút đông du khách nhất làng ĐHH

1. Bà hãy cho biết các lợi ích từ du lịch đối với gia đình?

Làm nhà hàng du lịch đối với gia đình tôi có rất nhiều cái lợi, như được nhiều người biết đến ngôi nhà cổ của mình, được cải thiện về kinh tế, và tạo được công ăn việc làm cho nhiều bà con trong làng.

2. Chính quyền địa phương đã hỗ trợ như thế nào?

Từ ngày khởi nghiệp du lịch đến nay, chính quyền địa phương luôn bên cạnh hỗ trợ về mặt an ninh trật tự, về các thủ tục giấy tờ. Ngoài ra, mọi đề xuất của gia đình trong việc phát triển du lịch chung của làng đều được ủng hộ. Vì ngôi nhà là vốn quý nhất của gia đình, nên mong muốn chính quyền địa phương hỗ trợ chúng tôi thêm về mặt bảo tồn, không những nhà cổ của chúng tôi, mà toàn bộ cảnh quan làng Đồng Hòa Hiệp để xứng đáng là ngôi làng du lịch sinh thái thu hút được nhiều du khách.



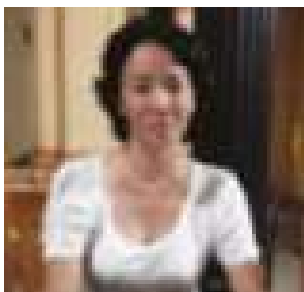
Ông bà Phan Văn Đức
Chủ cơ sở homestay Ba Đức, một trong những ngôi nhà cổ đẹp nhất làng ĐHH

1. Vì sao gia đình ông khởi nghiệp du lịch?

Làm du lịch vừa có lợi ích về kinh tế, vừa có nhiều niềm vui tinh thần. Ví dụ khi giải thích với du khách về kiến trúc ngôi nhà cổ này, tôi có thể nói về bối cảnh lịch sử của đất nước chúng tôi, hoặc về văn hóa, về phong tục, ẩm thực... Vì thế gia đình chúng tôi quyết định đầu tư kinh doanh du lịch cho đến ngày hôm nay.

2. Cuộc sống gia đình có thay đổi từ việc làm du lịch không?

Chúng tôi trước đây là một gia đình bình thường, nhưng từ ngày làm du lịch, chúng tôi đã tham gia tập huấn nghiệp vụ, thay đổi nếp sống của gia đình cho phù hợp là một điểm tiếp nhận du khách. Ngoài ra, khi có thu nhập ổn định từ du lịch, chúng tôi cũng nghĩ đến việc mở đường, làm đẹp cảnh quang làng xóm, đem lại thay đổi chung cho cộng đồng.



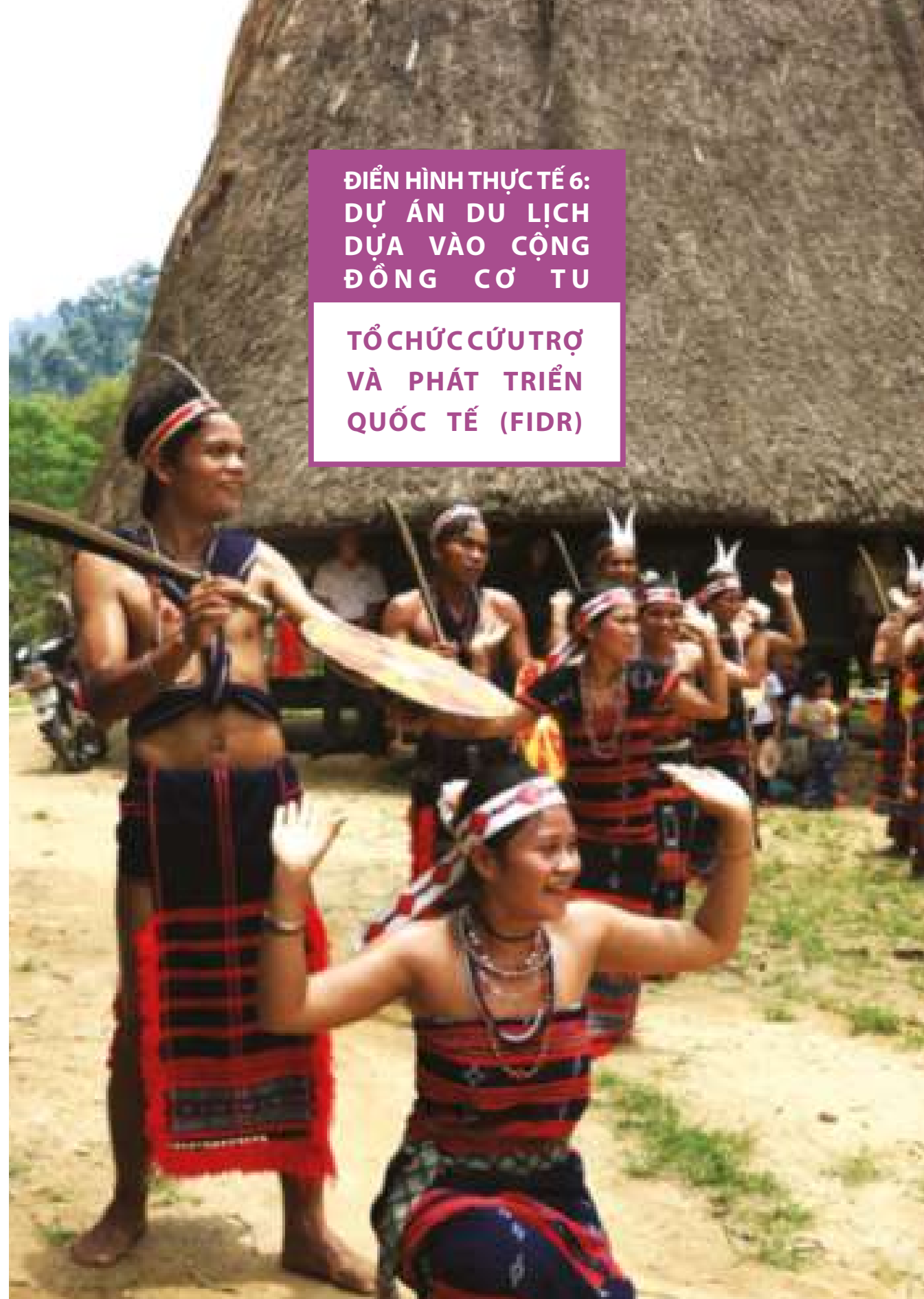
Chị Huỳnh Thị Thanh Trúc
Chủ một nhà cổ vừa mới khởi nghiệp nhà hàng du lịch tại làng ĐHH

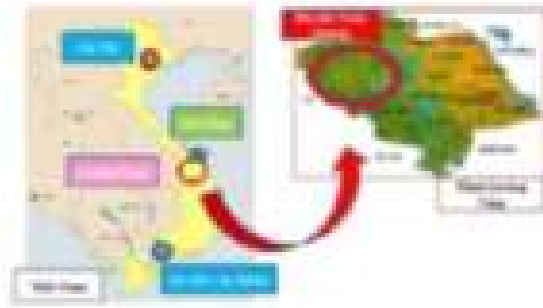
Gia đình kỳ vọng gì vào sự nghiệp phát triển du lịch của làng Đồng Hòa Hiệp

Chúng tôi rất phấn khởi khi làng Đồng Hòa Hiệp được thay đổi tích cực như hiện nay. Để khởi nghiệp nhà hàng du lịch này, chúng tôi đã đầu tư nhiều tài chính và công sức. Vì thế tôi mong muốn BQL làng, các cơ quan quản lý nhà nước hãy quảng bá du lịch làng Đồng Hòa Hiệp thật hiệu quả để thu hút nhiều du khách đến làng, tạo sinh khí cho làng, cho cả nhà hàng của chúng tôi.

ĐIỂN HÌNH THỰC TẾ 6: DỰ ÁN DU LỊCH DỰA VÀO CỘNG ĐỒNG CƠ TU

TỔ CHỨC CỨU TRỢ VÀ PHÁT TRIỂN QUỐC TẾ (FIDR)





3.7.1. Mở đầu

Nam Giang là một huyện miền núi phía Tây tỉnh Quảng Nam, miền Trung Việt Nam. Từ năm 2012, Ủy ban nhân dân huyện Nam Giang và Tổ chức Cứu trợ/Phát triển Quốc tế (FIDR) đã phối hợp triển khai “Dự án du lịch dựa vào cộng đồng Cơ Tu”.

Dự án nhằm mục tiêu xác lập mô hình “Phát triển du lịch dựa vào cộng đồng” (Community-based Tourism) do người dân các xã, thôn địa phương vận hành để đồng bào dân tộc thiểu số Cơ Tu - chiếm gần 80% dân số huyện Nam Giang - có thể chủ động, tự lực bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống, lợi ích kinh tế, thúc đẩy và bảo đảm lợi ích của địa phương. Với mục tiêu phát huy tối đa nguồn tài nguyên đa dạng của địa phương để phát triển du lịch, Dự án sử dụng phương pháp có tên gọi là “săn tìm kho báu”. Tour tham quan do dự án phát triển có đặc trưng tiêu biểu là “cả cộng đồng trong một”, nghĩa là dự án thúc đẩy sự tham gia của toàn thể cộng đồng cư dân địa phương vào việc điều hành, tiếp nhận và đón khách, chứ không phải là từng cá nhân riêng lẻ. Cụ thể, mỗi tour sẽ có sự tham gia trực tiếp hoặc gián tiếp của 180-200 hộ dân. Chính vì thế, nhằm phát huy tính hiệu suất và tính bảo tồn, tour chỉ có thể tiếp nhận đoàn từ 6 du khách trở lên. Ở Việt Nam, kinh nghiệm thực hiện loại hình du lịch này còn ít, nên dự án bắt đầu từ các thử nghiệm nhỏ, sau đó các đối tác liên quan sẽ bàn bạc, thảo luận để cải thiện Quy trình này được lặp đi lặp lại nhằm luôn luôn tìm ra cách thức thực hiện phù hợp hơn. Đến thời điểm hiện tại (cuối tháng 10/2013), chúng tôi đã tổ chức được 23 tour thử nghiệm với trên 300 du khách, chủ yếu là người nước ngoài (Nhật Bản, Pháp, Úc, v.v...) cùng tham gia, giao lưu với người dân và tìm hiểu bản sắc văn hóa truyền thống của người dân tộc thiểu số Cơ Tu. Tính đến nay Dự án đã thực hiện được gần 1,5 năm, chỉ mới ở trong giai đoạn đầu nên trong điển hình này chúng tôi chủ yếu giới thiệu bối cảnh, quá trình và nội dung hoạt động của dự án trong thời kỳ này.

Hình 1. Nhóm dệt làng Zara, xã Tabhing, huyện Nam Giang, những người đồng hành với FIDR từ những ngày đầu



Hình 2. Sản phẩm dệt thổ cẩm truyền thống Zara-Cơ Tu của làng Zara



Hình 3.4. Những cuộc trao đổi về “Hướng thay đổi địa phương thông qua du lịch” hay “Những vấn đề không mong muốn xảy ra” được thực hiện thường xuyên tại làng.



3.7.2. Bối cảnh và quá trình hình thành của dự án (phát triển cộng đồng -> khôi phục nghề dệt truyền thống -> phát triển du lịch dựa vào cộng đồng)

Quay lại năm 2001 để lược lại mối quan hệ giữa huyện Nam Giang và tổ chức FIDR. Trước khi thực hiện dự án phát triển du lịch thì tổ chức FIDR đã tiến hành 2 dự án khác tại huyện Nam Giang.

Đầu tiên là “Dự án phát triển cộng đồng huyện Nam Giang”, được thực hiện từ năm 2000-2007. Dự án này đã triển khai nhiều hoạt động, gồm tập huấn kỹ thuật nông nghiệp (như trồng lúa, trồng rau), hoạt động cải thiện dinh dưỡng cho đối tượng bà mẹ và trẻ em, nâng cao thu nhập từ chăn nuôi gia súc gia cầm, mở lớp xóa mù chữ v.v... nhằm giải quyết các vấn đề mắt xích mà người dân gặp phải như nghèo đói, suy dinh dưỡng, mù chữ, v.v...

Một trong các hoạt động của dự án phát triển cộng đồng huyện Nam Giang là phục hồi nghề dệt thổ cẩm. Với mục đích nhằm nâng cao thu nhập cho bà con thông qua việc sản xuất, xúc tiến bán hàng các sản phẩm dệt thổ cẩm truyền thống cũng như tăng cường hơn nữa công tác vận hành nhóm, dự án đã phát triển hoạt động dệt thổ cẩm trở thành “Dự án hỗ trợ phát triển dệt thổ cẩm Cơ Tu”, được triển khai trong giai đoạn 2008-2011. Trải qua gần 10 năm vừa làm vừa cải thiện, từ một nhóm thợ dệt, năm 2011 nhóm đã trở thành “Hợp tác xã dân tộc thiểu số” đầu tiên ở tỉnh Quảng Nam và hiếm hoi trên toàn Việt Nam. Ngoài ra, ngôi làng Zara này đã được tỉnh Quảng Nam công nhận là “làng nghề truyền thống” và được nhiều người biết đến. Vì vậy, ngày càng có nhiều du khách trong và ngoài nước tìm đến làng để tham quan và mua sắm. Việc du khách đến làng càng nhiều đã làm cho nhóm dệt cũng như cả cộng đồng địa phương nhận thức rằng bản thân người dân tộc thiểu số cũng như bản sắc văn hóa độc đáo của họ đã thu hút sự quan tâm đặc biệt của du khách. Từ đó, huyện Nam Giang và cộng đồng địa phương bắt đầu nhận ra rằng “không chỉ có dệt, dân tộc Cơ Tu còn có nhiều giá trị đáng tự hào khác”, hoặc “chúng ta có thể làm gì để thể hiện bản sắc Cơ Tu”, v.v...

Mặt khác, nhờ thành quả của dự án “Hỗ trợ phát triển dệt thổ cẩm Cơ Tu” mà làng Zara, xã Tabhing, huyện Nam Giang được nhiều người biết đến dẫn đến việc du khách đến mà không liên lạc trước gia tăng nhanh, gây khó khăn cho công tác tiếp đón, v.v... và dẫn đến khiến cho người dân cảm thấy lúng túng.

Cuối năm 2010, Ủy ban Nhân dân huyện Nam Giang đã gửi hồ sơ lên tổ chức FIDR yêu cầu hợp tác xây dựng Dự án du lịch dựa vào cộng đồng Cơ Tu. Nhận được hồ sơ này, FIDR đã mời chuyên gia lĩnh vực du lịch từ Nhật Bản đến khảo sát, tìm kiếm tiềm năng phát triển du lịch. Trên cơ sở xem xét toàn bộ nguồn tài nguyên, điểm mạnh, điểm yếu cũng như môi trường chung quanh của địa phương, chúng tôi đã phát hiện tiềm năng phát triển du lịch theo hình thức dựa vào cộng đồng nhằm có thể phát huy tối đa những kinh nghiệm tích lũy được từ hai dự án “Phát triển cộng đồng huyện Nam Giang” và “Hỗ trợ phát triển dệt thổ cẩm Cơ Tu”. Dự án “Du lịch dựa vào cộng đồng Cơ Tu” đã được hình thành từ đó và được triển khai trong thời gian 4 năm, từ 2012-2016.

Nhìn lại những điều này thì có thể nói rằng, đối với dự án này, ngay từ thời điểm bắt đầu dự án phát triển du lịch, người dân, chính quyền địa phương và các đoàn thể hỗ trợ liên quan (FIDR) đã nắm bắt được ở mức độ nào đó về “các nguồn tài nguyên địa phương”, “điểm mạnh, điểm yếu của các đối tác liên quan”, “môi trường xung quanh”, “cơ chế vận hành của địa phương”, “chân giá trị của người Cơ Tu” v.v... từ kinh nghiệm gần 10 năm làm việc tại địa phương. Đây chính là điểm khác biệt được các chuyên gia phát triển du lịch hay để cập đến khi so sánh với các dự án phát triển du lịch khác.

3.7.3. Giai đoạn lập kế hoạch dự án

Trước khi bắt đầu dự án, các đối tác liên quan đã cân nhắc cẩn thận về nhiều khía cạnh như: địa phương sẽ như thế nào nếu phát triển du lịch, định nghĩa du lịch dựa vào cộng đồng, nguyên tắc phát triển tour- chương trình du lịch, cách tiếp cận cơ bản v.v...

Các lĩnh vực nghiên cứu trước khi lập kế hoạch:

- 1) Kế hoạch phát triển tổng thể địa phương và chính sách khôi phục ngành nghề (đặc biệt kế hoạch phát triển du lịch phù hợp)
- 2) Tiềm năng phát triển du lịch (tài nguyên du lịch, hạ tầng giao thông, khuynh hướng thu hút du khách ở điểm du lịch lân cận v.v...)
- 3) Tầm nhìn về phát triển địa phương mà người dân hướng đến (xây dựng địa phương qua phát triển du lịch)
- 4) Vai trò các bên liên quan (chính quyền địa phương, người dân địa phương, các công ty du lịch, các đoàn thể hỗ trợ (NGO v.v))
- 5) Lập chiến lược dự án, thiết lập thứ tự ưu tiên cho các hoạt động (dự án này ưu tiên việc cải thiện thông qua thực tiễn như xây dựng các tour mẫu, xây dựng quy định du lịch)

Nguyên tắc phát triển du lịch dựa vào cộng đồng

Có nhiều định nghĩa về “du lịch dựa vào cộng đồng”, nhưng từ kết quả xem xét đã được đề cập trên, các đối tác liên quan đến dự án đã hợp và thống nhất 3 nguyên tắc phát triển du lịch mà Dự án hướng đến như sau:

- 1) Người dân địa phương đóng vai trò chủ đạo và là người hưởng lợi chính.
- 2) Khai thác gắn liền với bảo tồn các nguồn tài nguyên địa phương (văn hóa truyền thống, môi trường tự nhiên v.v...).
- 3) Có sự tham gia của nhiều thành phần trong và ngoài cộng đồng nhằm tăng cường sự liên kết.

Cách tiếp cận cơ bản:

Tận dụng các thế mạnh và đặc trưng của dân tộc Cơ Tu để đến gần bức tranh tương lai của địa phương. Tối thiểu hóa các rủi ro tiềm ẩn. Thảo luận, chia sẻ đối sách, loại hình vận hành du lịch phù hợp để giảm thiểu các rủi ro đó.

Có nhiều trường hợp ở các nước trên thế giới, phát triển du lịch đã không đem lại tác động tích cực mà mang lại các tác động tiêu cực đến cho cộng đồng, và Việt Nam cũng không ngoại lệ. Nếu phát triển du lịch mà lại phá vỡ cộng đồng địa phương thì không có ý nghĩa gì. Đặc biệt tại Việt Nam, đa số những khu vực người dân tộc thiểu số sinh sống là khu vực dễ bị tác động, nhạy cảm về môi trường, văn hóa và xã hội, vì vậy, không thể thiếu sự chia sẻ và sự đồng thuận về phương hướng giữa người dân, chính quyền địa phương và các đơn vị hỗ trợ từ bên ngoài. Thêm vào đó, để đời sống của người dân không bị đe dọa thì cần tránh tối đa những thay đổi nhanh chóng, đột ngột. Việc dành đủ thời gian và trang bị, xây dựng năng lực cho cộng đồng là yếu tố quan trọng không thể thiếu. Vì thế, ở giai đoạn lập kế hoạch dự án, các đối tác liên quan đã chia sẻ và tạm thời đồng thuận các định hướng cơ bản sau đây như là một cơ chế để phát triển du lịch mang lại những thay đổi tích cực cho cộng đồng địa phương.



Hình 5. Khách tham quan đang thưởng thức các món ăn truyền thống của người Cơ Tu

Hình 6. Sự giao lưu vui vẻ giữa bà con Cơ Tu và du khách

(1) Tiếp nhận đoàn khách từ 6 người trở lên, không đón khách lẻ

Trong quá trình hội họp nhiều lần với bà con Cơ Tu địa phương, chúng tôi nhận thấy rằng điểm mạnh của cộng đồng Cơ Tu là “có tính cộng đồng cao”, “cộng đồng (đặc biệt là đơn vị làng) tương trợ lẫn nhau”, “không có tính cạnh tranh trong cộng đồng”, “ý thức bình đẳng cao”, v.v... Ngoài ra, việc tiếp đãi cũng như tổ chức các sự kiện văn hóa của dân tộc Cơ Tu đa số thường được thực hiện theo hình thức “cả cộng đồng”, điển hình là điệu múa truyền thống, điệu múa “Tung tung ya ya” được thực hiện bởi 30 nam-nữ thanh niên kết thành đôi, hoặc món ăn thiết đãi khách của người Cơ Tu thì thường sử dụng các loại rau đặc biệt mọc tự nhiên trong rừng sâu, các món ăn thường được nấu trong ống tre, nấu kéo dài hàng giờ bằng lửa than, vì thế nên thời gian chuẩn bị món ăn phải mất vài ngày.

Vì vậy, rất khó để nấu với số lượng ít. Nhiều bà con cho rằng cần tránh tối đa hình thức cá nhân bán sản phẩm, cá nhân thu lợi, và muốn hướng đến phát triển du lịch sao cho đồng bào người dân địa phương đều có thể tham gia. Vì thế mà mô hình tour “cả cộng đồng trong một” được hình thành. Trên thực tế, trước và sau khi bắt đầu dự án, chúng tôi đã tổ chức tour thử nghiệm cho nhóm nhỏ chừng 2-4 người, nhưng theo ý kiến của bà con thì hiện tại, bà con thấy rất khó để giới thiệu một cách đầy đủ các lễ nghi văn hóa truyền thống cũng như những tập quán tiếp đãi, niềm tự hào về bản sắc văn hóa Cơ Tu cho đoàn khách với số lượng nhỏ. Chính vì thế các bên liên quan đã bắt đầu định hướng trong giai đoạn này chỉ tiếp nhận khách đoàn, không tiếp nhận khách lẻ. Hơn nữa, bà con Cơ Tu hiện vẫn đang làm nương rẫy, săn bắn trong rừng, sống cuộc sống bán tự cung, tự cấp, vì vậy, đoàn khách cần liên lạc sớm để bà con chủ động sắp xếp công việc để đón du khách. Qua kinh nghiệm làm việc và kết quả phân tích kinh doanh, dự án đi đến quyết định sẽ tiếp nhận “khách đoàn từ 6 khách trở lên” và “tour phải đăng ký trước 1 tuần”. Ngoài ra, định hướng này sẽ giảm thiểu lo lắng của bà con rằng liệu sự hiện diện của du khách có phá vỡ không gian sống thường nhật của bà con không. Đối với du khách hằng ngày đến bất ngờ, số lượng ít thì khó tiếp nhận như đã mô tả trên, nhưng đối với du khách đặt trước tour theo đoàn thì địa phương có thể chuẩn bị từ nhiều ngày trước nên có thể chủ động đón đoàn dễ dàng. Tuy nhiên, việc chỉ tiếp nhận đoàn trên 6 khách khiến chúng tôi gặp khó khăn đối với khách lẻ. Đặc biệt ở miền Trung Việt Nam, nơi mà tỉ lệ khách lẻ nói chung của các công ty du lịch chiếm nhiều hơn khách đoàn, được biết thực tế 80% du khách tham quan Hội An là khách lẻ. Theo số liệu du lịch thì khách du lịch cá nhân lưu trú thời gian dài, khoảng 3 đêm tại miền Trung Việt Nam là rất đông. Mặc dù các du khách này có nhu cầu tham quan và hiện ở miền Trung nhưng hiện nay, vẫn rất khó để thu hút họ tham gia tour của chúng tôi. Về mặt chiến lược thì có thể nói rằng chúng tôi đang đánh mất một thị trường lớn. Tuy nhiên, nếu phân tích theo khu vực và đời sống của người dân tộc Cơ Tu thì ở giai đoạn hiện tại, khả năng tiếp nhận du khách cả năm của Du lịch dựa vào cộng đồng huyện Nam Giang được dự tính là không nên quá 1.000 người. Với bối cảnh này, dự án sẽ ưu tiên tiếp nhận khách đoàn trước, sau vài năm tích lũy kinh nghiệm, chúng tôi sẽ cân nhắc việc tiếp nhận khách lẻ một cách tích cực. Thời điểm hiện tại chúng tôi tập trung vào việc xúc tiến đối tượng người nước ngoài, đặc biệt là các tour tham quan học hỏi của các trường học, các chính quyền, đoàn thể và đối tượng khách đoàn có quan tâm đến người dân tộc thiểu số.

2) Không “bán lẻ” dịch vụ du lịch mà cung cấp trọn gói “giá trị tổng thể”

Một điểm lợi nữa khi quyết định tiếp nhận khách đoàn là chúng tôi có thể cung cấp “tour trọn gói” – tour đã bao gồm tất cả các dịch vụ - cho du khách. Đối với khách lẻ thì khách có thể tự do chọn các hoạt động, dịch vụ tham quan cho mình, nhưng tour khách đoàn thì thường theo tour trọn gói. Chương trình tour trọn gói bắt đầu từ việc đón khách của Đơn vị Điều hành tour (ĐHT) và thuyết minh viên địa phương khi khách vừa đến xã Tabhing, huyện Nam Giang, sau đó thưởng thức điệu múa truyền thống của người Cơ Tu, đi dạo quanh làng, trải nghiệm đời sống người Cơ Tu, thưởng thức các món ăn truyền thống Cơ Tu, tham quan làng dệt, giao lưu với bà con địa phương. Tất cả các hoạt động du lịch ngay từ khi du khách mới vào làng cho đến lúc tạm biệt đều do ĐHT phụ trách và điều phối. Các món ăn thiết đãi – niềm tự hào của dân tộc Cơ Tu, đời sống đặc trưng của bà con, các giá trị bản địa, tất cả đều kết thành một câu chuyện gửi đến du khách qua một ngày tham quan. Đây cũng là điểm mà tour trong dự án hướng đến, đó chính là điểm khác biệt so với những nơi du lịch cộng đồng dân tộc thiểu số theo hình thức bán lẻ tham quan.

3) Thành lập và phát triển năng lực Đơn vị Điều hành Tour người Cơ Tu (ĐHT)

Nhằm phát triển một đơn vị đại diện xúc tiến du lịch cộng đồng Cơ Tu, dự án đã thành lập Đơn vị ĐHT. Các khóa tập huấn về kỹ năng điều hành tour, kỹ năng làm du lịch cho đơn vị điều hành tour và người dân địa phương được tổ chức. Đơn vị ĐHT là điểm tiếp cận, là cửa sổ liên lạc giữa du khách, các công ty du lịch với cộng đồng dân tộc Cơ Tu, điều phối toàn bộ tour du lịch cho du khách. ĐHT đảm đương nhiều công việc như phối hợp với các thuyết minh viên địa phương để điều phối tour, yêu cầu các công ty du lịch và du khách tuân thủ Quy định du lịch, phụ trách xúc tiến du lịch, đảm bảo an toàn cho du khách cũng như chất lượng các hoạt động du lịch tại địa phương v.v. Ngoài ra, ĐHT còn có sứ mệnh thúc đẩy sự đa dạng trong dịch vụ du lịch, phát huy tối đa các ảnh hưởng tích cực, giảm thiểu các tác động tiêu cực của việc phát triển du lịch tại địa phương.

Tuy nhiên, ĐHT không đơn độc thực hiện các nhiệm vụ trên mà ĐHT nhận được rất nhiều sự hỗ trợ, sự hợp tác, phối hợp của bà con địa phương. Mọi người đều ý thức rõ phương hướng của toàn bộ chương trình tour để đảm bảo cho du khách có thể an tâm tham gia tour tham quan cộng đồng dân tộc Cơ Tu.

4) Thúc đẩy sự tham gia của nhiều thành phần người dân địa phương

Xã Tabhing, xã được chọn thí điểm dự án phát triển du lịch, có 7 thôn. Điều hành tour đã sắp xếp cho 7 thôn luân phiên tham gia đón khách để tất cả các thôn đều được hưởng lợi từ du lịch. Một tour trung bình tham quan từ 3-4 thôn và khoảng 180 - 200 hộ dân trực tiếp, hoặc gián tiếp tham gia thực hiện. Trong 7 thôn này, mỗi thôn đều có các nhóm dịch vụ du lịch do người dân làm chủ như nhóm múa truyền thống, nhóm ẩm thực truyền thống, nhóm dệt thổ cẩm. Ngoài ra còn có các nhóm dịch vụ du lịch liên thôn như nhóm hướng dẫn viên địa phương, nhóm đan lát, nhóm trường tiểu học v.v. Tính đến nay, tổng số nhóm dịch vụ du lịch do người dân làm chủ này lên đến 21 nhóm. Các nhóm sau khi được kiểm tra chất lượng sẽ chính thức trở thành nhóm cung cấp dịch vụ cho du khách.

Đơn vị Điều hành tour sẽ thu toàn bộ phí tour từ các công ty du lịch hợp tác, sau đó phân bổ lại cho các nhóm tham gia theo quy định.

Ngoài ra, dự án còn tạo điều kiện cho cá nhân dù không tham gia trực tiếp vào nhóm vẫn có thể bán các sản phẩm mình tự chế tác tại các điểm bán hàng lưu niệm. Hầu hết những người tham gia này là các bậc cao niên, sử dụng các vật liệu tự nhiên như lá để đan các sản phẩm bằng tay như ví, túi nhỏ, hoặc dùng các sản vật địa phương như nông sản, rau theo mùa để bán cho du khách. Tuy nhiên, hầu hết các bậc cao niên này đều không sôi nổi, hoặc không thể tính toán, vì vậy, để tạo điều kiện thuận lợi cho họ tham gia, dự án sử dụng các phiếu đổi hàng (Coupon). Các phiếu đổi hàng này sẽ được tặng cho du khách vào



Hình 7: Coupon trao đổi hàng lưu niệm

lúc mới bắt đầu tour. Sau đó, du khách có thể dùng các phiếu đổi hàng này để đổi các món quà mà mình yêu thích tại các điểm bán hàng lưu niệm quy định. Với cơ chế này, rào cản ngôn ngữ cũng như khả năng tính toán không còn là thách thức đối với bà con, vì vậy, số người dân tham gia du lịch thông qua bán hàng bằng coupon đang dần tăng lên. Bên cạnh đó, tất cả chương trình tham quan đều đưa khách đến làng dệt Zara, xã Tabhing, huyện Nam Giang, là đối tượng dự án trước đây của FIDR, để khách có thể tham quan và trải nghiệm nghề dệt truyền thống cũng như mua sắm sản phẩm dệt tại phòng trưng bày của hợp tác xã.

5) Hợp tác bên ngoài địa phương (các công ty du lịch v.v...)

Để đồng bào Cơ Tu tự mình điều hành tour là một ý định không thực tế, vì vậy, dự án đã nghĩ đến hướng phát triển điều hành tour sau khi dự án kết thúc và cân nhắc rất kỹ về việc người dân có thể tự làm đến đâu, phần nào nên ủy thác cho các cơ quan hỗ trợ bên ngoài như công ty du lịch v.v... Ngoài ra, dự án cũng tìm hiểu kỹ về cơ chế hợp tác du lịch này cũng như điều kiện, môi trường truyền thống văn hóa, xã hội, thiên nhiên của người Cơ Tu, nên đã có kế hoạch và đang đẩy mạnh xúc tiến mối quan hệ đối tác với các cơ quan hỗ trợ bên ngoài, cụ thể là các công ty du lịch, để cùng phát triển và điều hành bền vững điểm du lịch. Mong muốn đối với đối tác hỗ trợ bên ngoài này là, sau khi dự án kết thúc, các đối tác này sẽ tư vấn và hỗ trợ kiểm soát điểm du lịch này để điểm du lịch tiếp tục được cải thiện.

Một trong những nội dung hợp tác đã được thực hiện là sự cộng tác giữa thuyết minh viên địa phương người dân tộc Cơ Tu và hướng dẫn viên kiêm phiên dịch của công ty du lịch. Để có thể phối hợp tiến hành tour một cách nhịp nhàng, hai bên đã tận dụng những điểm mạnh của nhau, phân công nhiệm vụ cụ thể, rõ ràng, tổ chức tập huấn hướng dẫn viên để hai bên có thể học hỏi lẫn nhau.

Hình 8. Hình ảnh tập huấn hướng dẫn viên địa phương với các công ty du lịch hợp tác bên ngoài. Những người tham gia đang phân công vai trò, nhiệm vụ để có thể thực hiện tour nhịp nhàng



Hình 9. Hình ảnh tập huấn hướng dẫn viên địa phương với các công ty du lịch hợp tác bên ngoài. HDV kiêm phiên dịch của công ty du lịch đã học về sinh hoạt và truyền thống, văn hóa xã hội của người Cơ Tu



Hình 10. Người dân tộc Cơ Tu, huyện Nam Giang trình diễn múa truyền thống tại lễ hội giao lưu văn hóa Nhật Bản-Hội An



Hình 11: Nam nữ thanh niên dân tộc Cơ Tu múa truyền thống

3.7.4. Những thay đổi tại địa phương (trên phương diện xã hội, kinh tế, văn hóa)

Từ khi dự án bắt đầu đến nay (7/2012 – 10/2013), đã có gần 300 du khách đi theo đoàn tham gia các tour thử nghiệm, nhờ đó có thể nhìn thấy được những thay đổi tại địa phương trên phương diện kinh tế (tăng nguồn thu nhập), văn hóa (bắt đầu cảm thấy tự hào vì là người Cơ Tu, tăng cơ hội thực hành văn hóa truyền thống của chính mình) và xã hội (tăng cơ hội làm việc cộng đồng ở địa phương, tăng cường sự giao lưu, tiếp xúc giữa các thế hệ).

1) Thay đổi trên phương diện kinh tế

Thay đổi lớn nhất là sự gia tăng thu nhập trong địa phương thông qua các tour thử nghiệm. Đến nay, khoảng 60% người dân địa phương tham gia trực tiếp hoặc gián tiếp đến hoạt động phát triển du lịch và bằng nhiều hình thức các hoạt động dự án cũng bắt đầu mang lại lợi ích cho địa phương. Ngoài ra, không chỉ có thêm thu nhập từ tour mà thu nhập từ việc bán sản phẩm thổ cẩm của làng dệt cũng tăng lên, trở thành nguồn thu nhập lớn nhất của Hợp tác xã dệt Zara. Việc bán hàng trực tiếp cho du khách tại thôn đem lại nhiều tiện ích và lợi nhuận hơn so với việc mang sản phẩm đi bán tại các cửa hàng bên ngoài.

2) Thay đổi trên phương diện văn hóa

Bà con địa phương chia sẻ rằng từ khi du khách đến tham quan, bà con có nhiều cơ hội chứng kiến, tham gia tổ chức các tập quán và lễ nghi văn hóa dân tộc. Chẳng hạn, trước đây các món ăn tiếp đãi truyền thống chỉ được nấu vài lần trong một năm, nhưng bây giờ có thể nấu 2, 3 lần trong một tháng. Ngoài ra, thông qua cơ hội giới thiệu, chia sẻ cho du khách “Người Cơ Tu là ai?”, người dân cũng được học hỏi, suy nghĩ, ghi nhớ và truyền đạt lại các giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc mình. Các bạn trẻ trước đây đã có thời gian e ngại mình là người dân tộc thiểu số, bây giờ đã dần lấy lại niềm tự hào vì đã được sinh ra là người dân tộc Cơ Tu: “tự tin là người dân tộc Cơ Tu”, “muốn nhiều người biết đến nền văn hóa độc đáo của mình”.

Đến nay, đã có 12 bạn trẻ là thành viên của nhóm thuyết minh viên địa phương và đã tham gia tập huấn. Qua việc nhìn lại văn hóa dân tộc mình, họ cũng bắt đầu quan tâm đến các dân tộc thiểu số khác.

3) Thay đổi về phương diện xã hội

Hiện tại, ngày càng nhiều công ty du lịch, cơ quan truyền thông và cả khách bên ngoài giới thiệu về tour du lịch cộng đồng của địa phương. Nhờ đó, việc trao đổi liên lạc của những người trong dự án và bên ngoài dự án đang tăng lên, cơ hội tham gia vào các hoạt động xã hội cũng tăng lên. Bên cạnh đó, cơ hội cho các chị em phụ nữ bắt đầu những thử thách mới, suy nghĩ học hỏi, và tham gia vào các hoạt động xã hội ngày càng nhiều hơn. Thực tế 60-70% người tham gia dự án phát triển du lịch này là các chị em phụ nữ nhiều thế hệ. Nhờ hiệu quả từ tour du lịch dựa vào cộng đồng Cơ Tu, tháng 8/2013 bà con dân tộc Cơ Tu ở huyện Nam Giang đã được mời đến lễ hội Nhật Bản-Hội An được tổ chức tại thành phố di sản thế giới Hội An, tỉnh Quảng Nam để trình diễn các điệu múa truyền thống của đồng bào Cơ Tu. Tác động từ hoạt động du lịch đã lan rộng ra cả phạm vi bên ngoài huyện Nam Giang.

Sự gia tăng các cơ hội nói trên đã tạo ra những tác động tích cực như sự trao đổi, giao lưu giữa các thế hệ tăng lên, cộng đồng đoàn kết hơn, khả năng hợp tác mạnh hơn, cơ hội liên kết tài nguyên và nhân lực trong địa phương cũng tăng lên.

3.7.5. Những thách thức trước mắt

Những thách thức sau đây đã xuất hiện trong quá trình thực hiện dự án. Tiếp theo, chúng tôi sẽ cân nhắc, thảo luận kỹ hơn với các đối tác liên quan bên trong và bên ngoài dự án để giải quyết từng thách thức một

- Sự thiếu hiểu lẫn nhau, đối thoại hòa hợp giữa các đối tác liên quan trong dự án
- Sự đồng thuận về phương hướng phát triển du lịch giữa các đối tác liên quan khi địa phương dần dần được biết đến như là một điểm du lịch
- Chiến lược xúc tiến, quảng bá du lịch bền vững (thiết lập mối quan hệ hợp tác, tăng cường mối quan hệ đối tác với các công ty du lịch bên ngoài, xây dựng phương pháp thu hút du khách bền vững, v.v...)
- Tăng cường “sự kết nối”, nâng cao ý thức “hợp tác” giữa các thôn làng, các đối tác liên quan về các phương diện chia sẻ thông tin, điều phối, vv.
- Hiểu biết và cải thiện du lịch theo các tiêu chuẩn du lịch và mức độ kỳ vọng của khách du lịch nước ngoài



Hình 12. Không phải từng cá nhân hay từng hộ dân mà cả cộng đồng cùng phân công phân nhiệm để tiếp đãi du khách.



Hình 13. Đồng đảo trẻ em, người trẻ, người già trong làng tự tập lại trong ngày du khách đến. (Hàng người bên trái trong hình là du khách).

3.7.6. Phát triển du lịch tại vùng dân tộc thiểu số

Kể từ khi bắt đầu đến nay, Dự án trải qua chưa đầy 2 năm, có thể nói là mới ở thời kỳ đầu. Chính vì vậy, chính chúng tôi, những người liên quan đến dự án cũng đang vừa làm vừa cải thiện để tìm ra phương pháp và cơ chế tốt hơn cho địa phương. Trong quá trình này, chúng tôi nhận thấy rằng cần phải chú trọng các điểm sau đây khi bắt đầu và tiến hành phát triển du lịch tại vùng dân tộc thiểu số.

- Khảo sát đầy đủ tính khả thi, tiềm năng phát triển du lịch liên quan đến các yếu tố du lịch trong và ngoài khu vực.
- Cách tiếp cận, phương pháp sử dụng không vì mục đích phát triển du lịch mà nên xem du lịch là công cụ để phát triển cộng đồng nhằm đánh thức và giúp cộng đồng đạt được ước mơ của mình. Kết hợp mọi sự hỗ trợ từ bên ngoài và từ chính quyền để tạo ra môi trường có thể phát huy tối đa giá trị mà dân tộc thiểu số đó có (nét độc đáo, sự hiếm có, sự khác biệt với các địa phương khác v.v).
- Đạt được sự đồng thuận về tầm nhìn, phương hướng và cách tiếp cận du lịch giữa các đối tác liên quan như người dân địa phương, chính quyền địa phương, và các công ty du lịch.
- Phân tích và chia sẻ khả năng tiếp nhận khách du lịch sao cho tương ứng với năng lực, tài nguyên và môi trường địa phương.
- Phân công nhiệm vụ rõ ràng.
- Làm rõ các chiến lược và các thứ tự ưu tiên (đường lối, chính sách, quy định, v.v...)
- Làm rõ mục tiêu, thị trường

3.7.7. Hướng đến tương lai

Các hoạt động được thực hiện trong suốt gần 10 năm qua tại huyện Nam Giang này là các hoạt động được chọn lọc, bao gồm “hoạt động tận dụng, ưu tiên nguồn tài nguyên và nguồn vốn, bao gồm con người và kỹ thuật của địa phương”, “hoạt động hợp tác, liên kết với bên ngoài”, “hoạt động do FIDR hỗ trợ” nhằm lập đi lập lại việc tìm kiếm tài nguyên và tiềm năng địa phương, chọn lọc, vận dụng, phát triển chúng. Mặc dù, vẫn còn nhiều thách thức, nhưng nếu có sự ủng hộ và hợp tác của các đối tác liên quan, dự án sẽ từng bước tích lũy được kinh nghiệm để giải quyết các thách thức đó.

Trong tương lai, việc làm thế nào để nhân rộng mô hình và tác động của dự án này ra khắp huyện Nam Giang là một vấn đề lớn. Ngoài ra, trong tương lai gần, chúng tôi hy vọng thông qua hoạt động du lịch này, tiềm năng của đồng bào dân tộc thiểu số sẽ được đánh thức không chỉ trong huyện mà vươn ra toàn tỉnh, cũng như toàn thể cộng đồng Cơ Tu tại các nơi khác.

ĐIỂN HÌNH THỰC TẾ 7: LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG TẠI TỈNH BẮC NINH

PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG THÔN TẠI 3 LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG



3.8. Điển hình thực tế 7: Làng nghề truyền thống tại tỉnh Bắc Ninh

3.8.1. Khái quát về 3 làng nghề truyền thống tỉnh Bắc Ninh

Điển hình này giới thiệu quá trình hình thành phát triển du lịch cộng đồng vận dụng nghề truyền thống tại 3 làng Phú Lãng, Đình Tổ và Hòa Long tỉnh Bắc Ninh. Đặc trưng của mỗi làng như sau:

Làng Phú Lãng : ngôi làng hưng thịnh nghề gốm sử dụng đất đỏ được cho là có nguồn gốc khoảng 900 năm trước

Làng Đình Tổ : ngôi làng nổi tiếng với các món ăn dân dã và nghề làm tương truyền thống v.v

Làng Hòa Long : ngôi làng còn lưu giữ nhiều công trình kiến trúc lịch sử và điệu hát Quan họ truyền thống

3.8.2. Những điểm chính trong điển hình

Điển hình này giới thiệu quá trình phát triển du lịch vận dụng nghề truyền thống đặc trưng của mỗi ngôi làng, đồng thời về nguồn đầu tư trong quá trình phát triển đó.

Dự án tại tỉnh Bắc Ninh để cập đến trong điển hình nghiên cứu này được thực hiện từ năm 2010-2012 bởi Quỹ Châu Á (The Asia Foundation) và Viện Nghiên cứu Phát triển Công nghiệp Nông thôn Việt Nam (VIRI).

3.8.3. Phương pháp và quá trình phát triển du lịch

Quá trình phát triển du lịch cộng đồng CBT Bắc Ninh bao gồm 6 giai đoạn:

3.8.3.1. Giai đoạn lập kế hoạch

(1) Bước khảo sát ban đầu

Mục đích của hoạt động này để xác định nguồn tài nguyên du lịch của địa phương tại 3 xã: Phú Lãng, Đình Tổ và Hòa Long. Bước này cực kỳ quan trọng bao gồm các nội dung sau:

- Khảo sát về phong cảnh làng quê, di tích lịch sử như đình làng, chùa, đền, các nhà cổ hiện còn được người dân gìn giữ nguyên vẹn hoặc trùng tu tôn tạo mới. Khảo sát các nghề thủ công truyền thống hiện đang còn phát triển.
- Khảo sát những di tích lịch sử được xếp hạng, nay không còn do quá trình biến cố của lịch sử và thời gian năm tháng làm mất đi. Những nghề thủ công truyền thống có giá trị nay do cơ chế thị trường không có đầu ra người dân bỏ không làm nữa.
- Khảo sát truyền thống văn hóa: các lễ hội, làn điệu dân ca, phong tục tập quán của địa phương.
- Khảo sát hệ thống giao thông nông thôn: đường giao thông liên thôn - liên xã, hệ thống y tế, trường học, bưu điện, hệ thống điện sinh hoạt, internet, các dịch vụ buôn bán nhỏ, ăn uống...
- Phỏng vấn người dân và các cán bộ chính quyền địa phương (xã, thôn) về phát triển du lịch cộng đồng - CBT Bắc Ninh, đánh giá sự ủng hộ và đồng tình của họ. Đây là khâu quan trọng trước khi xây dựng kế hoạch.
- Tìm hiểu và điều tra về điều kiện kinh tế, văn hóa, xã hội, thu nhập bình quân của người dân trong 3 năm gần đây với các chỉ số sau: Nguồn thu nhập chính, thu nhập phụ trước khi triển khai du lịch cộng đồng. Nguồn số liệu này là cơ sở so sánh sau kết thúc dự án triển khai du lịch cộng đồng.

(2) Bước chọn nông thôn đối tượng xây dựng tour du lịch cộng đồng tại các xã

Sau khi khảo sát, tiến hành lựa chọn, thống nhất với chính quyền địa phương cụ thể chọn triển khai du lịch cộng đồng tại từng xã như sau:

- Xã Phú Lãng : chọn thôn Thủ Công và thôn Phú Lãng.
- Xã Đình Tổ : chọn chùa Bút Tháp và thôn Đình Tổ.
- Xã Hòa Long : chọn thôn Viêm Xá

Thống nhất với địa phương chọn những tài nguyên du lịch có giá trị trong thôn để phát triển du lịch tại địa phương như: Di tích tiêu biểu, truyền thống tiêu biểu (kể cả nghề đó đã mai một cần khôi phục và phát triển trong tương lai). Cụ thể như sau:

- Tại thôn Thủ Công và thôn Phú Lãng, xã Phú Lãng chọn: Nhà tường niệm bác Hồ, chùa Phúc Long, 2 hộ làm gốm truyền thống, 2 hộ làm gốm tâm linh, 2 hộ làm gốm mỹ thuật. Khách tham quan tùy chọn nơi trải nghiệm và mua sản phẩm tại hộ làm gốm mỹ thuật.
- Tại chùa Bút Tháp và thôn Đình Tổ, xã Đình Tổ chọn: Chùa Bút Tháp tham quan chùa, ăn trưa thưởng thức món ăn truyền thống đặc trưng của địa phương: cháo thái, bánh đúc chấm tương, xôi gà, bánh gio, chuối tiêu. Sau bữa ăn, du khách thưởng thức những làn điệu quan họ Bắc Ninh. Du khách tiếp tục xem và tìm hiểu nghề làm tương truyền thống tại hộ bà Châm và khách trải nghiệm các công đoạn sản xuất tương trong khuôn viên gia đình bà Châm.
- Tại thôn Viêm Xá, xã Hòa Long: đến Cù, giếng Ngọc, thăm đình làng và điểm đến cuối là đền thờ vua Bà (thủy tổ nghề hát quan họ). Tại đây khách được thưởng thức các làn điệu quan họ cổ.



Nghệ nhân gốm làng Phù Lãng



Gốm Phù Lãng

Tương làng Đình Tổ



Chùa Bút Tháp



Dân ca Quan họ truyền thống



Bánh Gio

(3) Xác định giai đoạn phát triển du lịch cộng đồng tại làng

Xác định giai đoạn phát triển du lịch cộng đồng (CBT) tại 3 xã trong thời gian 24 tháng để phân bổ kinh phí, nội dung hoạt động cho phù hợp với tiến độ đã đề ra.

(4) Xác lập bản đồ du lịch thôn/làng

Xác lập bản đồ du lịch trong thôn/làng để hướng dẫn cho khách đi tham quan theo một logic: bãi đỗ xe - nơi đón tiếp du khách, hướng dẫn viên du lịch đưa khách đi tham quan, gắn kết giữa các danh lam thắng cảnh - các di tích lịch sử - các công trình văn hóa - các hộ làm nghề thủ công truyền thống, các dịch vụ ăn uống, nghỉ ngơi, vui chơi thưởng thức văn hóa nghệ thuật... điểm kết thúc cuối cùng khách ra về.

Bước một khảo sát điều tra, lên kế hoạch thời gian 3 tháng. (Bước này chủ yếu VIRI làm việc với chính quyền xã, thôn và phỏng vấn người dân để tìm hiểu tình hình kinh tế, văn hóa, xã hội, các nghề thủ công truyền thống. Phù Lãng được xác định nghề làm gốm sành đang bị mai một cần được khôi phục và tìm kiếm thị trường cho nghề gốm phát triển. Tại Đình Tổ, nghề làm tương ăn có hàng trăm năm, nay bị mai một cần được khôi phục. Tại làng Viêm Xá, nghề hát quan họ, nơi có đền thờ Bà chúa quan họ (quan họ gốc) nhưng chưa được tôn vinh phát triển cần khôi phục và nghề làm bánh khúc rất ngon nhưng ít người biết đến cần được phát triển.

Bước hai thực hiện tuyên truyền vận động thành lập tour CBT du lịch Bắc Ninh. Các ban quản lý du lịch cộng đồng tại mỗi xã được thành lập. Mỗi ban quản lý du lịch cộng đồng gồm 5 thành viên, đồng chí phó chủ tịch UBND xã làm trưởng ban, cán bộ văn hóa xã làm phó ban, 3 thành viên còn lại là các trưởng thôn, 1 đại diện các trưởng nhóm. Dưới ban quản lý có 4 nhóm hoạt động gồm: nhóm đón tiếp và hướng dẫn viên du lịch; nhóm ẩm thực (ăn uống) và nhà nghỉ cho khách; nhóm phụ trách sản xuất các sản phẩm phục vụ du khách và bán ra thị trường; nhóm hoạt động văn hóa văn nghệ giải trí cho du khách khi có nhu cầu.

(5) Cân nhắc thị trường mục tiêu

Cân nhắc việc phát triển các sản phẩm phục vụ khách du lịch tại chỗ và thị trường đầu ra, những thách thức và kỳ vọng đạt được trong tương lai.

- Tour du lịch làng gốm Phù Lãng được xác định có 3 dòng gốm chủ đạo gồm: gốm truyền thống (ang, chính, nổi, ấm, vại, chum ...), gốm tâm linh (lư hương, tiểu, quách, các đồ thờ...); gốm mỹ thuật (lộc bình, các con thú, con giống, các đồ phong thủy, tượng mỹ thuật...) có khu trải nghiệm cho khách thực hành làm gốm; có khu trưng bày sản phẩm gốm.

- Tour chùa Bút Tháp, làng Đình Tổ, khách tham quan chùa Bút Tháp tìm hiểu về nghệ thuật xây dựng chùa, nghệ thuật điêu khắc các pho tượng và các họa tiết trang trí trong chùa và ngoài chùa.

- Đình Tổ có nghề làm tương truyền thống hàng trăm năm, nhưng đã bị mai một, khi dự án triển khai nghề làm tương được khôi phục. Sản phẩm tương được cấp chứng nhận an toàn vệ sinh thực phẩm, xây dựng thương hiệu "tương Bà Chằm". Sản phẩm đã được khách du lịch mua và được thị trường nội địa mua liên tục sản xuất không kịp để bán. Đình Tổ có ẩm thực cháo thái, bánh đúc chấm tương, xôi gà, bánh gio và chuối tiêu. Khách du lịch được thưởng thức các món ẩm thực này trong tour trọn gói.

- Tour du lịch làng Viêm Xá, thành phố Bắc Ninh, nơi có đền thờ vua Bà thủy tổ hát quan họ, có nghề làm bánh khúc phục vụ lễ hội. Dự án triển khai xác định: hát quan họ cổ được khách tham quan yêu mến, cần khôi phục. Hát quan họ cổ của làng được giải nhất cuộc thi tài tử cả nước năm 2011 được hội Văn hóa Pháp Việt mời sang Pháp biểu diễn trong dịp tết năm 2011. Sản phẩm bánh khúc được công nhận đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm được đông đảo khách thập phương về dự lễ hội của tỉnh, thành phố và địa phương mua dùng.



Sản xuất Tương thương hiệu “Bà Chằm”

(6) Nguồn tài chính của dự án hỗ trợ

Chương trình tập huấn cho người dân về du lịch cộng đồng, về phương pháp giao tiếp với khách, tập huấn cho hướng dẫn viên du lịch về nghiệp vụ đón tiếp và hướng dẫn khách tại điểm.

Dự án đầu tư cho các xã làm các tiểu cảnh, vườn hoa, nhà vệ sinh, các biển chỉ dẫn cỡ lớn, biển giới thiệu làng nghề, biển bãi đỗ xe, các thùng đựng rác tại nơi công cộng, xe thu gom rác thải tại các cụm dân cư; đầu tư ghế đá cho xã Hòa Long, bàn, ghế, băng ghế cho xã Phù Lãng, trang bị ấm chén uống nước cho xã Hòa Long và Phù Lãng, trang bị bát, đĩa, ấm, chén cho xã Đình Tổ.

(7) Nguồn hỗ trợ từ bên ngoài

Ngoài nguồn ngân sách dự án, địa phương đầu tư ngân sách phát triển du lịch cộng đồng. Cụ thể, thành phố Bắc Ninh hỗ trợ ngân sách mở rộng và trải nhựa đường giao thông dài 3km từ dốc Lã của thành phố về thôn Viêm Xá. Xã và thôn bỏ kinh phí làm bãi đỗ xe, trồng cây xanh, đầu tư 60 chiếc ghế đá đặt quanh bờ hồ cho khách nghỉ thư giãn, mua thêm 6 xe thu gom rác thải. Chương trình khuyến công có hỗ trợ dạy nghề cho người lao động, phát triển nghề làm gốm truyền thống tại Phù Lãng. Tại xã Phù Lãng, người dân ủng hộ làm bãi đỗ xe rộng 500m² cho khách. Ngành văn hóa hỗ trợ khôi phục các trò chơi dân gian, các làn điệu ca hát phục vụ khách đến tham quan tại xã Đình Tổ.

(8) Các đối tác liên quan

Các đối tác liên quan gồm: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Bắc Ninh, UBND huyện Quế Võ có làng gốm Phù Lãng; UBND huyện Thuận Thành, có xã Đình Tổ; UBND thành phố Bắc Ninh, có xã Hòa Long; các Sở Công thương, Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tỉnh Bắc Ninh.

Tour du lịch CBT Bắc Ninh có 3 xã Phù Lãng, Đình Tổ và Hòa Long, phải tạo ra mối liên kết thường xuyên giữa 3 xã với nhau mỗi khi có khách đến tham quan, trao đổi kinh nghiệm, bổ sung cho nhau phương pháp đón tiếp khách thực hiện phương châm: “Vui lòng khách đến vừa lòng khách đi”.

3.8.3.2. Xây dựng bộ máy tổ chức phát triển du lịch

Việc hình thành các ban quản lý du lịch cộng đồng phải được thường trực UBND xã ra quyết định thành lập. Mỗi ban có một trưởng ban do Phó Chủ tịch UBND xã làm trưởng ban, Phó ban là cán bộ văn hóa xã, đại diện trưởng thôn, một đại diện cho các nhóm. Ban quản lý du lịch cộng đồng, có quy chế, nội quy hoạt động riêng, được công đồng tham gia xây dựng và được UBND xã phê duyệt. Mỗi tháng ban quản lý họp một lần để nghe các tiểu ban báo cáo những công việc đã làm được và chưa làm được, tìm nguyên nhân để khắc phục, đồng thời đề ra nhiệm vụ tháng tiếp theo cho các tiểu ban và các thành viên trong ban chỉ đạo. Dưới ban quản lý được thành lập 4 tiểu ban do người dân bầu bao gồm:

- Tiểu ban đón tiếp và hướng dẫn khách tham quan, có từ 2 - 3 người.
- Tiểu ban sản xuất phát triển nghề truyền thống của địa phương gồm 3 - 4 người.
- Tiểu ban ăn, nghỉ (tiểu ban đời sống ẩm thực) gồm có 3 - 5 người.
- Tiểu ban văn nghệ và các trò chơi giải trí cho khách gồm 8 - 10 người

Các tiểu ban đều có nội quy hoạt động riêng, do người dân xây dựng đóng góp, được ban quản lý du lịch cộng đồng quản lý và theo dõi hoạt động. Hàng tuần, các tiểu ban đều có buổi họp giao ban, rút kinh nghiệm những việc đã làm được và những việc còn tồn tại để có biện pháp khắc phục.

Cộng đồng dân cư tự xây dựng quy chế vệ sinh đường làng ngõ xóm, giữ gìn môi trường trong từng gia đình và từng khu dân cư. Hàng tháng có kiểm tra đánh giá, biểu dương những gia đình làm tốt, và nhắc nhở những gia đình chưa làm tốt.

Trước đây, nước chảy sinh hoạt của các hộ gia đình chảy ra cống chung của xã không có nắp cống. Thôn tổ chức tu sửa lại đường làng, làm nắp cống toàn bộ các cống rãnh thoát nước.

Các hộ tự bỏ công sức và kinh phí để tu bổ chỉnh trang lại các khu vực chăn nuôi gia cầm, gia súc, khu vực vệ sinh, nhà bếp nấu ăn hàng ngày, sắp xếp lại các khu vực sinh hoạt, ăn ở trong gia đình cho khoa học, hợp lý, gọn gàng theo hoàn cảnh thực tế của từng gia đình.

Nhận thức của người dân về môi trường, về tham gia hoạt động du lịch cộng đồng trong từng gia đình, từng cụm dân cư, đến toàn bộ trong thôn có sự thay đổi. Bộ mặt nông thôn được thay đổi rõ rệt. Mọi người đều nhận ra rằng việc giữ gìn môi trường trong sạch là việc làm cho chính mình được hưởng lợi đầu tiên, sau đó mới đến khách.

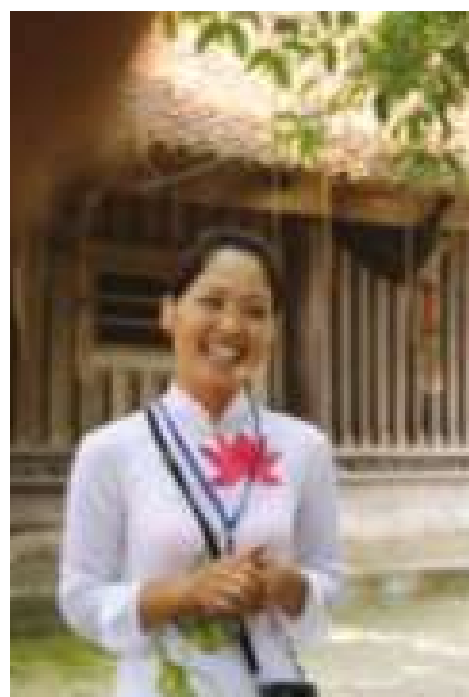
Các tiểu ban đi vào hoạt động thường xuyên theo chức năng nhiệm vụ của mình. Trước hết là được tập huấn về nghiệp vụ du lịch, tập huấn về nhiệm vụ của tiểu ban mình. Tiểu ban có phân công, phân nhiệm vụ cụ thể cho từng thành viên. Trong quá trình làm việc, các thành viên trong tiểu ban phải luôn kết hợp chặt chẽ với nhau để công việc trong từng tiểu ban hoạt động thường xuyên, liên tục và kết hợp chặt chẽ nhằm phục vụ khách thật chu đáo, tận tình.

Sau tập huấn, ban quản lý du lịch cộng đồng xã tổ chức cho các tiểu ban tập dượt nhiều lần nhằm khắc phục những thiếu sót để có biện pháp khắc phục.

Tập huấn cho toàn bộ lãnh đạo chủ chốt của xã và thôn, cùng cộng đồng dân cư được chọn làm du lịch học tập. 5 bài do giảng viên trường Cao đẳng Du lịch Hà Nội dạy (theo giáo trình của trường biên soạn), thời gian học tập 7 ngày.

Quá trình triển khai công việc theo kế hoạch đề ra: Việc phối kết hợp với các tổ chức chính trị - xã hội trong xã, trong thôn như: Hội Phụ nữ, hội Thanh niên, hội Cựu chiến binh, hội Người cao tuổi, Mặt trận Tổ quốc, là rất cần thiết và mang hiệu quả rất tốt. Với chức năng và nhiệm vụ của mỗi tổ chức, họ vận động các thành viên trong tổ chức có trách nhiệm tham gia vào các công việc chung của tour du lịch cộng đồng.

Hướng dẫn viên địa phương đã qua tập huấn



Thiết kế
đóng gói
sản phẩm
tương



Biển giới
thiệu làng
Phù Lãng

3.8.3.3. Giai đoạn thiết kế

Các tiểu cảnh trên dọc đường đi của tour du lịch: Cán bộ thiết kế xây dựng các tiểu cảnh, cây xanh cho phù hợp với nguồn kinh phí của dự án, cộng với đóng góp của người dân địa phương, tạo ra cảnh quan môi trường xanh, sạch, đẹp. Công việc này được giao cho cán bộ thiết kế của VIRI và những người chuyên về làm vườn hoa, cây xanh đảm nhiệm thực hiện sau đó bàn giao lại cho địa phương quản lý và chăm sóc.

Thiết kế các mẫu mã sản phẩm mới, nhãn hiệu, cho các hộ sản xuất gốm; thiết kế mẫu mã bao bì cho các hộ làm bánh khúc; bao bì, nhãn mác, chai lọ cho hộ làm tương, đầu tư trang phục, nón quai thao, nón ba tầm cho liên anh, liên chị.... Các biển chỉ dẫn, giới thiệu tour du lịch, được cán bộ thiết kế VIRI thực hiện. Các tờ rơi, các cuốn sách giới thiệu về tour du lịch, về làng nghề của từng xã được cán bộ thiết kế của VIRI thực hiện. Tất cả được thiết kế cẩn thận, tỉ mỉ, có đóng góp kiến của người dân trực tiếp thực hiện công việc này để tạo sự đồng thuận cao trong quá trình triển khai dự án.

Các bài giới thiệu cho khách tại những nơi khách đến tham quan được VIRI chuẩn bị chu đáo cho từng điểm nơi khách đến tham quan. Đồng thời mời giáo viên trường Cao đẳng Du lịch Hà Nội về dạy cho hướng dẫn viên của cả 3 xã học tập về kỹ năng giới thiệu, kỹ năng di chuyển hướng dẫn viên khi phục vụ khách, dạy tại chỗ khách đến tham quan, ngoài ra hướng dẫn viên của 3 xã còn đi học thêm nghiệp vụ làm hướng dẫn viên du lịch hệ tại chức do tỉnh Bắc Ninh mở.

Hình ảnh FAM tour



3.8.3.4. Giai đoạn chuẩn bị đón khách du lịch

Tờ rơi được in cho từng điểm du lịch, có địa chỉ, điện thoại, người liên hệ cần thiết.

Xây dựng giá thu của khách tại mỗi điểm đến như: bãi đỗ xe có 3 mức thu, loại 7 chỗ trở xuống, loại xe 16 chỗ trở xuống, loại 26 chỗ trở lên. Giá thu của khách trọn gói tại điểm Phù Lãng, giá thu khách trải nghiệm làm gốm. Tại điểm chùa Bút Tháp giá một bữa ăn trưa, tại Hòa Long hát quan họ cổ giá theo thu theo giờ, giá phòng ngủ qua đêm, nghỉ qua trưa của cả 3 xã. Xây dựng giá các sản phẩm làm bằng gốm, giá tương tính theo lít đựng tùy theo chai đựng và dung tích 0,5 lít, 0,7 lít, giá bánh khúc.

Liên hệ với trên 30 công ty du lịch lữ hành nội địa và các công ty lữ hành chuyên phục vụ khách ngoài nước, mời về dự một tọa đàm để giới thiệu với các công ty này tour du lịch CBT Bắc Ninh.

Tiếp theo tổ chức 3 chuyến tham quan thử nghiệm gồm:

- Chuyến tham quan thử nghiệm thứ nhất: gồm cán bộ Quý châu Á, VIRI, cán bộ Trường Cao đẳng Du lịch Hà Nội.
- Chuyến tham quan thử nghiệm thứ hai: Gồm Quý Châu Á, VIRI, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Bắc Ninh, 7 phòng Du lịch các huyện của Bắc Ninh, 34 công ty du lịch lữ hành nội địa và khách ngoại.
- Chuyến tham quan thử nghiệm thứ ba gồm: Quý Châu Á, VIRI, các văn phòng đại sứ quán nước ngoài tại Việt nam, Trường Cao đẳng Du lịch Hà Nội.

Sau mỗi chuyến đi thử nghiệm đều có lấy phiếu thăm dò góp ý kiến của khách, tiếp tục bổ sung xây dựng tour.

3.8.3.5. Giai đoạn xúc tiến quảng bá

Liên kết với các công ty du lịch lữ hành nội địa (bao gồm cả khách nội địa và nước ngoài) giới thiệu chương trình tour gồm:

- **Tour 1:** đi cả 3 xã gốm Phù Lãng - Đình Tổ - Hòa Long.
- **Tour 2:** đi 2 xã gốm Phù Lãng - Hòa Long; Đình Tổ - Hòa Long; Đình Tổ - Phù Lãng.
- **Tour 3:** đi một xã Phù Lãng; hoặc Đình Tổ; hoặc Hòa Long.

Các sản phẩm của làng nghề như gốm Phù Lãng; tương bà Chằm, Đình Tổ; bánh khúc làng Viêm Xá, đều được công nhận thương hiệu. Riêng tương và bánh khúc được chứng nhận an toàn vệ sinh thực phẩm, được đưa ra thị trường tiêu thụ rộng rãi.

Cuốn giới thiệu làng gốm Phù Lãng, làng Diềm quê hương quan họ, món ăn dân dã ở Đình Tổ được biên soạn và in ấn. Trang web về tour CBT Bắc Ninh được thiết lập. Báo đài phát thanh truyền hình Bắc Ninh giới thiệu về tour cộng đồng làng nghề. Trường Cao đẳng Du lịch Hà Nội đưa nhiều đoàn sinh viên tham gia tour này, nhằm quảng bá cho tour đồng thời hướng dẫn sinh viên thực hành dẫn đoàn tại tour CBT Bắc Ninh.



Du khách thưởng thức Quan họ

3.8.3.6. Giai đoạn quản lý, kiểm soát

Bắt đầu đón khách: Từ sau khi dự án chuyển sang giai đoạn đón khách, nhiều đoàn khách được các công ty lữ hành đưa khách về chùa Bút Tháp Đình Tổ, về làng Viêm Xá nghe hát quan họ. Các đoàn khách đi Hạ Long, trên đường về Hà Nội điểm dừng chân vào thăm làng gốm Phù Lãng. Đặc biệt là các trường phổ thông, trường đại học đưa nhiều đoàn khách về Phù Lãng 3 - 5 ngày để trải nghiệm nghề làm gốm.

Trong quá trình đón khách, tiếp tục hoàn thiện thêm những bất hợp lý tạo thuận lợi cho khách tham quan và trải nghiệm được nhiều thời gian hơn, đa phần khách đi tour 2 xã trong ngày và đi tour một xã trong ngày. Việc phục vụ khách ăn, nghỉ và nghe hát quan họ cũng có những bổ sung thay đổi theo yêu cầu của khách như khách có thể trải nghiệm cùng hát, cùng vào nấu cháo thái... Hạ tầng từng bước được cải thiện, chất lượng phục vụ dần được nâng hơn trước đáp ứng nhu cầu của khách tham quan.

Giai đoạn kiểm soát:

Thước đo để đánh giá sản phẩm du lịch được thông qua lượng khách du lịch. Tại mỗi điểm tham quan của du khách đều có phiếu nhận xét đánh giá của khách.

Công tác quản lý tài chính tại mỗi điểm du lịch, được quản lý chặt chẽ việc thu, chi theo sổ sách, minh bạch công khai cho mọi thành viên trong cộng đồng được biết và giám sát, tránh hiểu lầm, thắc mắc cho mọi thành viên tham gia.

Du lịch cộng đồng tại vùng nông thôn như một luồng gió mới, đến với người dân nông thôn. Từ chỗ họ không có khách, nay nhiều khách đến tham quan bao gồm cả khách nội địa và khách nước ngoài. Họ đến tham quan, nhưng đồng thời họ cũng đem đến cho địa phương những nét văn hóa của mọi miền tổ quốc, mọi quốc gia trên thế giới và chính họ là người giúp quảng bá sản phẩm của địa phương, đây có thể là cái được lớn nhất của du lịch cộng đồng ở vùng nông thôn Việt Nam.

3.6.4. Những bài học từ phát triển du lịch tại các vùng nông thôn

- Sự tham gia tích cực, chủ động của cộng đồng là điều kiện tiên quyết để thực hiện thành công du lịch cộng đồng tại nông thôn.
- Việc đào tạo nâng cao năng lực cho các bên liên quan đến du lịch cộng đồng tại nông thôn là không thể thiếu được.
- Xây dựng mối quan hệ đối tác chiến lược với các công ty du lịch để phát triển du lịch cộng đồng ở nông thôn.
- Phát triển các sản phẩm và dịch vụ độc đáo, để cao giá trị văn hóa truyền thống của địa phương, nhưng thích ứng với điều kiện của khách du lịch.
- Đảm bảo tối đa sự công bằng và minh bạch về phân chia lợi nhuận giữa các thành viên cộng đồng.
- Không ngừng tăng cường công tác xúc tiến thương mại.
- Gắn kết hoạch phát triển du lịch cộng đồng của địa phương vào chính sách phát triển du lịch chung của tỉnh.



Chương IV: Các địa phương đối tượng phát triển du lịch nông thôn

4.1. Khảo sát về các địa phương đối tượng phát triển du lịch nông thôn

4.1.1. Phương pháp khảo sát

Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch và JICA đã thực hiện khảo sát bằng phiếu câu hỏi đối với 63 tỉnh thành trên toàn quốc để tìm hiểu về các địa phương đối tượng phát triển du lịch nông thôn.

(1) Phương pháp thực hiện

Lập phiếu câu hỏi khảo sát, vào ngày 6/9/2013 gửi từ Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch đến sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch của 63 tỉnh thành. Thời gian nhận phản hồi là đến 27/9, sau đó tiến hành tổng kết kết quả trả lời.

(2) Nội dung phiếu câu hỏi khảo sát

Chúng tôi đã gửi phiếu câu hỏi khảo sát có nội dung như sau:

1) Câu hỏi chung

Tên tổ chức, người trả lời, số nông thôn (tổng số nông thôn đã phát triển thành điểm du lịch và nông thôn chưa phát triển nhưng có tiềm năng phát triển du lịch)

2) Các câu hỏi liên quan đến du lịch nông thôn

Câu hỏi 1	Xin vui lòng cung cấp một vài thông tin chung về ngôi làng. (1. Tên làng, 2. Dân số, 3. Diện tích)
Câu hỏi 2	Xin vui lòng cung cấp những nét đặc trưng và sức hấp dẫn của ngôi làng. (nông nghiệp, di sản văn hóa vật thể; phi vật thể, nghề thủ công truyền thống, cảnh quan, dân tộc thiểu số v.v)
Câu hỏi 3	Xin vui lòng cung cấp thông tin về phương thức tiếp cận ngôi làng. - Khoảng cách từ điểm du lịch chính hoặc từ thành phố trung tâm tỉnh - Phương tiện giao thông để đến ngôi làng (ví dụ: xe buýt, tàu, ô tô v.v...) - Tình hình liên kết với các điểm du lịch khác
Câu hỏi 4	Tình hình du lịch nông thôn. 1. Ngôi làng có đủ tiềm năng phát triển như một điểm du lịch, tuy nhiên vẫn chưa có hoạt động phát triển 2. Ngôi làng đã có tiếp đón khách du lịch Trường hợp bạn chọn tình hình 1. cho câu hỏi, xin vui lòng trả lời những câu hỏi sau đây.
Câu hỏi 5	(1) Có kế hoạch hay định hướng phát triển du lịch nông thôn nào trong tương lai cho địa phương đó chưa? (2) Cơ quan, tổ chức, đơn vị nơi bạn làm việc có gặp khó khăn gì trong quá trình thực hiện phát triển du lịch tại ngôi làng này không? Trường hợp bạn chọn tình hình 2. cho câu hỏi, xin vui lòng trả lời những câu hỏi sau đây.
Câu hỏi 6	(1) Địa phương đã nhận được sự hợp tác của các cơ quan, tổ chức bên ngoài hay các chương trình hỗ trợ nào khi phát triển du lịch tại ngôi làng này không? (2) Từ khi nào khách du lịch bắt đầu đến thăm làng? (3) Có bao nhiêu khách đến thăm làng trong 1 năm? (4) Xin vui lòng cung cấp thông tin về chương trình, dịch vụ, điểm hấp dẫn du lịch (ví dụ: home-stay, dịch vụ ăn uống, trải nghiệm nông nghiệp, trồng trọt, câu cá, các hoạt động trải nghiệm nghề truyền thống v.v...) (5) Cơ quan, tổ chức, đơn vị nơi bạn làm việc có gặp khó khăn gì trong quá trình tiếp nhận, quản lý du lịch không? (6) Hãy chia sẻ những bài học thực tế tốt trong quá trình phát triển du lịch nông thôn của bạn.
Câu hỏi 7	Hãy chia sẻ thêm những nhận xét, hoặc những thông tin khác ngoài các câu hỏi trên đây.

(3) Kết quả khảo sát

Chúng tôi đã nhận được nội dung trả lời của 46 tỉnh thành trong số 63 phiếu câu hỏi khảo sát gửi đi với thông tin về số nông thôn đối tượng phát triển du lịch tổng kết được là 121 điểm. Kết quả trả lời chúng tôi tóm tắt ở phần "4.2. Danh sách các địa phương phù hợp để phát triển du lịch", cụ thể gồm các nội dung 1. Tên nông thôn, 2. Thông tin cơ bản (dân số, diện tích, điều kiện địa lý, phương tiện giao thông), 3. Đặc trưng tài nguyên du lịch của nông thôn, 4. Tình hình phát triển du lịch (Việc phát triển du lịch có tiến triển không, số lượng du khách, các hoạt động đến ngày hôm nay v.v), 5. Những khó khăn trong phát triển du lịch.

4.1.2. Vị trí các địa phương đối tượng phát triển du lịch nông thôn



4.2. Danh sách các địa phương phù hợp để phát triển du lịch nông thôn

STT	Địa điểm	Thông tin chung và phương thức tiếp cận	Đặc trưng	Tình hình du lịch	Khó khăn trong phát triển du lịch
Tỉnh Điện Biên: 4 làng					
1	Làng Pe Luông	- Dân số: 427 người - Diện tích: 33.800km ² - Cách trung tâm thành phố: 3 km - Phương tiện đi lại: ô tô và xe máy	- Làng nghề truyền thống dệt thổ cẩm của dân tộc Thái - Tắm suối khoáng nóng	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: chương trình văn hóa cộng đồng - Đón khách từ năm 1998 - Số lượt khách hàng năm: 100 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: dịch vụ ăn uống, thăm ruộng lúa, câu cá và hồ Pe Luông	Không có chuyên gia đào tạo nhạc và ca múa hát
2	Làng Phiêng Lơi	- Dân số: 230 người - Diện tích: 112,4 ha - Cách trung tâm thành phố Điện Biên: 4 km - Phương tiện đi lại: ô tô	- Ruộng lúa và sản xuất nông nghiệp	Chưa đón tiếp khách du lịch - Sự hỗ trợ chưa đủ cho làng Phiêng Lơi phát triển	Không có đầu tư về cơ sở hạ tầng, năng cao nhận thức cho người dân
3	Bản Mẩn	- Dân số: 523 người - Diện tích: 4 km ² - Cách trung tâm thành phố Điện Biên: 5 km - Phương tiện đi lại: ô tô	- Làng nghề thủ công truyền thống - Dân tộc Thái và phong tục tập quán của họ - Sản xuất nông nghiệp - Nhà sàn - Văn hóa ẩm thực	Đã đón tiếp khách du lịch - Năm 2004, tỉnh huyện đã đầu tư đường bê tông, nhà văn hóa, mở lớp kiến thức lễ tân - Đón khách từ năm 2000 - Số lượt khách hàng năm: 6000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: dịch vụ ăn uống, tìm hiểu phong tục tập quán của dân tộc Thái, các làng nghề thủ công truyền thống, văn hóa văn nghệ	Công tác quản lý, điều hành còn gặp nhiều khó khăn vì chưa được đào tạo bài bản
4	Bản U Va	- Dân số: 250 người - Diện tích: 3 km ² - Cách trung tâm thành phố Điện Biên: 15 km - Phương tiện đi lại: ô tô và xe máy	- Nhà sàn - Ruộng lúa - Suối khoáng nóng	Đã đón tiếp khách du lịch - Năm 2004, tỉnh huyện đã đầu tư đường bê tông, nhà văn hóa, mở lớp kiến thức lễ tân - Đón khách từ năm 2000 - Số lượt khách hàng năm: 6000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: dịch vụ ăn uống, tìm hiểu phong tục tập quán của dân tộc Thái, các làng nghề thủ công truyền thống, văn hóa văn nghệ	Khó khăn về chuyên môn, nghiệp vụ và vốn đầu tư
Tỉnh Hòa Bình: 3 làng					
5	Làng Xóm Mổ 2	- Dân số: 476 người - Diện tích: 1 km ² - Cách trung tâm thành phố Hòa Bình: 12 km - Phương tiện đi lại: Ô tô, xe máy	- Bản sắc văn hóa vật thể và phi vật thể người Mường bản địa - Cảnh quan đẹp - Các nghề thủ công truyền thống	Đã đón tiếp khách du lịch - Làng nằm trong chương trình phát triển du lịch chung của tỉnh và một số dự án hỗ trợ: VSAT, dự án 134, dự án lồng hồ sống Đà hồ trợ nuôi con giống,... - Đón khách từ năm 2000 - Số lượt khách hàng năm: khoảng 15.000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: homestay, dịch vụ ăn uống, sinh hoạt cùng người dân địa phương, tham quan các điểm du lịch lân cận và hồ Hòa Bình...	Ý thức một số hộ dân chưa cao trong phát triển du lịch cộng đồng
6	Làng Āi	- Dân số: 395 người - Diện tích: 1,5 km ² - Cách trung tâm thành phố Hòa Bình: 34 km - Phương tiện đi lại: Ô tô và xe máy	- Là bản Mường cổ tiêu biểu được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch công nhận - Giữ gìn văn hóa truyền thống vật thể và phi vật thể - Phong cảnh đẹp	Đã đón tiếp khách du lịch - Làng nhận được sự hỗ trợ từ chương trình phục dựng làng Mường cổ, dự án EU tư vấn, hỗ trợ kỹ thuật phát triển tuyến điểm du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội - Đón khách từ năm 2009 - Số lượt khách hàng năm: khoảng 2,500 lượt (từ năm 2010) - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: homestay, dịch vụ ăn uống, trải nghiệm các hoạt động sinh hoạt hàng ngày của người dân, tham gia hoạt động vui chơi, thể thao khác	Ý thức người dân chưa cao, chưa qua các khóa đào tạo du lịch cộng đồng
7	Làng Thầu	- Dân số: 500 người - Diện tích: 1,5 km ² - Cách trung tâm thành phố Hòa Bình: 100 km - Phương tiện đi lại: Ô tô và xe buýt	- Cộng đồng dân tộc Mường và bản sắc văn hóa dân tộc Mường - Sản xuất nông nghiệp	Đã đón tiếp khách du lịch - Có xây dựng quy hoạch hạ tầng du lịch - Đón khách từ năm 2007 - Số lượt khách hàng năm: khoảng 1.000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: homestay, dịch vụ ăn uống, trải nghiệm nghề dệt truyền thống	

STT	Địa điểm	Thông tin chung và phương thức tiếp cận	Đặc trưng	Tình hình du lịch	Khó khăn trong phát triển du lịch
Tỉnh Lai Châu: 1 làng					
8	Bản Hon	- Dân số: 2.500 người - Diện tích: 5 km ² - Cách trung tâm thành phố: 10 km - Phương tiện đi lại: Xe máy, ô tô	- Cộng đồng dân tộc thiểu số - Các làng nghề thủ công truyền thống	Đã đón tiếp khách du lịch - Đón khách từ năm 2012 - Số lượt khách hàng năm: 500 lượt - Hoạt động và dịch vụ du lịch: dịch vụ homestay	Chưa có sự phối hợp thống nhất giữa các cơ quan ban, ngành
Tỉnh Phú Thọ: 5 làng					
9	Làng Hùng Lô	- Dân số: 6,195 người (năm 2010) - Diện tích: 1,2 km ² - Cách trung tâm thành phố Việt Trì: 10 km - Phương tiện đi lại: Ô tô	- Di tích lịch sử cấp Quốc gia - Hát Xoan - Tín ngưỡng thờ cúng Hùng Vương - 50 ngôi nhà cổ từ 100 - 200 tuổi	Đã đón tiếp khách du lịch - Tỉnh Phú Thọ và thành phố Việt Trì có kế hoạch xây dựng đình Hùng Lô (thuộc làng Hùng Lô) trở thành điểm du lịch văn hóa di sản - Đón khách từ năm 2008 - Số lượt khách hàng năm: 2000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: dịch vụ ăn uống, lưu trú, chợ và làng nghề truyền thống	- Cơ sở hạ tầng và vật chất kỹ thuật chưa đồng bộ - Nguồn nhân lực yếu, chưa có đội ngũ thuyết minh viên - Nhận thức người dân chưa cao, chưa được hưởng lợi ích từ việc khai thác các giá trị văn hóa phục vụ du lịch
10	Xã La Phù	- Dân số: hơn 8.000 người (năm 2010) - Diện tích: 812 ha - Cách thành phố Việt Trì khoảng 20 km - Phương tiện đi lại: Ô tô	- Tắm khoáng nóng	Đã đón tiếp khách du lịch - UBND tỉnh đã xác định nơi đây là trung tâm du lịch trọng điểm của Tỉnh. Sở VH&TT&DL và huyện Thanh Thủy có kế hoạch xây dựng thành khu du lịch của Tỉnh - Đón khách từ năm 2006 - Số lượt khách hàng năm: 10,000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: tắm khoáng nóng và dịch vụ ăn uống	- Cơ sở hạ tầng còn khó khăn - Tình trạng nước khoáng nóng tự phát ở một số hộ dân trong xã
11	Xã Xuân Sơn	- Dân số: 1,095 người - Diện tích: 65,48 km ² - Cách thành phố Việt Trì: 80 km - Phương tiện đi lại: Ô tô và xe máy	- Bản sắc văn hóa dân tộc Dao, Mường. - Vườn quốc gia Xuân Sơn - Khám phá hang động	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Ban Quản lý dự án EU đang xây dựng chương trình hỗ trợ phát triển du lịch cộng đồng. Sở VH&TTDL tỉnh Phú Thọ đang xây dựng dự án cải tạo nhà ở người Dao, Mường phục vụ homestay và thực hiện đầu tư hạ tầng kỹ thuật - Đón khách từ năm 2007 - Số lượt khách hàng năm: 7.500 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: dịch vụ ăn uống, homestay, trekking, khám phá hang động, thác nước, bản sắc văn hóa dân tộc Mường, Dao	- Khó khăn về vốn đầu tư - Nguồn nhân lực phục vụ du lịch còn hạn chế, trình độ nghiệp vụ du lịch chưa cao
12	Làng Hy Cương	- Dân số: 5.319 người - Diện tích: 702,98 ha - Cách thành phố Việt Trì 12 km - Phương tiện đi lại: Ô tô và xe máy	- Di sản lịch sử cấp quốc gia Đền Hùng - Di sản vật thể và phi vật thể gắn với tín ngưỡng thờ cúng vua Hùng	Đã đón tiếp khách du lịch - Thành phố đang xây dựng Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội gắn với du lịch tại Hy Cương như xây dựng làng nghề truyền thống tại địa phương - Đón khách từ năm 2006 - Số lượt khách hàng năm: 10.000 lượt. - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: lễ hội Đền Hùng	
13	Làng Hiến Lương	- Dân số: 4.000 người - Diện tích: 7,7 km ² - Cách thành phố Việt Trì 68 km - Phương tiện đi lại: Ô tô, xe máy	- Đền mẫu Âu Cơ - Đầm sen Văn Hội	Chưa đón tiếp khách du lịch	Thiếu kinh phí

STT	Địa điểm	Thông tin chung và phương thức tiếp cận	Đặc trưng	Tình hình du lịch	Khó khăn trong phát triển du lịch
Tỉnh Lào Cai: 4 làng					
14	Làng văn hóa thôn Trung Đò	- Dân số: 784 người - Diện tích: 9,2 km ² - Cách thành phố Lào Cai: 60 km - Phương tiện đi lại: Ô tô và xe máy	- Cảnh quan thiên nhiên - Di tích văn hóa lịch sử quốc gia: Đền Trung Đò, thành cổ Trung Đò - Văn hóa tộc người: Kiến trúc nhà sàn của người Tày, phong tục tập quán của người Tày (lễ hội xuống đồng), điệu múa, hát giao duyên, điệu xòe và nhạc cụ phong phú	Đã đón tiếp khách du lịch - Hội Nông dân trung ương hỗ trợ xây dựng một số nhà vệ sinh cho người dân làm du lịch và xây nhà thông tin du lịch - Đón khách từ năm 2004 - Số lượt khách hàng năm: 10.000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: dịch vụ homestay, lưu trú khác, trải nghiệm nông nghiệp, giao lưu văn nghệ, thăm đến và dấu tích của thành cổ	- Khó khăn trong quản lý - Cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật còn sơ sài, chưa đảm bảo tiêu chuẩn - Công tác vệ sinh, bảo vệ môi trường, cảnh quan thiên nhiên còn yếu - Tổ chức quản lý và khai thác các hoạt động du lịch còn yếu kém - Các sản phẩm du lịch chưa được chú trọng, quảng bá
15	Bản Tà Van	- Dân số: 3.715 người - Diện tích: 6.804,07 ha - Cách thị trấn Sapa: 8 km - Phương tiện đi lại: Ô tô, xe máy, xe đạp	- Có 3 dân tộc thiểu số sinh sống: dân tộc Mông; chiếm 69,5%, dân tộc Giáy chiếm 24,4%, dân tộc Dao chiếm: 4,9% và dân tộc khác chiếm 1,2% - Các làng nghề thủ công truyền thống: nghề chạm bạc, dệt vải. Sản phẩm thổ cẩm cầu kỳ, đẹp mắt - Ruộng bậc thang - Điểm du lịch khác: Cầu Mây, suối Mường Hoa	Đã đón tiếp khách du lịch - Được hỗ trợ bởi tổ chức CAPILANO - CANADA và Đại học Mở Hà Nội tổ chức đào tạo, tập huấn cho các hộ kinh doanh homestay về kỹ năng đón và phục vụ khách du lịch; nhận hỗ trợ từ tổ chức SNV - Đón khách từ năm 1993 - Số lượt khách hàng năm: 27.000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: dịch vụ lưu trú và ăn uống	
16	Bản Hồ	- Dân số: 2.544 người - Diện tích: 11.531,09 ha - Cách thị trấn Sapa: 25 km - Phương tiện đi lại: Xe đạp, xe máy, ô tô	- Có 4 dân tộc thiểu số sinh sống: Tày, Nùng, Dao, Mông - Thác La Vè - Đời sống văn hóa truyền thống của người dân tộc tại làng	Đã đón tiếp khách du lịch - Được hỗ trợ từ các tổ chức như tổ chức SNV, tổ chức IPADE, tổ chức Bành mi thể giới về hoạt động du lịch cộng đồng và hoạt động của Ban Quản lý du lịch cộng đồng bản Hồ - Đón khách từ năm 1993 - Số lượt khách hàng năm: khoảng 35.000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: dịch vụ homestay và dịch vụ ăn uống	
17	Bản Tà Phìn	- Dân số: 2.997 người - Diện tích: 2.178 ha - Cách thị trấn Sapa: 12 km - Phương tiện đi lại: Xe máy và ô tô	- Có 3 dân tộc thiểu số sinh sống: Mông, Dáy, Dao - Các làng nghề thủ công: dệt vải, tẩm thuốc lá người Dao đỏ - Tu viện Tà Phìn và hang động Tà Phìn - Đời sống văn hóa truyền thống độc đáo của người Dao đỏ	Đã đón tiếp khách du lịch - Được hỗ trợ bởi tổ chức CAPILANO - CANADA phối hợp với trường ĐHM Mở Hà Nội tổ chức tập huấn cho các hộ gia đình kinh doanh homestay về kỹ năng đón khách và phục vụ khách du lịch; Được tổ chức AFD, APOLLO hỗ trợ mô hình phát triển thổ cẩm - Đón khách từ năm 1993 - Số lượt khách hàng năm: 100.000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: dịch vụ homestay, dịch vụ ăn uống, câu lạc bộ giới thiệu sản phẩm thổ cẩm dân tộc Mông, Dao, tẩm thuốc lá người Dao đỏ	
Tỉnh Hà Giang: 11 làng					
18	Thôn My Bắc	- Dân số: 717 người - Diện tích: 1.578km ² - Cách thành phố Hà Giang: 69 km - Phương tiện đi lại: Xe máy, ô tô	- Lễ hội nhảy lửa, lễ kéo chày - Nghề dệt thổ cẩm	Đã đón tiếp khách du lịch - Được chương trình phát triển Hà Lan, dự án HITT phối hợp với trung tâm thông tin du lịch Lào Cai tổ chức tập huấn nhằm nâng cao kỹ năng về hoạt động homestay - Đón khách từ năm 2007 - Số lượt khách hàng năm: 10.000 - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: tham gia lễ hội địa phương, câu cá ở thủy điện Thác Bạc, trải nghiệm lao động sản xuất cùng người dân địa phương	- Công tác quản lý cấp thôn, trách nhiệm và sự quan tâm của Ban Quản lý - Công tác phân chia hưởng lợi giữa người dân địa phương và Ban Quản lý còn chưa được rõ ràng

STT	Địa điểm	Thông tin chung và phương thức tiếp cận	Đặc trưng	Tình hình du lịch	Khó khăn trong phát triển du lịch
19	Thôn Khiếm	- Dân số: 559 người - Diện tích: 270 ha - Cách thành phố Hà Giang: 50 km - Phương tiện đi lại: Ô tô, xe máy	- Làng văn hóa dân tộc Tày: bản sắc văn hóa của người Tày, kiến trúc đặc trưng của nhà sàn người Tày, trang phục, đời sống, sản xuất truyền thống - Cảnh quan thiên nhiên đẹp - Nghé sản xuất măng cọt, nghệ rên - Hồ Quang Minh, động Thắm Lom	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Cho vay vốn kinh doanh để phát triển du lịch Quyết định số 47/2012/NQ-HĐND ngày 14/7/2012 của Hội đồng nhân dân tỉnh Hà Giang khóa XVI; tạo điều kiện cho những người trực tiếp làm công tác du lịch tham gia các lớp tập huấn tại tỉnh và huyện; thuê nghệ nhân truyền dạy các tiết mục văn nghệ cổ truyền đặc sắc cho đội văn nghệ của thôn - Đón khách từ năm 2009 - Số lượt khách hàng năm: 2.000 - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: thưởng thức các làn điệu dân ca, dân vũ: hát yều, then, lượn, cọi măng đậm bản sắc của dân tộc Tày; tìm hiểu nghề truyền thống: măng cọt, nghệ rên; dịch vụ ẩm thực, đi bộ tìm hiểu đời sống, tham gia vào nếp sinh hoạt và sản xuất của bà con dân tộc Tày...	- Bản sắc văn hóa của Dân tộc Tày tại thôn Khiếm đã bị mai một, không còn đậm nét - Nhận thức về du lịch cộng đồng của nhân dân còn hạn chế - Nguồn kinh phí còn hạn hẹp
20	Bản Lạn	- Dân số: 60 hộ - Diện tích: 128 ha - Cách thành phố Hà Giang: 65 km - Phương tiện đi lại: ô tô, xe máy	Lễ hội Lống Tồng, Lễ hội Nàng Hai	Chưa đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Cho vay vốn kinh doanh để phát triển du lịch Quyết định số 47/2012/NQ-HĐND ngày 14/7/2012 của Hội đồng nhân dân tỉnh Hà Giang khóa XV	- Nhận thức của người dân về hoạt động du lịch còn hạn chế - Là một tỉnh khó khăn nên kinh phí đầu tư cho du lịch còn hạn chế
21	Bục Bần	- Dân số: 70 hộ - Diện tích: 240 ha - Cách thành phố Hà Giang: 80 km - Phương tiện đi lại: Ô tô, xe máy	- Kiến trúc nhà chủ yếu là nhà sàn và nhà trính tường, dân tộc nùng, Giáy... - Một số điệu dân ca truyền thống như: hát phượn, lễ hội truyền thống: Lễ hội Lống Tồng, lễ mừng thọ...	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Cho vay vốn theo Quyết định số 47/2012/NQ-HĐND ngày 14/7/2012 của Hội đồng nhân dân tỉnh Hà Giang khóa XVI - Đón khách từ năm 2011 - Số lượt khách hàng năm: hơn 1.000 - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: Homestay, dịch vụ ăn uống	- Khu vệ sinh cho khách du lịch chưa được đảm bảo - Chưa phát triển sản phẩm du lịch
22	Thôn Lũng Cầm Trên	- Dân số: 63 hộ - Diện tích: 104 ha - Cách thành phố Hà Giang: hơn 100 km - Phương tiện đi lại: Ô tô, xe máy	Nghề dệt lanh Sản phẩm nông nghiệp: trồng ngô, hoa hồng...	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Cho vay vốn kinh doanh để phát triển du lịch Quyết định số 47/2012/NQ-HĐND ngày 14/7/2012 của Hội đồng nhân dân tỉnh Hà Giang khóa XVI; Tổ chức Bill Gate hỗ trợ máy tính, hệ thống mạng cho ngôi làng - Đón khách từ năm 2007 - Số lượt khách hàng năm: 1.500 - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: homestay	- Khu vệ sinh cho khách du lịch chưa được đảm bảo - Chưa phát triển sản phẩm du lịch
23	Thôn Hạ Thành	- Dân số: 360 người - Diện tích: 128 ha - Cách thành phố Hà Giang: 6 km - Phương tiện đi lại: Ô tô, xe máy	- Phong cảnh: Thác nước - Nghề truyền thống: Đan nất, nấu rượu, nuôi cá bống	Chưa đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Cho vay vốn kinh doanh để phát triển du lịch Quyết định số 47/2012/NQ-HĐND ngày 14/7/2012 của Hội đồng nhân dân tỉnh Hà Giang khóa XV	- Kinh phí của tỉnh còn hạn chế - Nhận thức của một số người dân về phát triển kinh tế gắn với du lịch còn hạn chế
24	Thôn Phình Hồ	- Dân số: 44 hộ - Diện tích: 200 ha - Cách thành phố Hà Giang: 90 km - Phương tiện đi lại: Ô tô, xe máy	Nghề truyền thống: Nghề chạm bạc, rèn, dệt thổ cẩm, đan lát	Chưa đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Huyện đã có đề án xây dựng làng văn hoá du lịch tiêu biểu gắn với xây dựng nông thôn mới tại và có kế hoạch triển khai giai đoạn 2013 – 2015 và tầm nhìn đến năm 2020	- Nhận thức của người dân còn nhiều hạn chế - Kinh phí đầu tư cho du lịch chưa thực sự hiệu quả
25	Xã Năm Dăn	- Dân số: 600 người - Diện tích: 866 km ² - Cách thành phố Hà Giang: 150 km - Phương tiện đi lại: Ô tô, xe máy	- Di sản quốc gia: Bãi đá cổ Năm Dăn - Ruộng bậc thang xã Năm Dăn - Sản vật nông nghiệp: Gạo Giã Dui, Mật ong, chè Shan Tuyết...Thác Tiên, đèo Gió.	Đã đón tiếp khách du lịch - Đón khách từ năm 2007 - Số lượt khách hàng năm: 1.000 lượt - Hoạt động và dịch vụ du lịch: dịch vụ homestay và ăn uống	Người dân chưa thấy được lợi ích từ du lịch đối với phát triển kinh tế
26	Xã Nậm Đăm	- Dân số: 50 hộ - Diện tích: 108 ha - Cách thành phố Hà Giang: 150 km - Phương tiện đi lại: Ô tô, xe máy	- Nghề truyền thống chạm bạc, thêu, rèn đúc - Nhà văn hóa thôn là nhà sản truyền thống, có bán các sản phẩm truyền thống	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Cho vay vốn kinh doanh để phát triển du lịch Quyết định số 47/2012/NQ-HĐND ngày 14/7/2012 của Hội đồng nhân dân tỉnh Hà Giang khóa XVI; - Đón khách từ năm 2011 - Số lượt khách hàng năm: 1.630 - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: homestay, ăn uống và trải nghiệm nấu các món ăn dân tộc	- Nhận thức của người dân còn nhiều hạn chế - Kinh phí đầu tư cho du lịch chưa thực sự hiệu quả

STT	Địa điểm	Thông tin chung và phương thức tiếp cận	Đặc trưng	Tình hình du lịch	Khó khăn trong phát triển du lịch
27	Làng Thôn Chì	- Dân số: 200 hộ - Diện tích: 560 ha - Cách thành phố Hà Giang: 100 km - Phương tiện đi lại: Ô tô, xe máy	- Lễ hội: Lồng Tồng của dân tộc Tày, các hoạt động văn hóa truyền thống như: hát cọi, yểu, múa bát, múa khăm hải... - Nghề truyền thống phát triển: dệt thổ cẩm, chưng cất rượu ngô men lá rừng...	Chưa đón tiếp khách du lịch	- Cán bộ phụ trách lĩnh vực du lịch thiếu kinh nghiệm trong công tác lưu trú - Khách sạn chưa đảm bảo chất lượng - Nhận thức của người dân về phát triển du lịch còn nhiều hạn chế - Công tác vệ sinh môi trường chưa thực sự trở thành nếp sống trong mỗi gia đình
28	Thôn Thanh Sơn	- Dân số: 360 hộ - Diện tích: 128 ha - Cách thành phố Hà Giang: 10 km - Phương tiện đi lại: Ô tô, xe máy	Hang Nà Thắm	Chưa đón tiếp khách du lịch	- Kinh phí của tỉnh còn hạn chế - Nhận thức của một số người dân về phát triển kinh tế gắn với du lịch còn hạn chế
Tỉnh Bắc Kạn: 4 làng					
29	Bản Pắc Ngòi	- Dân số: 370 người - Diện tích: 15 km ² - Cách thị xã Bắc Kạn: 80 km - Phương tiện đi lại: Ô tô và xe máy	- Nhà sàn cổ đặc trưng - Phong tục tập quán, nét văn hóa truyền thống của người dân tộc Tày - Phương thức sản xuất nông nghiệp và bắt cá trên hồ Ba Bể	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: bảo tồn và phát triển du lịch: dự án 38 AD, ADB, 30A, GI2 - Đón khách từ năm 1994 - Số lượt khách hàng năm: 8,000 lượt (năm 2012) - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: homestay, trải nghiệm và tìm hiểu khám phá phong tục tập quán của người dân địa phương	- Về khoảng cách địa lý - Cơ sở hạ tầng còn thiếu và yếu
30	Bản Cốc Tộc	- Dân số: 150 người - Diện tích: 8 km ² - Cách thị xã Bắc Kạn: 80 km - Phương tiện đi lại: Ô tô và xe máy	- Nhà sàn và nhà trệt - Nét đặc trưng về dân tộc Tày như: phong tục tập quán, phương thức canh tác, tín ngưỡng thờ cúng...	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: bảo tồn và phát triển du lịch: dự án 38 AD, ADB, 30A, GI2 - Đón khách từ năm 2002 - Số lượt khách hàng năm: 1.200 lượt (năm 2012) - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: homestay, thăm hồ Ba Bể, cầu cá trên hồ, thăm động, trải nghiệm cùng người dân bản xứ	- Về khoảng cách địa lý - Cơ sở hạ tầng còn thiếu và yếu
31	Bản Nặm Dài	- Dân số: 120 người - Diện tích: 15 km ² - Cách thị xã Bắc Kạn: 82 km - Phương tiện đi lại: Ô tô và xe máy	- Nhà trệt và nhà trình tường - Nét đặc trưng về dân tộc Mông	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: bảo tồn và phát triển du lịch: dự án 38 AD, ADB, 30A, GI2 - Đón khách từ năm 2007 - Số lượt khách hàng năm: 700 lượt (năm 2012) - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: trekking và tìm hiểm khám phá phong tục tập quán cư dân địa phương	Bản Nặm Dài nằm xa trung tâm nên đi lại khó khăn
32	Bản Bó Lù	- Dân số: 130 người - Diện tích: 8 km ² - Cách thị xã Bắc Kạn: 85 km - Phương tiện đi lại: ô TÔ	- Nhà sàn bên hồ - Nét đặc trưng về dân tộc Tày như: phong tục tập quán, phương thức canh tác, tín ngưỡng thờ cúng...	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: bảo tồn và phát triển du lịch: dự án 38 AD, ADB, 30A, GI2 - Đón khách từ năm 1999 - Số lượt khách hàng năm: 2,000 lượt (năm 2012) - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: homestay và tìm hiểm khám phá phong tục tập quán cư dân địa phương	- Về khoảng cách địa lý - Cơ sở hạ tầng còn thiếu và yếu
Tỉnh Thái Nguyên: 3 làng					
33	Làng chè Tân Cương	- Dân số: 5,000 người - Diện tích: 15 km ² - Cách trung tâm thành phố Thái Nguyên: 13 km - Phương tiện đi lại: Xe buýt, ô tô, xe máy	- Đồi chè Tân Cương	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Festival chè Thái Nguyên được tổ chức 2 năm 1 lần; mô hình phát triển về làng văn hóa du lịch cộng đồng bởi Cơ quan Hỗ trợ Phát triển Quốc tế Canada (CIDA) - Đón khách từ năm 2007 - Số lượt khách hàng năm: 10.000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: tham quan vườn chè, xem người dân thu hái chè, thăm vườn chè cổ, thưởng thức chè ngon và nghe người dân hát then với đàn tính, thưởng thức các món ăn đặc sản địa phương	- Dịch vụ du lịch tại đây chưa phát triển - Chưa xây dựng điểm đến theo tour du lịch - Việc liên kết với các công ty lữ hành còn chưa hiệu quả - Vốn và cơ sở hạ tầng chưa đáp ứng được yêu cầu

STT	Địa điểm	Thông tin chung và phương thức tiếp cận	Đặc trưng	Tình hình du lịch	Khó khăn trong phát triển du lịch
34	Làng văn hóa dân tộc Tày Bản Quyền	- Dân số: 160 người - Diện tích: 10 ha - Cách trung tâm thành phố Thái Nguyên: 40 km - Phương tiện đi lại: Xe buýt, ô tô, xe máy	- Nhà sàn dân tộc Tày truyền thống - Công cụ sinh hoạt truyền thống của người dân Bản Quyền vẫn được lưu giữ - Hát Lượn, Cọi, múa Chầu, đàn Tính - Các trò chơi dân gian như tung còn, đánh vật, thi giã bánh dày...	Chưa đón tiếp khách du lịch	- Duy trì, bảo tồn và phát triển những giá trị truyền thống vốn có của làng dân tộc - Điều kiện cơ sở vật chất, hạ tầng còn chưa đáp ứng được nhu cầu của du khách - Nguồn vốn còn hạn hẹp trong việc phát triển, xây dựng mô hình du lịch cộng đồng và du lịch nông thôn - Chưa có thị trường khách và mối liên kết với công ty lữ hành
35	Làng chè La Bằng	- Dân số: trên 3.000 người - Diện tích: 17,95km2 - Cách trung tâm thành phố Thái Nguyên: 35 km - Phương tiện đi lại: Ô tô, xe máy, xe buýt	- Suối Tiên Sa, Kẽm La Bằng, suối Tron, bản Cờ Tiên, Vực Thắm, Sạt Đèo Khế, Chuôm, Ngả Hai, Voi Đất, Đá Ngắm, Đeo Tiều	Chưa đón tiếp khách du lịch	- Dịch vụ du lịch tại đây chưa phát triển - Chưa xây dựng điểm đến theo tour du lịch - Việc liên kết với các công ty lữ hành còn hạn chế - Vốn và cơ sở hạ tầng chưa đáp ứng được yêu cầu - Vị trí tách biệt với các điểm du lịch trọng yếu của tỉnh
Tỉnh Lạng Sơn: 1 làng					
36	Làng du lịch văn hóa cộng đồng Quỳnh Sơn	- Dân số: 1.844 người - Diện tích: 14,7 km ² - Cách trung tâm thành phố Lạng Sơn: 70 km - Phương tiện đi lại: Ô tô, xe máy	- Cảnh quan tự nhiên đẹp với nhiều núi đá vôi đan xen với những cánh đồng bằng phẳng, phong cảnh kỳ vĩ hoang sơ, có nhiều hang động Karst kỳ thú - Kiến trúc bản làng tập trung nhiều nhà sàn truyền thống - Văn hoá truyền thống của đồng bào dân tộc Tày - Hệ thống di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh tiêu biểu của xã có đình Quỳnh Sơn, cầu Rá Riêng, cây đa cổ thụ kỳ lạ, Giếng Tiên và sục tích Giếng Tiên - Làng nghề làm ngói thủ công truyền thống	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: từ Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Lạng Sơn - Đón khách từ tháng 8 năm 2010 - Số lượt khách hàng năm: 300 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: dịch vụ homestay, dịch vụ ẩm thực, thăm làng nghề làm ngói thủ công truyền thống, ATK Bắc Sơn, cánh rừng gỗ nghìn nguyên sinh... và tham gia trải nghiệm thực tế văn hóa nông nghiệp của đồng bào các dân tộc	- Về quy hoạch nông thôn - Chính sách khung về phát triển du lịch nông thôn - Quy chế mẫu Về hoạt động du lịch nông thôn
Tỉnh Bắc Giang: 1 làng					
37	Làng Thổ Hà	- Dân số: hơn 3.500 người - Diện tích: 20 ha - Cách trung tâm thành phố Bắc Giang: 25 km - Phương tiện đi lại: Ô tô, thuyền	- Đình, chùa và ngôi nhà cổ - Nghề làm bánh đa - Hát Quan họ - Lò sản xuất gốm	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: chưa có chương trình cụ thể, nhưng đã có những hoạt động xúc tiến quảng bá cho điểm du lịch này. - Đón khách từ năm 1998 - Số lượt khách hàng năm: khoảng 1.000 khách/năm - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: tham quan các họ gia đình làm bánh đa, trực tiếp trải nghiệm làm bánh đa, thăm làng gốm...	Loại hình du lịch nông thôn chưa thực sự phát triển phổ biến nên chưa thu hút được lượng khách lớn đến điểm du lịch
Tỉnh Vĩnh Phúc: 1 làng					
38	Làng Đạo Trù Thượng	- Dân số: 2.000 người - Diện tích: 0,8 km ² - Cách trung tâm thành phố: 30 km - Phương tiện đi lại: Ô tô	- Có 90% cư dân là dân tộc thiểu số Sán Diu mang bản sắc văn hóa riêng - Suối chảy lát léo kết hợp với các đường mòn nhỏ phù hợp xây dựng trekking tour	Chưa đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: đang tiến hành thuê đơn vị tư vấn Trung tâm Bảo tồn Di tích và Bảo tàng kiến trúc lập dự án phát triển du lịch văn hóa cộng đồng	- Về bảo tồn văn hóa truyền thống người dân tộc Sán Diu - Về việc quy hoạch và lập dự án
Tỉnh Bắc Ninh: 3 làng					
39	Làng tre trúc Xuân Lai	- Dân số: 3.200 người - Diện tích: 285 km ² - Cách trung tâm thành phố: 30 km - Phương tiện đi lại: Ô tô	- Di sản văn hóa vật thể và phi vật thể như đình, đền, chùa, lễ hội... - Sản phẩm làm bằng tre trúc như: tranh, bàn ghế...	- Chương trình, chính sách hỗ trợ: quy hoạch phát triển du lịch đến năm 2030 trong mục phát triển không gian du lịch.	- Về thu hút đầu tư thành điểm du lịch có quy mô - Về nguồn kinh phí

STT	Địa điểm	Thông tin chung và phương thức tiếp cận	Đặc trưng	Tình hình du lịch	Khó khăn trong phát triển du lịch
40	Làng Diêm	- Dân số: 3.161 người - Diện tích: 170 ha - Cách trung tâm thành phố: 6 km - Phương tiện đi lại: Ô tô	- Di sản văn hóa vật chất và tinh thần như đình, đền, chùa , lễ hội - Sản phẩm ẩm thực nổi tiếng như bánh khúc, bánh tẻ	- Chương trình, chính sách hỗ trợ: quy hoạch phát triển du lịch đến năm 2030 trong mục phát triển không gian du lịch	- Về thu hút đầu tư thành điểm du lịch có quy mô - Về nguồn kinh phí
41	Làng Gốm Phù Lãng	- Dân số: 2.960 người - Diện tích: 300 ha - Cách trung tâm thành phố: - Phương tiện đi lại: ô tô	- Đình, đền, chùa, nổi tiếng là chùa "Vĩnh Phúc Tự - Sản phẩm gốm nổi tiếng được nhiều khách đến tham quan	- Chương trình, chính sách hỗ trợ: Quy hoạch phát triển du lịch đến năm 2030 trong mục phát triển không gian du lịch	
Tỉnh Hải Dương: 2 làng					
42	Làng An Dương	- Dân số: 2.000 người - Diện tích: 1,5 km² - Cách trung tâm thành phố: 30 km - Phương tiện đi lại: Ô tô, xe máy	Hệ sinh thái: cảnh quan tự nhiên	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Ủy ban nhân dân tỉnh Hải Dương phê duyệt "Quy hoạch chi tiết xây dựng khu du lịch sinh thái Đảo Cò, xã Chi Lăng Nam huyện Thanh Miện"; Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã xây dựng đề án xây dựng mô hình điểm: "Phát triển du lịch cộng đồng ở Đảo cò Chi Lăng Nam, huyện Thanh Miện đến năm 2020 - Đón khách từ năm 1994 - Số lượt khách hàng năm: 15.000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: home-stay tại nhà dân ở làng An Dương; cầu cá trên hồ An Dương – Triều Dương; dịch vụ ẩm thực tại nhà hàng trên hồ An Dương, phục vụ 24/24h; đi bộ, đi xe... thăm quan phong cảnh làng quê, chợ, ruộng đồng nông thôn An Dương; trải nghiệm nông nghiệp; thăm quan làng nghề làm bánh đa Hội Yên và trải nghiệm làm bánh đa	- Tỉnh Hải Dương chưa có chính sách, chương trình phát triển du lịch nông thôn - Khó khăn về nguồn vốn, đầu tư kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất - kỹ thuật và sản phẩm du lịch - Khó khăn về hoàn thiện cơ chế, chính sách quản lý dịch vụ du lịch - Khó khăn trong xây dựng các quy ước của các làng trong khai thác du lịch - Tuyên truyền, phổ biến tới người địa phương về phát triển du lịch nông thôn chưa được triệt để - Nguồn nhân lực du lịch còn hạn chế
43	Làng Bồ Dương	- Dân số: 7.280 người - Diện tích: 6,74 km² - Cách trung tâm thành phố: 30 km - Phương tiện đi lại: Ô tô, xe máy	Di sản văn hóa phi vật thể: múa rối nước	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Hải Dương đã triển khai Dự án "Bảo tồn nghệ thuật múa rối nước". Cơ quan Hợp tác quốc tế phát triển Nhật Bản (JICA) và Tổng cục Du lịch Việt Nam, trực tiếp là Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, năm 2012 JICA đã hỗ trợ xây dựng nhà trưng bày múa rối nước tại thôn Bồ Dương, xã Hồng Phong. Di sản – Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Hải Dương thường xuyên tổ chức các lớp bồi dưỡng, tập huấn về công tác chuyển môn múa rối nước, hướng dẫn cách làm con rối cho các nghệ nhân trong làng. - Đón khách từ tháng 5/2006 - Số lượt khách hàng năm: 4.000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: du khảo đồng quê qua những con đường làng, cánh đồng lúa, hoa màu... thăm cây đa giếng nước sân đình của làng Bồ Dương biểu tượng văn hóa của làng quê Việt Nam; Tham quan thị trấn Ninh Giang: xem quy trình sản xuất bánh gai; trải nghiệm làm bánh gai; thưởng thức ẩm thực đồng quê qua các món ăn truyền thống	- Chưa có chính sách, chương trình phát triển du lịch nông thôn - Về nguồn vốn, đầu tư kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất - kỹ thuật và sản phẩm du lịch - Về hoàn thiện cơ chế, Chính sách quản lý dịch vụ du lịch - Khó khăn trong xây dựng các quy ước của các làng trong khai thác du lịch - Tuyên truyền, phổ biến tới người địa phương Về phát triển du lịch nông thôn chưa được triệt để - Nguồn nhân lực du lịch còn hạn chế và không qua đào tạo cơ bản. Phần lớn là các nghệ nhân đã nhiều tuổi và biểu diễn bằng kinh nghiệm truyền thống. - Không có nguồn nhân lực kế cận nghệ múa rối nước
Tỉnh Thái Bình: 2 làng					
44	Làng nghề chạm bạc Đồng Xâm	- Dân số: 6.050 người - Diện tích: 639,7 ha - Cách trung tâm thành phố: 15 km - Phương tiện đi lại: Ô tô	- Sản phẩm nông nghiệp đặc trưng như: Mắm tôm rảo, mọc nước... - Làng nghề chạm bạc Đồng Xâm với các sản phẩm hàng thờ cúng, trang sức, mỹ nghệ và kim hoàn - Lễ hội Đồng Xâm cũng mang nhiều nét tiêu biểu, đặc trưng như: Hát Ca trù, hát chèo, bơi chải, cờ người... - Đến Đồng Xâm với những kiến trúc từ thời Trần-Hồ	Chưa đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Thái Bình ưu tiên triển khai thực hiện dự án năng lượng nông thôn - RE2 đợt 1 và đợt 2, dự án cải tạo hệ thống lưới điện của điện lực Thái Bình; Tăng nguồn vốn khuyến công hỗ trợ cho công tác đào tạo, truyền nghề cho ng suôi lao động tại các làng nghề; Hỗ trợ kinh phí cho doanh nghiệp mời nghệ nhân, thợ kỹ thuật ở tỉnh khác về dạy nghề tại làng nghề	- Cơ sở hạ tầng còn thiếu, chất lượng thấp: đường giao thông xuống cấp, không có hệ thống khách sạn, cơ sở lưu trú du lịch - Hàng năm không tổ chức được các chương trình hội thảo du lịch về làng nghề - Sự phát triển của làng nghề còn mang tính tự phát, chưa có quy hoạch mang tính tổng thể

STT	Địa điểm	Thông tin chung và phương thức tiếp cận	Đặc trưng	Tình hình du lịch	Khó khăn trong phát triển du lịch
45	Làng Nguyễn Xá	- Dân số: 7.990 người - Diện tích: 426,7 ha - Cách trung tâm thành phố: 10 km - Phương tiện đi lại: Ô tô	- Múa rối nước - Đặc sản Bánh Cáy	Chưa đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Đảng xây dựng kế hoạch mở các lớp cho chính quyền địa phương nâng cao nhận thức về phát triển du lịch, xây dựng quy ước của làng trong khai thác du lịch	- Đầu tư vốn để xây dựng cơ sở hạ tầng du lịch - Khôi phục các loại hình văn hoá dân gian truyền thống để phát triển du lịch văn hoá tâm linh
Tỉnh Ninh Bình: 2 làng					
46	Thôn Văn Lâm	- Dân số: 3.915 người - Diện tích: 756 ha - Cách trung tâm thành phố: 7 km - Phương tiện đi lại: Ô tô	- Tam Cốc - Làng có nghề thêu ren truyền thống nổi tiếng	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Quy hoạch chi tiết KDL Tam Cốc-Bích Động. - Đón khách từ năm 1990 - Số lượt khách du lịch: chưa thống kê được số lượt khách - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: tham quan Tam Cốc, Bích Động; làng nghề thêu ren truyền thống Văn Lâm và trải nghiệm nghề thêu ren	
47	Thôn Phù Long	- Dân số: 1.300 người - Diện tích: 110 ha - Cách trung tâm thành phố: 15 km - Phương tiện đi lại: Ô tô, xe máy, xe buýt	- Di tích cấp tỉnh Đình và chùa Phù Long	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: UBND tỉnh Ninh Bình đã chỉ đạo Sở Xây dựng Ninh Bình thiết kế nhà mẫu và phát miễn phí cho các hộ dân để xây dựng đón khách du lịch; Sở VH,TT&DL Ninh Bình đã xây dựng đề án phát triển DL homestay tại KDL sinh thái Vân Long, trong đó bao gồm cả làng Phù Long - Đón khách từ năm 1990 - Số lượt khách du lịch: 43.100 lượt (năm 2012) - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: dịch vụ homestay, trải nghiệm nông nghiệp và sinh hoạt với cư dân địa phương	- Dịch vụ ở nhà dân chưa đủ chất lượng để cung cấp cho khách du lịch - Trình độ ngoại ngữ của cộng đồng địa phương còn hạn chế - Dịch vụ homestay còn tự phát do chưa có mô hình cụ thể để hoạt động có hiệu quả
Thành phố Hải Phòng: 3 làng					
48	Xã Việt Hải	- Dân số: 282 người - Diện tích: 6.839,4km² - Cách trung tâm thành phố Hải Phòng: 70 km - Phương tiện đi lại: thuyền, xe đạp, xe máy	- Du lịch sinh thái - Du lịch cộng đồng	Đã đón tiếp khách du lịch - Đón khách du lịch từ năm 1994 - Số lượt khách hàng năm: 9.000 lượt (năm 2009) - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: homestay, dịch vụ ăn uống, trải nghiệm cuộc sống nông thôn	- Địa hình khó khăn cho việc đầu tư và kiểm tra giám sát các hoạt động du lịch - Cơ sở hạ tầng, trang thiết bị còn nghèo nàn, lạc hậu
49	Làng Bảo Hà	- Dân số: 7.246 người - Diện tích: 6.140,7km² - Cách trung tâm thành phố Hải Phòng: 35 km - Phương tiện đi lại: Ô tô	Làng nghề truyền thống tạc tượng, chạm khắc và biểu diễn rối cạn	Đã đón tiếp khách du lịch - Đón khách du lịch từ năm 1990 - Số lượt khách hàng năm: không có số liệu thống kê - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: hoạt động trải nghiệm nghề thủ công tạc tượng	Về công tác quản lý do các điểm du lịch làng nghề không được quy hoạch tập trung mà phân bố trên các địa phương khác nhau
50	Làng Nhân Mục	- Dân số: 5.350 người - Diện tích: 4.114km² - Cách trung tâm thành phố Hải Phòng: 40 km - Phương tiện đi lại: Xe máy, ô tô	Múa rối nước và trống con rối nổi tiếng	Đã đón tiếp khách du lịch - Đón khách du lịch từ năm 1995 - Số lượt khách hàng năm: 240 tour khách - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: hoạt động trải nghiệm nghề thủ công truyền thống và xem múa rối	
Tỉnh Quảng Ninh: 6 làng					
51	Làng Yên Đức	- Dân số: 5.000 người - Diện tích: hơn 10km² - Cách trung tâm thành phố Hạ Long: 70 km - Phương tiện đi lại: Ô tô	- Di tích cách mạng Núi Canh - Chùa Cảnh Hương (ngôi làng cổ từ thời nhà Trần) - Hát Quan Họ - Múa Rối nước - Di tích nhà thờ tổ (8 vị lập làng)	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Hỗ trợ quảng bá trên web của công ty Du thuyền Đông Dương (Indochina Junk) đã có uy tín; đào tạo nội bộ các kỹ năng nghiệp vụ: Tiếng Anh, bàn, bar, buồng; kiến thức phát triển DL cộng đồng - Đón khách từ tháng 7/2011 - Số lượt khách hàng năm: 900 (in 2012) - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: Chương trình tham quan làng: Thăm làng, Chùa Cảnh Hương, thăm gia đình và giao lưu với người dân địa phương, thăm di tích lịch sử hàng 73; dịch vụ: nghe hát hát quan họ; dịch vụ ăn uống, nghỉ dưỡng tại làng; trải nghiệm nông nghiệp: hái rau, làm vườn, úp nơm, bắt cá, câu cá, làm chổi tre, làm bánh trôi nước, bánh trưng,...	- Điện yếu không thể đáp ứng được nhu cầu cho khách nghỉ dưỡng: Điều hòa, bình nóng lạnh
52	Xã Diên Công	- Dân số: 1.980 người - Diện tích: 1.246km² - Cách trung tâm thành phố Hạ Long: 40 km - Phương tiện đi lại: Xe máy, ô tô	Di tích Đình Đền Công nằm trong Di tích lịch sử Bạch Đằng, chùa Long Khánh,...	Đã đón tiếp khách du lịch - Đón khách du lịch từ năm 2000 - Số lượt khách hàng năm: 6.000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: tham quan Di tích Đình Đền Công	- Hệ thống đường chưa được tốt

STT	Địa điểm	Thông tin chung và phương thức tiếp cận	Đặc trưng	Tình hình du lịch	Khó khăn trong phát triển du lịch
53	Thôn Khe số 1 và số 2	- Dân số: 958 người - Diện tích: 1.784,27 ha - Cách trung tâm thành phố Hạ Long: 50km - Phương tiện đi lại: Xe máy, ô tô, xe đạp	- Dệt thổ cẩm, hát nổi giao duyên - Cộng đồng dân tộc Dao sinh sống - Tắm thuốc lá người Dao	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Xây dựng thương hiệu tấm lá người Dao đỏ và phục dựng lễ hội của người Dao - Đón khách du lịch từ năm 2002 - Số lượt khách hàng năm: 1.000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: dịch vụ tắm thuốc lá	
54	Làng Hung Học	- Dân số: 5.400 người - Diện tích: 9 km ² - Cách trung tâm thành phố Hạ Long: 40 km - Phương tiện đi lại: Ô tô, xe buýt, tàu	- Là một trong những ngôi làng cổ được hình thành từ thế kỷ 15 - Nét đặc trưng của làng quê vùng Đông bằng Bắc bộ với nhiều hình thức sinh hoạt văn hóa, tín ngưỡng, lễ hội đặc sắc - Làng nghề Đan ngư cụ truyền thống	Chưa đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: UBND thị xã Quảng Yên đã có kế hoạch và Quy hoạch phát triển du lịch tại Làng nghề Hung Học, Nam Hòa. - Dự kiến đón khách vào tháng 10/2013	- Chưa có doanh nghiệp nào đầu tư khai thác du lịch ở Làng nghề - Chưa kết nối được với các doanh nghiệp lữ hành
55	Làng chài Vung Viêng	- Dân số: 324 người - Diện tích: 16 ha - Cách trung tâm thành phố Hạ Long: 16 km - Phương tiện đi lại: Tàu du lịch, ca nô, thuyền	- Sự kết hợp giữa hệ thống túng, vung, núi đá vôi và nhà bè nổi sóng thủy cư thành làng xóm mang dấu ấn bản địa của ngư dân trên Vịnh Hạ Long - Bến nghỉ chân của các thuyền buôn bán sang Trung Quốc, hiện tại vẫn còn di tích bãi tập kết tuyển chọn đồ gốm như bát, đĩa, các loại hũ ầu... - Hát Chèo đường, hát đôn, đua đấu trong đám cưới là những điệu hát cổ xưa của ngư dân trên Vịnh Hạ Long, truyền thuyết công Vung Viêng	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Hợp tác xã DV-DL vạn chài Hạ Long chủ trì chương trình “Du lịch trách nhiệm-Vì lợi ích cộng đồng”. Công ty CP du thuyền Đông Dương tổ chức thực hiện chương trình “Vi vịnh Hạ Long xanh”. Công ty TNHH du lịch Nổi Vồng Tay Hà Nội thực hiện chương trình “Nổi Vồng Tay” tài trợ các gia đình ngư dân làng chài Vung Viêng hệ thống phao phi nhựa POLYME cùng công ty TNHH du lịch EXOTISSIMO Việt Nam triển khai chương trình “Vi một Hạ Long bền vững”; Công ty CP du thuyền Đông Dương trao tặng 01 nhà trẻ tại làng chài Vung Viêng; công ty du thuyền Bhaya và nhà tài trợ trường trung học KAMBAILA Australia tài trợ kinh phí sửa chữa các lớp học; công ty du lịch EXOTISSIMO Việt Nam và nhà tài trợ máy tính LENOVO Cộng hòa Liên bang Đức thực hiện chương trình “Tin học cho học sinh làng chài” - Đón khách du lịch từ tháng 4/2008 - Số lượt khách hàng năm: 6.700 (2008); 24.000 (2009); 36.300 (2010); 84.000 (2011); 85.000 (2012) - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: Chương trình du lịch cộng đồng “Trải nghiệm cùng ngư dân”; chương trình du lịch trách nhiệm “Vi lợi ích cộng đồng”; chương trình du lịch “Một ngày làm ngư dân”; dịch vụ chèo thuyền nan truyền thống chở khách du lịch tham quan làng chài; dịch vụ góc ẩm thực làng chài; dịch vụ đánh cá trải nghiệm cùng ngư dân, tham quan mô hình nuôi cá lồng biển; dịch vụ tham quan nhà tranh, lớp làm nghề mỹ thuật ứng dụng tranh lá, bưu thiếp giấy cuốn, nhà sưu tầm trưng bày hiện vật của ngư dân làng chài xưa và nay	- Thiếu quy hoạch chiến lược phát triển du lịch nông thôn nói chung và quy hoạch chiến lược phát triển du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng làng chài trên vịnh Hạ Long nói riêng của chính quyền và các cơ quan chức năng chuyên môn - Thiếu nguồn lực trong việc triển khai thực hiện quy hoạch không gian kiến trúc làng chài - Thiếu nguồn lực hỗ trợ phát triển nghề ngư nghiệp chính thống và bảo tồn, khôi phục các giá trị văn hóa truyền thống cho cộng đồng ngư dân làng chài - Thiếu nguồn lực hỗ trợ công tác đào tạo nghề nghiệp vụ du lịch cho số nhân lực ngư dân đã và đang tham gia các hoạt động dịch vụ phục vụ khách du lịch, cũng như nguồn lực hỗ trợ đào tạo nghề nghiệp vụ du lịch và bồi dưỡng kỹ năng giao tiếp, văn hóa ứng xử cho cộng đồng ngư dân làng chài
56	Làng chài Cửa Vạn	- Dân số: 686 người - Diện tích: 23 ha - Cách trung tâm thành phố Hạ Long: 20km - Phương tiện đi lại: Tàu du lịch, ca nô, thuyền	- Sự kết hợp giữa hệ thống Túng, Vung, núi đá vôi và nhà bè nổi sóng thủy cư thành làng xóm mang dấu ấn bản địa của ngư dân trên Vịnh Hạ Long - Đến Ba Men, đến Cầu Vàng, hồ Ba Hầm, hang di chỉ khảo cổ Tiên Ông - Hát Chèo đường, hát đôn, đua đấu trong đám cưới là những điệu hát cổ xưa của ngư dân trên Vịnh Hạ Long - Truyền thuyết đảo Hang Trai, Núi Ngọc	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Hợp tác xã DV-DL vạn chài Hạ Long chủ trì chương trình “Du lịch trách nhiệm-Vì lợi ích cộng đồng”. Công ty CP du thuyền Đông Dương tổ chức thực hiện chương trình “Vi vịnh Hạ Long xanh”. Công ty TNHH du lịch EXOTISSIMO Việt Nam triển khai chương trình “Vi một Hạ Long bền vững”. Công ty du thuyền Bhaya và các nhà tài trợ trường trung học KILLARA Australia tài trợ kinh phí sửa chữa các lớp học. HTX tài trợ nhà bè cùng trường văn hóa thể thao & du lịch Hạ Long hỗ trợ kinh phí mở lớp đào tạo nghề thủ công, mỹ thuật - Đón khách từ tháng 4/2008 - Số lượt khách hàng năm: 2.500 (2008); 2.650 (2009); 3.900 (2010); 4.100 (2011); 4000 (2012) - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: Chương trình du lịch trách nhiệm “Vi lợi ích cộng đồng”; dịch vụ chèo thuyền nan truyền thống chở khách du lịch tham quan làng chài; dịch vụ tham quan mô hình nuôi cá lồng biển; dịch vụ tham quan nhà tranh làng chài, trung tâm văn hóa nổi Cửa Vạn, hang di chỉ khảo cổ Tiên Ông; dịch vụ thưởng thức làn điệu hát chèo đường của các cụ nghệ nhân Nguyễn Thị Đức, Nguyễn Văn Hưu	- Thiếu quy hoạch chiến lược phát triển du lịch nông thôn nói chung và quy hoạch chiến lược phát triển du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng làng chài trên vịnh Hạ Long nói riêng của chính quyền và các cơ quan chức năng chuyên môn - Thiếu nguồn lực trong việc triển khai thực hiện quy hoạch không gian kiến trúc làng chài - Thiếu nguồn lực hỗ trợ phát triển nghề ngư nghiệp chính thống và bảo tồn, khôi phục các giá trị văn hóa truyền thống cho cộng đồng ngư dân làng chài - Thiếu nguồn lực hỗ trợ công tác đào tạo nghề nghiệp vụ du lịch cho số nhân lực ngư dân đã và đang tham gia các hoạt động dịch vụ phục vụ khách du lịch, cũng như nguồn lực hỗ trợ bồi dưỡng kỹ năng giao tiếp, văn hóa ứng xử cho cộng đồng ngư dân làng chài

STT	Địa điểm	Thông tin chung và phương thức tiếp cận	Đặc trưng	Tình hình du lịch	Khó khăn trong phát triển du lịch
Thành phố Hà Nội: 2 làng					
57	Làng gốm sứ Bát Tràng	- Dân số: 8.500 người - Diện tích: 164ha. - Cách trung tâm thành phố: 12 km - Phương tiện đi lại: Ô tô, xe máy, xe buýt	- Làng nghề gốm sứ Bát Tràng - Các di tích lịch sử văn hóa: di tích đình, chùa Bát Tràng, Văn Chi, đền Mẫu Bát Tràng; đình, chùa Tiểu Dao, miếu bản làng Giang Cao	Đã đón tiếp khách du lịch - Đón khách từ năm: khoảng năm 2004 - Lượt khách hàng năm: 60.000 - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: tham quan chợ gốm, trải nghiệm làm gốm, mua bán sản phẩm gốm sứ	- Chuyển dịch theo hướng công nghiệp, thủ công nghiệp thương mại, dịch vụ và du lịch nhưng không bền vững - Các dịch vụ, du lịch mới hình thành mang tính tự phát, chưa hình thành được tour, tuyến chuẩn - Hệ thống hạ tầng kỹ thuật đã được đầu tư nhưng chưa đồng bộ - Công tác phối kết hợp giữa các đơn vị, doanh nghiệp làm du lịch với địa phương, làng nghề, các nghệ nhân chưa khai thác hết tiềm năng, thế mạnh của làng nghề truyền thống
58	Làng cổ Đường Lâm	- Dân số: 8.329 người - Diện tích: 7.87 ha - Cách trung tâm thành phố: 50 km - Phương tiện đi lại: ô tô, xe máy, xe buýt	- Ngôi làng cổ hiếm hoi ở nông thôn Bắc bộ còn giữ nguyên vẹn các giá trị truyền thống - Có trên 50 di tích lịch sử, văn hóa, kiến trúc nghệ thuật các loại, cùng hàng chục lễ hội - Hệ thống 117 ngôi làng cổ, trong đó 37 nhà cổ niên đại từ 100 năm đến gần 400 năm - Có nghề gia truyền và các môn ăn truyền thống như chè lam, chè kho, gà Mía...	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: JICA gửi tình nguyện viên giúp đỡ tu bổ các di tích văn hóa, tổ chức hội thảo giúp phát triển du lịch tại Đường Lâm - Đón khách từ năm 2005 - Lượt khách hàng năm: 13.800 (2008); 27.370 (2009); 37.930 (2010); 57.453 (2011); 70.112 (2012) - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: tham quan nhà cổ, đình, làng, chùa...	Mâu thuẫn giữa việc bảo tồn và môi trường sống của người dân
Tỉnh Thanh Hóa: 1 làng					
59	Bản Hang	- Dân số: 274 người - Diện tích: 1.300ha - Cách trung tâm thành phố: 160 km - Phương tiện đi lại: Ô tô, xe máy, xe đạp	- Nằm trong khu bảo tồn thiên nhiên Pù Luông - Là địa bàn cư trú của người Thái với những nét văn hóa truyền thống như điệu múa Khập, các nghề truyền thống dệt thổ cẩm, đan lát - Cảnh quan thiên nhiên đẹp: hệ thống núi đá (đầy Pù Luông) chạy dọc khắp bản, khí hậu trong lành, mát mẻ, có hệ thống suối mát về mùa hè ấm về mùa đông, ruộng bậc thang; hệ thống hang động và những vùng rừng nguyên sinh, hệ động thực vật đa dạng, phong phú	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Sở VHITDL Thanh Hóa phối hợp với UBND huyện Quan Hóa định kỳ tổ chức các lớp tập huấn cộng đồng, các lớp nghiệp vụ quản lý và khai thác du lịch cho cán bộ, cộng đồng dân cư bản địa. Tổ chức Tắm nhìn thế giới đã hỗ trợ đầu tư cơ sở hạ tầng kỹ thuật - Đón khách từ năm 2004 - Số lượt khách hàng năm: 150 - 300 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: dịch vụ homestay, câu cá, tham quan leo núi..., trải nghiệm nông nghiệp	- Nhân lực phục vụ du lịch còn yếu và thiếu - Vệ sinh môi trường tại bản còn kém - Dịch vụ du lịch còn ít và không đạt chất lượng - Các sản phẩm du lịch còn chưa đa dạng, phong phú về mẫu mã và chủng loại - Vấn đề khôi phục và phát triển các làng nghề thủ công truyền thống: đan lát, dệt thổ cẩm... - Số lượng các hộ triển khai mô hình còn ít - Công tác quảng bá, giới thiệu về tiềm năng du lịch chưa được hiệu quả - Vốn ngân sách dành cho phát triển hạ tầng du lịch còn khó khăn - Sự phối hợp giữa các ngành, địa phương trong việc quản lý, phát triển hoạt động du lịch chưa chặt chẽ
Tỉnh Nghệ An: 3 làng					
60	Bản Xiêng	- Dân số: 750 người - Diện tích: 614 ha - Cách trung tâm thành phố Vinh: 120 km - Phương tiện đi lại: Ô tô	Du lịch cộng đồng thăm dân tộc Thái, làng Thái cổ, làng nghề dệt thổ cẩm truyền thống, làng văn hóa du lịch dân tộc Thái	Đã đón tiếp khách du lịch - Đón khách từ năm 2005, phát triển vào năm 2008 - Số lượt khách hàng năm: 200 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: homestay, ăn các đặc sản của vùng đặc biệt là Cá Mát sông Giăng, thăm làng dân tộc thái cổ, làng nghề truyền thống. Bên cạnh đó có thể thăm vườn quốc gia Pù Mát, thác Khe Kém...	Về kinh phí

STT	Địa điểm	Thông tin chung và phương thức tiếp cận	Đặc trưng	Tình hình du lịch	Khó khăn trong phát triển du lịch
61	Làng Hoa Tiến	- Dân số: 700 người - Diện tích: 220 ha - Cách trung tâm thành phố Vinh: 165 km - Phương tiện đi lại: Ô tô	- Làng nghề truyền thống (dệt thổ cẩm) - Các phong tục tập quán và truyền thống của dân tộc Thái - Thăm bảo tàng dân tộc Quý Châu, thăm Hang Bua...	Đã đón tiếp khách du lịch - Đón khách từ năm: 1996 - Số lượt khách hàng năm: 100 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: Du lịch làng nghề, lễ hội, thử các đặc sản của vùng, của dân tộc Thái...	
62	Làng Kim Liên	- Dân số: 13.000 người - Diện tích: 15.002 ha - Cách trung tâm thành phố Vinh: 15 km - Phương tiện đi lại: ô tô	- Du lịch văn hóa, lịch sử, khu di tích quốc gia đặc biệt khu lưu niệm Chủ tịch Hồ Chí Minh (quê nội, quê ngoại Bác Hồ, mộ bà Hoàng Thị Loan và các di tích phụ cận...) - Làng nghề làm tương truyền thống (tương Nam Đàn)	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Tỉnh Nghệ An đã thành lập Ban quản lý dự án Kim Liên gắn với phát triển du lịch để quy hoạch không gian và hoàn thành các công trình phụ cận của cụm khu di tích Làng Sen - Đón khách từ khoảng năm 1980 - Số lượt khách hàng năm: 1,5 triệu lượt khách - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: Du lịch văn hóa lịch sử tâm linh, thăm làng nghề truyền thống, thư các đặc sản của vùng	Là khu vực nhạy cảm về văn hóa và chính trị nên việc các doanh nghiệp mở rộng các dịch vụ du lịch liên quan đến quy hoạch không gian và thời gian gặp khó khăn
Tỉnh Hà Tĩnh: 3 làng					
63	Làng Trường Lưu	- Dân số: 3.000 người - Diện tích: 412 ha - Cách trung tâm thành phố Hà Tĩnh: 30 km - Phương tiện đi lại: Ô tô, xe máy	- Đây được xem là trung tâm văn hóa lớn sau kinh thành Thăng Long thế kỷ 18 - Có 10 di tích lịch sử đã xếp hạng trong đó có 3 di tích lịch sử cấp Quốc Gia, 7 di tích cấp Tỉnh - Làng Trường Lưu có truyền thống văn hóa từ lâu đời nổi tiếng “Trường Lưu bát cảnh” (8 cảnh đẹp) - Điều Hát ví	Chưa đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Ngày 30/7/2009, Sở VH-TDTL Hà Tĩnh đã tổ chức nghiệm thu đề tài “Điều tra di sản văn hóa làng Trường Lưu và định hướng bảo tồn làng văn hóa Trường Lộc, xã Trường Lộc huyện Can Lộc, Hà Tĩnh” do Viên sỹ Nguyễn Huy Mỹ làm chủ nhiệm đề tài. Đề tài gồm 6 chuyên đề: Làng Trường Lưu - quá trình hình thành và phát triển; Hiện trạng hệ thống di sản vật thể; Hiện trạng hệ thống di sản phi vật thể; Các dòng họ và danh nhân tiêu biểu; Định hướng bảo tồn và xây dựng mô hình văn hóa du lịch	- Cơ sở hạ tầng, hệ thống dịch vụ liên quan tại làng và vùng phụ cận còn hạn chế - Người dân chưa có thói quen làm du lịch, việc tiếp cận và phát triển dịch vụ du lịch còn gặp nhiều khó khăn, hạn chế - Chưa có sự chuẩn bị tốt về nhận thức cho cấp ủy, chính quyền các cấp và người dân địa phương có tài nguyên du lịch nông thôn để họ sẵn sàng tham gia
64	Làng nghề truyền thống nước mắm Cẩm Nhượng	- Dân số: 6.000 người - Diện tích: 138 ha - Cách trung tâm thành phố Hà Tĩnh: 34 km - Phương tiện đi lại: ô tô, xe máy	- Làng nghề làm nước mắm thịnh hành từ xa xưa đến nay	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Ngày 19/8/2013, UBND tỉnh Hà Tĩnh ban hành QĐ số 2570/QĐ-UBND công nhận nghề truyền thống Chế biến nước mắm Cẩm Nhượng - Bắt đầu đón khách từ năm: 2000 - Số lượt khách hàng năm: chưa có số liệu thống kê - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: tham quan mô hình sản xuất nước mắm và mua sản phẩm	
65	Làng mộc Thái Yên	- Dân số: 5.500 người - Diện tích: 52,95ha - Cách trung tâm thành phố Hà Tĩnh: 38 km - Phương tiện đi lại: ô tô, xe máy	Làng nghề sản xuất đồ mộc	Chưa đón tiếp khách du lịch	
Tỉnh Quảng Trị: 1 làng					
66	Thôn Klu	- Dân số: 674 người - Diện tích: 1.231 ha - Cách trung tâm thành phố Đông Hà: 50 km - Phương tiện đi lại: ô tô	- Di sản văn hóa vật thể, phi vật thể: Các nghề thủ công mỹ nghệ; Chế biến các món ăn truyền thống đặc sắc của dân tộc; Những lời ca, điệu múa, nhịp cồng chiêng; Các loại nhạc cụ truyền thống của dân tộc; Các lễ nghi truyền thống của các dân tộc thiểu số Vân Kiều - Phong cảnh: Suối nước nóng Klu, Khu bảo tồn thiên nhiên Đakrông - Công đồng dân tộc thiểu số: Bru - Vân Kiều	Chưa đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Dự án “Bảo tồn bản truyền thống tiêu biểu của dân tộc thiểu số bản Klu - dân tộc Vân Kiều xã Đakrông, huyện Đakrông” với sự hỗ trợ của Dự án phát triển du lịch bền vững Tiểu vùng sông Mê Kông tỉnh Quảng Trị	- Du lịch còn manh mún, nhỏ lẻ; các tiềm năng chưa được khai thác hết - Các sản phẩm du lịch còn nghèo nàn, chưa hấp dẫn khách du lịch - Sự phối hợp giữa các tỉnh trong vùng chưa chặt chẽ, chưa có sự phát triển đồng bộ - Trình độ dân trí thấp, nhất là nguồn nhân lực tại chỗ - Cơ sở hạ tầng để phát triển du lịch chưa đáp ứng yêu cầu khách du lịch...

STT	Địa điểm	Thông tin chung và phương thức tiếp cận	Đặc trưng	Tình hình du lịch	Khó khăn trong phát triển du lịch
Tỉnh Thừa Thiên Huế: 5 làng					
67	Làng A Ka – A Chi	- Dân số: 279 người - Diện tích: 2,1 km² - Cách trung tâm thành phố Huế: 82 km - Phương tiện đi lại: ô tô	- Tài nguyên nhân văn: + Văn hóa bản địa đặc sắc, với các lễ hội truyền thống (Lễ hội Aza – lễ hội cầu mùa; Lễ A Riêu car, Lễ S Riêu A Da – Lễ mừng lúa mới; Lễ A Riêu ping – lễ giỗ tổ tiên, quy tập mộ má...) + Văn hóa ẩm thực phong phú, đặc sắc (rượu đoát, bánh a quất, gà nướng ống tre, cơm lam, cá suối nướng...) + Các nghề truyền thống đặc trưng: nghề dệt dèng (dệt thổ cẩm đặc trưng riêng của vùng A Lưới), nghề đan lát... - Tài nguyên thiên nhiên: + Rừng nguyên sinh A Roàng + Thác Poong chất hùng vĩ, suối nước nóng lộ thiên A roàng + Phong cảnh thôn bản đặc trưng với những ngôi nhà truyền thống của đồng bào Tà Ôi	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Dự án “Bảo tồn bản truyền thống tiêu biểu của dân tộc thiểu số bản Klu - dân tộc Vân Kiều xã Đakrông, huyện Đakrông” với sự hỗ trợ của Dự án phát triển du lịch bền vững Tiểu vùng sông Mê Kông tỉnh Quảng Trị - Đón khách từ năm 2011 - Số lượt khách hàng năm: hơn 100 lượt khách - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: Homestay tại Nhà nghỉ cộng đồng thôn A Ka – A Chi; dịch vụ ẩm thực; dịch vụ trải nghiệm thôn bản, sinh hoạt của đồng bào: băng xe đạp; dịch vụ trekking rừng nguyên sinh A Roàng và tắm suối nước khoáng nóng lộ thiên A Roàng; dịch vụ trải nghiệm dệt dèng, đan lát tại cộng đồng; dịch vụ lửa trại, với hoạt động văn nghệ đặc trưng của đồng bào bản địa	Tính chủ động của cộng đồng chưa cao trong hoạt động du lịch gây ảnh hưởng đến việc tiếp nhận nguồn khách của các công ty lữ hành
68	Làng A Hua	- Dân số: 260 người - Diện tích: 1,8 km² - Cách trung tâm thành phố Huế: 62 km - Phương tiện đi lại: ô tô	- Tài nguyên nhân văn: + Văn hóa bản địa đặc sắc, với các lễ hội truyền thống (Lễ hội cầu mùa; Lễ A Riêu car, Lễ S Riêu A Da – Lễ mừng lúa mới; Lễ A Riêu ping – lễ giỗ tổ tiên, quy tập mộ má...) + Văn hóa ẩm thực phong phú, đặc sắc (rượu đoát, bánh a quất, gà nướng ống tre, cơm lam, cá suối nướng...) + Các nghề truyền thống đặc trưng: nghề dệt dèng (dệt thổ cẩm đặc trưng riêng của vùng A Lưới), nghề đan lát... - Tài nguyên thiên nhiên: + Rừng nguyên sinh A Roàng + Thác Poong chất hùng vĩ, suối nước nóng lộ thiên A roàng + Phong cảnh thôn bản đặc trưng với những ngôi nhà truyền thống của đồng bào Tà Ôi	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Dự án “Bảo tồn bản truyền thống tiêu biểu của dân tộc thiểu số bản Klu - dân tộc Vân Kiều xã Đakrông, huyện Đakrông” với sự hỗ trợ của Dự án phát triển du lịch bền vững Tiểu vùng sông Mê Kông tỉnh Quảng Trị - Đón khách từ năm 2011 - Số lượt khách hàng năm: hơn 100 lượt khách - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: Homestay tại Nhà nghỉ cộng đồng thôn A Hua; dịch vụ ẩm thực; dịch vụ trải nghiệm thôn bản, sinh hoạt của đồng bào: băng xe đạp; dịch vụ trekking đối A Bia – chiến tích chiến tranh; trải nghiệm dệt dèng, đan lát tại cộng đồng; dịch vụ lửa trại, với hoạt động văn nghệ đặc trưng của đồng bào bản địa	
69	Thôn Dổi	- Dân số: 510 người - Diện tích: 5,030km² - Cách trung tâm thành phố Huế: 62 km - Phương tiện đi lại: ô tô	- Tham quan và thưởng thức Trái cây vùng - Tắm thác. - Thăm hiểm ven suối, bãi đá ngầm - Văn nghệ - Nhà Gươl truyền thống - Vườn thuốc nam - Hàng thủ công	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Dự án “Hỗ trợ sinh kế và bảo tồn đa dạng sinh học ở ba xã vùng đệm thuộc Vườn quốc gia Bạch Mã thông qua hoạt động du lịch sinh thái cộng đồng” do Trung tâm Khoa học Xã hội và Nhân văn Huế thực hiện, với sự tài trợ của Hiệp hội Bảo tồn thiên nhiên thế giới - Chương trình du lịch sinh thái EGP. UBND Huyện, Sở VH,TT&DL xây dựng tour du lịch thử nghiệm tại thôn Dổi (với sự tài trợ của tổ chức SNV) - Đón khách từ năm 2004 - Số lượt khách hàng năm: hơn 100 lượt khách - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: Tham quan và thưởng thức Trái cây vùng; tắm thác; thám hiểm ven suối, bãi đá ngầm; dịch vụ ẩm thực; văn nghệ; homestay tại nhà Gươl truyền thống; thăm vườn thuốc nam và hàng thủ công	
70	Làng Thanh Toàn	- Dân số: 3.340 người - Diện tích: 270,6 ha - Cách trung tâm thành phố Huế: 7 km - Phương tiện đi lại: ô tô, xe đạp, xe máy	- Tài nguyên nhân văn: + Văn hóa bản địa đặc sắc, với các lễ hội truyền thống (chợ quê ngày hội, đua ghe, chơi bài chòi...) + Hò giã gạo (hát giã gạo) + Văn hóa ẩm thực phong phú, đặc sắc. + Các nghề truyền thống đặc trưng: nghề đan lát, chằm nón, bánh tét + Cấu ngôi thanh toán và các di tích lịch sử nổi tiếng khác trên địa bàn (Phủ Tôn Thất Thuyết, Đình làng...) - Tài nguyên thiên nhiên: + Phong cảnh làng quê mang đậm nét Việt Nam	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Cơ quan Hợp tác Quốc tế Nhật Bản (JICA) triển khai từ năm (2012) - Đón khách từ năm 2004 - Số lượt khách: khoảng 50-100 lượt/ngày - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: Homestay tại nhà dân; dịch vụ ẩm thực trải nghiệm làng quê, sinh hoạt của nông dân; trải nghiệm bánh tét, làm nón, chèo thuyền, nông nghiệp	Tính chủ động của cộng đồng chưa cao trong hoạt động du lịch gây ảnh hưởng đến việc tiếp nhận nguồn khách của các công ty lữ hành
71	Làng Phước Tích	- Dân số: 320 người - Diện tích: 12,5 ha - Cách trung tâm thành phố Huế: 40 km - Phương tiện đi lại: ô tô, xe máy	- Tài nguyên nhân văn: + Đã được công nhận di tích văn hóa cấp quốc gia từ khi năm 2009 + 24 nhà rường cổ bao gồm những nhà có người dân đang ở + Nghé gốm truyền thống cổ lịch sử hơn 500 năm từ thế kỷ 16 + Các lễ hội truyền thống + Các di tích Champa (Miếu Cây Thị, Miếu Quảng Tế) - Tài nguyên thiên nhiên: + Hàng chè tàu + Sông Ô Lâu	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Cơ quan Hợp tác Quốc tế Nhật Bản (JICA) triển khai từ năm (2012) - Đón khách từ năm 2011 - Số lượt khách hàng năm: 500 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: Homestay tại nhà dân; tham quan nhà rường cổ, nhà bộ sưu tập gốm, lò gốm; trải nghiệm làm gốm, làm các loại bánh (bánh phu thê, bánh lộc, v.v.); dịch vụ ẩm thực; đi thuyền trên sông Ô Lâu; tour xe đạp tham quan làng mộc mỹ nghệ Mỹ Xuyên nằm gần làng Phước Tích	- Thu nhập từ các dịch vụ du lịch chưa đủ để thu hút thanh niên về làng làm việc - Gốm Phước Tích chưa được tiêu thụ mạnh để góp phần phục hồi nghề gốm làng cổ

STT	Địa điểm	Thông tin chung và phương thức tiếp cận	Đặc trưng	Tình hình du lịch	Khó khăn trong phát triển du lịch
Thành phố Đà Nẵng: 5 làng					
72	Làng Cẩm Nê	- Dân số: 15.410 người (toàn xã) - Diện tích: 14.49 km ² (toàn xã) - Cách trung tâm thành phố Đà Nẵng: 14 km - Phương tiện đi lại: ô tô	Nghề dệt chiếu truyền thống và nổi tiếng từ nhiều đời nay, sản phẩm kỳ công, bền đẹp	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Dự án hỗ trợ điều kiện để duy trì và mở rộng các ngành nghề truyền thống trên địa bàn thành phố Đà Nẵng - Đón khách từ năm 1994 - Số lượt khách hàng năm: 500 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: Tour xe đạp: Trải nghiệm làng Chiếu Cẩm Nê - Đà Nẵng, quan sát các công đoạn làm chiếu, dệt chiếu và trải nghiệm làm chiếu cùng các nghệ nhân	Khó khăn về nguồn vốn, nguồn nguyên liệu, cạnh tranh... khiến việc duy trì làng nghề gặp nhiều trở ngại
73	Xã Hòa Bắc	- Dân số: 3.770 người (toàn xã) - Diện tích: 343.33km ² (toàn xã) - Cách trung tâm thành phố Đà Nẵng: 40 km - Phương tiện đi lại: ô tô, tàu	- Một địa điểm có phong cảnh đẹp, rất khác biệt so với những cảnh đẹp của thành phố; những rừng cây trải dài bên những làng quê yên tĩnh dọc sông Cu Đê, nhiều sông suối tự nhiên (như Suối Mơ, suối Dâu), ghềnh thác đẹp ở 2 nhánh Sông Nam và Sông Bắc thuộc đầu nguồn sông Cu Đê; thích hợp cho du lịch sinh thái - Có đồng bào dân tộc Cotu sinh sống	Đã đón tiếp khách du lịch - Đón khách từ năm 1994 - Số lượt khách hàng năm: 500 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: Đi du thuyền ngắm cảnh dọc bờ sông, những bãi mía, cánh đồng xanh ngát; thăm làng dân tộc Cotu, đốt lửa trại, xem múa Cotu; sinh hoạt với người dân Cotu ở nhà Gươl - một loại nhà truyền thống giống nhà rông của Tây Nguyên	- Ít người biết đến - Giao thông không thuận lợi
74	Làng K20	- Dân số: Hơn 3.000 người - Diện tích: 4 km ² - Cách trung tâm thành phố Đà Nẵng: 5 km - Phương tiện đi lại: ô tô, tàu	Làng văn hóa- khu di tích lịch sử cách mạng; được công nhận là di tích lịch sử cấp quốc gia	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: UBND thành phố Đà Nẵng vừa ban hành quy định về quản lý, bảo vệ và phát huy giá trị Khu căn cứ Cách mạng K20. Hình thành sản phẩm du lịch làng quê, làng nghề theo mô hình du lịch cộng đồng - Đón khách từ năm 2000 - Số lượt khách hàng năm: 1.500 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: Tham quan nhà truyền thống trưng bày nhiều tài liệu hiện vật có giá trị tiêu biểu, là những trang sách lịch sử sống động phản ánh rõ nét truyền thống cách mạng anh hùng của nhân dân K20; các hầm bí mật ở nhà ông Huỳnh Trung, nhà bà Nguyễn Thị Hải, nhà thờ Bà Nhiều, nhà thờ tộc Nguyễn...; giáo dục truyền thống cách mạng...	- Cơ sở vật chất chưa đáp ứng với nhu cầu khách du lịch - Nhân lực không đáp ứng được với nhu cầu của khách du lịch
75	Làng Phong Nam	- Dân số: 12.670 người (toàn xã) - Diện tích: 0,42km ² (toàn xã) - Cách trung tâm thành phố Đà Nẵng: 10 km - Phương tiện đi lại: ô tô	- Là một trong số ít ngôi làng còn giữ được nét đặc trưng của một làng quê Việt Nam truyền thống - Các công trình kiến trúc cổ như đình, chùa, miếu, nhà thờ tiền hiền, nhà thờ các tộc họ, trường làng và chợ quê Phong Nam...	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Hình thành sản phẩm du lịch làng quê, làng nghề theo mô hình du lịch cộng đồng - Đón khách từ năm 1994 - Số lượt khách hàng năm: 500 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: tham gia Lễ hội Mực Đổng, một lễ hội dành riêng cho các trẻ chăn trâu, lễ hội tôn vinh nghề nông, cầu cho những vụ mùa sắp đến sẽ bội thu; thăm một bến nước ở Đồng Hòa (Xóm Hến) - xưa từng nổi tiếng về nghề làm hến, một ngôi miếu âm linh u tịch dưới gốc đa cổ thụ ở bến sông Tây An (Xóm Đùng)...	- Nhà cổ xuống cấp - Lễ hội mực đổng cũng không còn được tổ chức đều đặn
76	Làng cổ Túy Loan	- Dân số: 14.520 người (toàn xã) - Diện tích: 18,54 km ² (toàn xã) - Cách trung tâm thành phố Đà Nẵng: 15 km - Phương tiện đi lại: ô tô, tàu	- Là ngôi làng cổ trên 500 tuổi do 5 vị tiền hiền thời vua Lê Thánh Tông lập nên - Có nghề truyền thống làm bánh tráng lâu đời nhất Đà Nẵng - Được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch công nhận là di tích lịch sử, kiến trúc nghệ thuật cấp quốc gia	Đã đón tiếp khách du lịch - Đón khách từ năm 1990 - Số lượt khách hàng năm: 1.000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: Vào dịp hội đình Túy Loan diễn ra vào mừng 9 tháng Giêng, du khách sẽ được tham dự cuộc đua ghe thuyền đặc sắc của trai làng rồi tham gia những trò chơi dân gian như đẩy gậy, thi cò tướng, cờ người, nghe hát bài chòi, hát hò khoan đối đáp...; thưởng thức các món đặc sản bánh tráng và mì Quảng	- Chỉ còn lại khoảng 5 nhà cổ nhưng trùng tu lại quá hiện đại - Một số nhà thờ tộc phải vì vấn đề kinh phí nên không thể trùng tu đúng theo nguyên bản

STT	Địa điểm	Thông tin chung và phương thức tiếp cận	Đặc trưng	Tình hình du lịch	Khó khăn trong phát triển du lịch
Tỉnh Quảng Nam: 4 làng					
77	Làng Bơ Hoồng I	- Dân số: 315 người - Diện tích: hơn 10 ha - Cách phố cổ Hội An khoảng 85 km - Phương tiện đi lại: ô tô, xe máy	- Di sản văn hoá vật thể đặc trưng: Gươl, moong, các dụng cụ sinh hoạt, sản xuất... Di sản văn hoá phi vật thể đặc trưng, lễ hội truyền thống như ăn mừng lúa mới, lễ kết nghĩa..., hát dân ca, hát giao duyên, múa trống chiêng, trang sức, trang phục, tri thức bản địa... - Làng nghề truyền thống: Dệt, đan lát, rèn, chế biến rượu cần... - Phong cảnh: Ngôi nhà moong, gươl, thác, sông suối, đồi núi, cây xanh... - Cộng đồng dân tộc Cotu	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình hỗ trợ: Tổ chức Lao động Quốc tế ILO tại Việt Nam hỗ trợ cho dự án tăng cường hoạt động du lịch tại các huyện sâu trong đất liền tỉnh Quảng Nam và Công ty TNHH Du lịch Mạo hiểm Việt Nam - Đón khách từ năm: 2011 - Số lượt khách hàng năm: 150 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: các nhà Moong được đưa vào khai thác phục vụ khách du lịch, các nhà lưu trú homestay đầy đủ tiện nghi, tắm suối, trekking, trượt phao, biểu diễn nhạc cụ cổ truyền, múa cồng chiêng, ẩm thực, đan lát...	
78	Làng Đhrống	- Dân số: 310 người - Diện tích: hơn 15 ha - Cách phố cổ Hội An khoảng 100 km - Phương tiện đi lại: ô tô, xe máy	- Nông nghiệp trồng lúa rẫy. - Di sản văn hoá vật thể đặc trưng: Gươl, moong, các dụng cụ sinh hoạt, sản xuất... - Di sản văn hoá phi vật thể đặc trưng, lễ hội truyền thống như ăn mừng lúa mới, lễ kết nghĩa..., hát dân ca, hát giao duyên, múa trống chiêng, trang sức, trang phục, tri thức bản địa... - Làng nghề truyền thống: Dệt, đan lát, rèn, chế biến rượu cần... - Phong cảnh: Ngôi nhà moong, gươl, thác, sông suối, đồi núi, cây xanh... - Cộng đồng dân tộc Cotu	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình hỗ trợ: Tổ chức Lao động Quốc tế ILO tại Việt Nam hỗ trợ cho dự án tăng cường hoạt động du lịch tại các huyện sâu trong đất liền tỉnh Quảng Nam - Đón khách từ năm: Tháng 6/2013 - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: lưu trú homestay, các sản phẩm truyền thống: mây tre, dệt thổ cẩm, cầu cá, trekking, biểu diễn nhạc cụ truyền thống, múa cồng chiêng, ẩm thực...	
79	Làng Tà Vang	- Dân số: 258 người - Diện tích: 2.000km ² - Cách trung tâm huyện khoảng 5 km - Phương tiện đi lại: ô tô, xe máy	- Những giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể của văn hóa Ctu: làng nghề truyền thống, cảnh sinh hoạt truyền thống của người Ctu, phong cảnh...; thác nài, đá cổ a chia, ngắm cảnh đẹp thiên nhiên ở độ cao trên 1000m...	Chưa đón tiếp khách du lịch - Cơ quan đã đang xây dựng đề án phát triển du lịch và đưa 2 làng vào một trong những điểm tham quan	- Trong khâu tổ chức, hoạt động của làng nghề - Chưa có sản phẩm đa dạng và phong phú cũng như chưa có đầu ra cho sản phẩm - Chưa có nhà đầu tư cũng như thu hút khách đến tham quan
80	Làng Pơ'ning	- Dân số: 465 người - Diện tích: 2.300km2 - Cách trung tâm huyện khoảng 4 km - Phương tiện đi lại: ô tô, xe máy	Những giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể của văn hóa Ctu: làng nghề truyền thống, cảnh sinh hoạt truyền thống của người Ctu, phong cảnh, làng truyền thống Ctu huyện, suối Trlêê, địa đạo Axbo...		
Tỉnh Quảng Ngãi: 3 làng					
81	Nghề dệt chiếu cói Thu Xà	- Dân số: 12.568 người - Diện tích: 9,81 km ² - Cách trung tâm thành phố Quảng Ngãi: 10 km - Phương tiện đi lại: ô tô	- Chiều Thu Xà dày dặn, màu sắc hài hòa, đa dạng, được thi trường trong tỉnh và các tỉnh phía Nam ưu chuộng. - Các di tích, cảnh đẹp nổi tiếng của Quảng Ngãi như: chùa Ông, Cổ Lũy...	Chưa đón tiếp khách du lịch Chương trình, chính sách hỗ trợ: Quy hoạch phát triển ngành du lịch tỉnh Quảng Ngãi đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030	Thiếu vốn đầu tư
82	Làng đan lưới, rô lồng Thuận Phước	- Dân số: 775 người - Diện tích: 240 ha - Cách trung tâm thành phố Quảng Ngãi: 35 km - Phương tiện đi lại: ô tô, xe buýt	Nghề truyền thống là đan lưới rô lồng và đan lưới	Chưa đón tiếp khách du lịch Chương trình, chính sách hỗ trợ: Quy hoạch phát triển ngành du lịch tỉnh Quảng Ngãi đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030	Thiếu vốn đầu tư
83	Làng Teng	- Dân số: 628 người - Diện tích: 11,75 km ² - Cách trung tâm thành phố Quảng Ngãi: 60 km - Phương tiện đi lại: ô tô, xe buýt	Thổ cẩm của người H're có nhiều hoa văn hoa tiết rất đẹp, sản phẩm đủ các loại từ váy (katu), khố (kape), áo (lu), mền đắp (veixan)...	Chưa đón tiếp khách du lịch Chương trình, chính sách hỗ trợ: Quy hoạch phát triển ngành du lịch tỉnh Quảng Ngãi đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030	Thiếu vốn đầu tư

STT	Địa điểm	Thông tin chung và phương thức tiếp cận	Đặc trưng	Tình hình du lịch	Khó khăn trong phát triển du lịch
Tỉnh Phú Yên: 4 làng					
84	Buôn Hà Rai	- Dân số: 902 người - Diện tích: 9,07 km ² - Cách trung tâm thành phố Tuy Hòa: 57 km - Phương tiện đi lại: Ô tô	- Cộng đồng dân tộc thiểu số Chăm H'roi Phú Yên sinh sống tập trung - Văn hóa cồng chiêng - Làng nghề dệt thổ cẩm truyền thống	Chưa đón tiếp khách du lịch	Vốn đầu tư
85	Buôn Lê Diêm	- Dân số: 735 người - Diện tích: 9,58 km ² - Cách trung tâm thành phố Tuy Hòa: 60 km - Phương tiện đi lại: Ô tô	- Cộng đồng dân tộc thiểu số Ê đê sinh sống tập trung - Văn hóa cồng chiêng - Các lễ hội truyền thống	Chưa đón tiếp khách du lịch	Vốn đầu tư
86	Buôn Hòa Ngải	- Dân số: 351 người - Diện tích: 5,5 km ² - Cách trung tâm thành phố Tuy Hòa: 60 km - Phương tiện đi lại: Ô tô	- Cộng đồng dân tộc thiểu số Ê đê sinh sống tập trung - Văn hóa cồng chiêng A rập - Thường thức rêu cắn - Nghề dệt thổ cẩm truyền thống	Chưa đón tiếp khách du lịch	Vốn đầu tư
87	Buôn Xí Thoại	- Dân số: 625 người - Diện tích: 8,58 km ² - Cách trung tâm thành phố Tuy Hòa: 57 km - Phương tiện đi lại: Ô tô	- Cộng đồng dân tộc thiểu số Chăm H'roi Phú Yên và Bana sinh sống tập trung - Bản sắc văn hóa của 2 dân tộc thiểu số - Văn hóa cồng chiêng - Lễ hội đâm trâu	Chưa đón tiếp khách du lịch	Vốn đầu tư
Tỉnh Ninh Thuận: 4 làng					
88	Làng Mỹ Nghiệp	- Dân số: 4.000 người - Diện tích: 560 ha - Cách Phan Rang - Tháp Chàm khoảng 10 km - Phương tiện đi lại: Ô tô, xe máy	- Làng nghề dệt thổ cẩm	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Đề án xây dựng và phát triển các điểm du lịch đặc trưng của tỉnh Ninh Thuận: "Làng nghề truyền thống gồm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp, tháp Po klonggarai, vườn nho Thái An, vịnh Vĩnh Hy" giai đoạn 2012-2015. Đầu tư cơ sở vật chất như cổng làng, đường vào làng, nhà trung bày, hỗ trợ quảng bá xúc tiến trên các phương tiện thông tin truyền thông (website, phát thanh, truyền hình), xúc tiến thương mại, du lịch; xây dựng nhãn hiệu tập thể gồm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp; Hỗ trợ cho dân vay vốn để duy trì và phát triển sản xuất, đầu tư cơ sở, nguyên vật liệu...; đào tạo nghề về du lịch cho lao động nông thôn, xây dựng cơ chế, chính sách hỗ trợ nghề nhân truyền nghề, tổ chức cho dân tham quan, nghiên cứu, học tập kinh nghiệm các làng du lịch trong nước. Xây dựng chương trình phát triển du lịch làng nghề tập trung phát triển sản phẩm. - Đón khách từ năm 1990 - Số lượt khách hàng năm: 300.000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: tham quan và tìm hiểu văn hóa địa phương	- Mẫu mã của sản phẩm chưa đa dạng, chưa có nhiều dịch vụ phục vụ khách - Thiếu kinh phí xúc tiến quảng bá
89	Làng nghề truyền thống gốm Bàu Trúc	- Dân số: 2.700 người - Diện tích: 500 ha - Cách Phan Rang - Tháp Chàm khoảng 10 km - Phương tiện đi lại: Ô tô, xe máy	- Sản phẩm gốm rất độc đáo, được làm hoàn toàn bằng tay khéo léo cùng những công cụ thô sơ như vòng tre, vò sò để tạo ra những đường nét hoa văn trên sản phẩm gốm	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Đề án xây dựng và phát triển các điểm du lịch đặc trưng của tỉnh Ninh Thuận: "Làng nghề truyền thống gồm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp, tháp Po klonggarai, vườn nho Thái An, vịnh Vĩnh Hy" giai đoạn 2012-2015. Đầu tư cơ sở vật chất như cổng làng, đường vào làng, nhà trung bày, hỗ trợ quảng bá xúc tiến trên các phương tiện thông tin truyền thông (website, phát thanh, truyền hình), xúc tiến thương mại, du lịch; xây dựng nhãn hiệu tập thể gồm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp; Hỗ trợ cho dân vay vốn để duy trì và phát triển sản xuất, đầu tư cơ sở, nguyên vật liệu...; đào tạo nghề về du lịch cho lao động nông thôn, xây dựng cơ chế, chính sách hỗ trợ nghề nhân truyền nghề, tổ chức cho dân tham quan, nghiên cứu, học tập kinh nghiệm các làng du lịch trong nước. Xây dựng chương trình phát triển du lịch làng nghề tập trung phát triển sản phẩm. - Đón khách từ năm 1990 - Số lượt khách hàng năm: 300.000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: tham quan và tìm hiểu văn hóa địa phương	- Việc đầu tư cơ sở hạ tầng chất lượng còn hạn chế

STT	Địa điểm	Thông tin chung và phương thức tiếp cận	Đặc trưng	Tình hình du lịch	Khó khăn trong phát triển du lịch
90	Làng nghề làm chiếu An Thạnh	- Dân số: 2.700 người - Diện tích: 500 ha - Cách cầu Đạo Long 1 khoảng 4 km - Phương tiện đi lại: ô tô, xe máy	Làng nghề làm chiếu cói cổ truyền duy nhất ở Ninh Thuận	Chưa đón tiếp khách du lịch	- Mẫu mã của sản phẩm chưa đa dạng, chưa có nhiều dịch vụ phục vụ khách - Thiếu kinh phí xúc tiến quảng bá
91	Làng nghề làm dưa Tân Sơn	- Dân số: 12.000 người - Diện tích: 1.800 km ² - Cách thành phố Phan Rang - Tháp Chàm 40 km - Phương tiện đi lại: ô tô, xe máy	Nghề làm dưa ở xã Tân Sơn	Đã đón tiếp khách du lịch - Đón khách từ năm: 2002 - Số lượt khách hàng năm: 200.000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: tham quan và tìm hiểu văn hóa địa phương	- Việc đầu tư cơ sở hạ tầng chất lượng còn hạn chế
Tỉnh Bình Thuận : 3 làng					
92	Làng Hàm Mỹ	- Dân số: 15.507 người - Diện tích: 3.379,8 ha - Cách trung tâm Phan Thiết: 7 km - Phương tiện đi lại: ô tô	Nhiều vườn thanh long thuận lợi phát triển du lịch nhà vườn	Chưa đón tiếp khách du lịch	
93	Thác 9 tầng, xã Đa Mi	- Dân số: 2.774 người - Diện tích: 145,38 ha - Cách trung tâm Phan Thiết: 67 km - Phương tiện đi lại: ô tô	Phong cảnh đẹp thích hợp phát triển sinh thái	Chưa đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: QĐ 53/2004/QĐ-UBND ngày 5/7/2004 về việc phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Hàm Thuận - Đa Mi	Cơ sở hạ tầng khó khăn
94	Xã Phan Hòa	- Dân số: 10.415 người - Diện tích: 17.045 ha - Cách trung tâm Phan Thiết: 68 km - Phương tiện đi lại: ô tô	- Tập trung cộng đồng người Chăm sinh sống - Nghề dệt truyền thống và nghề gốm	Chưa đón tiếp khách du lịch	Nghề truyền thống đang dần bị mai một
Tỉnh Kon Tum: 2 làng					
95	Làng KonKơTư	- Dân số: khoảng dưới 300 người - Diện tích: 6 ha - Cách trung tâm thành phố Kon Tum: 8 km - Phương tiện đi lại: ô tô	- Ngôi làng cổ còn giữ được những nét nguyên sơ nhất của văn hóa dân tộc Bahnar - Cồng chiêng và múa Xoang - Hai nhà rông còn nguyên bản sắc của đồng bào dân tộc Bahnar - Các lễ hội truyền thống	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: sự đầu tư, hỗ trợ của chính quyền địa phương, sự đầu tư của công ty du lịch tỉnh và một số tổ chức quốc tế. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Kon Tum xây dựng chính sách, hỗ trợ xây dựng làng văn hóa du lịch và phát triển du lịch cộng đồng tại điểm này - Đón khách từ năm 2005 - Số lượt khách hàng năm: 25.000 lượt (năm 2011); 35.000 lượt (năm 2012) - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: Lưu trú, ăn uống, sinh hoạt văn hóa, văn nghệ dân gian	- Cơ sở vật chất tại nhà Văn hóa còn nghèo nàn - Đào tạo đội ngũ biểu diễn Cồng Chiêng Tây Nguyên - Công tác bảo vệ môi trường và cảnh quan thiên nhiên - Năng cao nhận thức của cư dân địa phương
96	Làng Đăk Răng	- Dân số: khoảng 200 hộ gia đình - Diện tích: 100 ha - Cách trung tâm thành phố Kon Tum: 80 km - Phương tiện đi lại: ô tô	- Có 3 thành phần dân tộc bản địa sinh sống: Xơ Đăng, Giẻ Triêng và Bờ Rầu - Ngành nghề thủ công truyền thống mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc - Các lễ hội: Lễ ăn trâu của người Giẻ Triêng, Lễ mừng năm mới	Đã đón tiếp khách du lịch - Đón khách du lịch từ năm: 2008 - Số lượt khách hàng năm: 1.000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: tham quan nhà rông, cồng chiêng và dệt thổ cẩm	
Tỉnh Gia Lai : 1 làng					
97	Làng Phung	- Dân số : 370 người - Diện tích: 1.057 km ² - Cách trung tâm thành phố: 35 km - Phương tiện đi lại: ô tô	- Cộng đồng dân tộc T-rai sinh sống - Mang phong tục tập quán đặc trưng - Biểu diễn Cồng chiêng	Chưa đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Làm mô hình thí điểm về du lịch homestay theo chương trình của đề tài khoa học cấp tỉnh	Về khôi phục lễ hội và xây dựng nhà rông

STT	Địa điểm	Thông tin chung và phương thức tiếp cận	Đặc trưng	Tình hình du lịch	Khó khăn trong phát triển du lịch
Tỉnh Đắk Lắk: 3 làng					
98	Buôn Trí A	- Dân số : 556 người - Diện tích: 6.2 km² - Cách trung tâm thành phố: 40 km - Phương tiện đi lại: ô tô, xe buýt, xe máy	- Làng nghề truyền thống - Phong cảnh đẹp - Cộng đồng dân tộc thiểu số - Biểu diễn cồng chiêng Tây Nguyên	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Hỗ trợ cơ sở hạ tầng như đường giao thông, điện thấp sáng và hỗ trợ một số kĩ năng về du lịch - Đón khách từ năm 1998 - Số lượt khách hàng năm: 15.000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: dịch vụ lưu trú nhà sàn, ăn uống, tham quan làng nghề	Một số thế lực thù địch lợi dụng tuyên truyền, kích động làm ảnh hưởng đến tình hình an ninh trật tự của địa phương
99	Buôn Jun	- Dân số : 470 người - Diện tích: 0.7 km² - Cách trung tâm thành phố: 50 km - Phương tiện đi lại: ô tô, xe buýt, xe máy	- Phong cảnh - Nông nghiệp - Làng nghề truyền thống - Cộng đồng dân tộc thiểu số	Đã đón tiếp khách du lịch - Đón khách từ năm 2000 - Số lượt khách hàng năm: 10.000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: homestay, trải nghiệm nông nghiệp trồng trọt	Một số thế lực thù địch lợi dụng tuyên truyền, kích động làm ảnh hưởng đến tình hình an ninh trật tự của địa phương
100	Buôn Ako Dhong	- Dân số : 556 người - Diện tích: 7.5 km² - Nằm trong trung tâm thành phố - Phương tiện đi lại: ô tô, xe buýt, xe máy	- Phong cảnh - Làng nghề truyền thống - Kiến trúc nhà sàn cổ - Cộng đồng dân tộc thiểu số	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Hỗ trợ cơ sở hạ tầng như đường giao thông, điện thấp sáng và hỗ trợ một số kĩ năng về du lịch - Đón khách từ năm 2000 - Số lượt khách hàng năm: 10.000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: tham quan những ngôi nhà sàn, thưởng thức chương trình biểu diễn cồng chiêng Tây Nguyên	
Tỉnh Đồng Nai: 1 làng					
101	Làng buổi Tân Triều	- Dân số : 4.221 người - Diện tích: 420 km² - Cách trung tâm thành phố Biên Hòa: 15 km - Phương tiện đi lại: ô tô, thuyền, xe máy	- Nổi tiếng với nghề trồng bưởi từ lâu đời - Nổi tiếng với đặc sản chế biến từ bưởi như nem bưởi, gỏi bưởi, ... - Các di sản văn hóa tiêu biểu: nhà thờ Tân Triều, chùa Vĩnh Hưng, đình Cẩm Vinh, đình Long Hòa...	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Sở VH-TTDL Đồng Nai đã hỗ trợ ngôi làng bằng hình thức quảng bá hình ảnh rộng rãi thông qua chương trình phát triển du lịch của tỉnh. Hiệp hội Du lịch Đồng Nai đã đưa làng bưởi Tân Triều vào chương trình tham quan trong các tour giới thiệu cho khách. - Đón khách từ năm 2003 - Số lượt khách hàng năm: không có số liệu thống kê - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: tham quan nhà thờ Tân Triều, chùa Vĩnh Hưng, đình Cẩm Vinh, đình Long Hòa... mua bán sản phẩm bưởi Tân Triều	
Tỉnh Bình Dương: 1 làng					
102	Làng Tương Bình Hiệp	- Dân số : 13.155 người (năm 2012) - Diện tích: 520,464 km² - Cách trung tâm thành phố Thủ Dầu Một: 7 km - Phương tiện đi lại: ô tô, thuyền, xe máy	Làng nghề sơn mài	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Đề án phát triển sản phẩm du lịch đặc thù Bình Dương đến năm 2015, định hướng đến năm 2020 - Đón khách từ năm - Số lượt khách hàng năm: không có số liệu thống kê - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: thăm quan cơ sở sản xuất trưng bày và bán sản phẩm	- Số hộ làm sơn mài ít dần, sản phẩm theo hướng công nghiệp nên chất lượng không còn được đảm bảo - Các cơ sở sản xuất sơn mài chưa được bố trí hợp lý để phục vụ khách tham quan
Tỉnh Bình Phước: 3 làng					
103	Làng nghề hoa giấy Lộc Thạnh	- Dân số: khoảng 400 người - Diện tích: khoảng 1 km² - Cách trung tâm thành phố: 60 km (quốc lộ 1A) - Phương tiện đi lại: ô tô, xe máy	- Mạng phong cách của người Hà Đông, Hà Nội - Gần với các di tích lịch sử cấp quốc gia và nằm trên tuyến đường du lịch xuyên Á - Nơi cộng đồng dân tộc thiểu số chiếm 18% dân số của huyện - Khả năng kết hợp với điểm du lịch: sân bay quân sự Lộc Ninh, căn cứ quân ủy chỉ huy miền B2 Tà Kiết, Nhà giao tế Lộc Ninh, Diêm cuối đường mòn Hồ Chí Minh, Di tích kho xăng Lộc Quang	Chưa đón tiếp khách du lịch	- Không có kênh thông tin để tìm đầu ra cho sản phẩm - Chưa có sự phối hợp giữa các cơ quan chức năng do chưa có chương trình phối hợp cụ thể - Các hộ hoạt động theo kiểu tự phát, chưa có quy hoạch chung cho các làng nghề
104	Làng thủ công mỹ nghệ Long Hà	- Dân số: khoảng 100 người - Diện tích: 0.5 km² - Cách trung tâm thị xã Đồng Xoài: 100 km, trung tâm huyện Lộc Ninh 12 km, đường giao thông chính (quốc lộ 13) 3 km - Phương tiện giao thông: ô tô, xe máy	— Di sản văn hóa của các đồng bào dân tộc địa phương, các làng nghề đã được hình thành qua nhiều thế hệ — Là sản phẩm đặc trưng của các dân tộc thiểu số của tỉnh Bình Phước	Chưa đón tiếp khách du lịch	- Chưa có các chương trình, chính sách hỗ trợ công đồng địa phương trong việc phát triển du lịch - Các làng nghề nằm rải rác, hoạt động tự phát và việc quản lý làng nghề là rất khó khăn - Việc tiếp cận với các nguồn vốn vay là việc làm rất khó khăn đối với các làng nghề do chưa có chính sách cụ thể nào để hỗ trợ

STT	Địa điểm	Thông tin chung và phương thức tiếp cận	Đặc trưng	Tình hình du lịch	Khó khăn trong phát triển du lịch
105	Làng nghề dệt thổ cẩm Minh Hưng	- Dân số: 800 người - Diện tích: 10 km² - Cách trung tâm thị xã Đồng Xoài: 60 km, cách trung tâm huyện Bù Đăng: 10 km, cách đường giao thông chính (quốc lộ 14) 5 km - Phương tiện đi lại: xe máy và ô tô	- Di sản văn hóa của các đồng bào dân tộc địa phương - Các làng nghề đã được hình thành qua nhiều thế hệ - Là sản phẩm đặc trưng của các dân tộc thiểu số tại tỉnh Bình Phước	Đã đón tiếp khách du lịch - Do chưa có chương trình, chính sách phát triển du lịch nên số lượng du lịch đến tham quan còn rất ít, chiếm tỉ trọng nhỏ trong tổng lượt khách đến Bình Phước hàng năm - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: Dịch vụ trải nghiệm nông nghiệp, trồng trọt, câu cá và tìm hiểu văn hóa	- Thu nhập từ nghề mang lại cho nhân dân không nhiều do đó nhân dân thường bỏ nghề đi làm nương rẫy - Tốc độ phát triển kinh tế quá nhanh và sự tác động đa chiều của các luồng văn hóa du nhập đã làm giới trẻ đồng bào dân tộc thiểu số ít quan tâm đến các giá trị truyền thống của dân tộc - Các cấp chính quyền cũng chưa quan tâm sâu sắc và dành thời gian, kinh phí để phát triển đúng mức
Tỉnh Long An: 2 làng					
106	Làng làm trống Bình An	- Dân số: 426 người - Diện tích: 195 ha - Cách trung tâm thị xã 10 km - Phương tiện đi lại: xe máy và ô tô	Ngôi làng với nghề làm trống truyền thống được hình thành từ đầu thế kỉ XX, với đa dạng các loại trống như: trống chầu, trống cơm, trống chiến, trống bát, trống cơm, trống lệnh, trống bóng...	Chưa đón tiếp khách du lịch - Trung tâm Khuyến công và Tư vấn phát triển công nghiệp tỉnh Long An đã tổ chức Hội thảo về “Nghề bịt trống Bình An” nhằm bảo tồn nghề truyền thống lâu đời và phát triển thương hiệu trống Bình An. Huyện Tân Trụ hiện đang xúc tiến xây dựng thương hiệu độc quyền cho “trống Bình An”, Sở Văn hóa - Thể thao & Du lịch tỉnh Long An cũng đã đưa làng trống Bình An vào danh mục du lịch địa phương.	
107	Làng làm ghe mũi đỏ	- Dân số: 426 người - Diện tích: Tân Chánh: 1.744,74 ha; Phước Đông: 2.127,31 ha; Long Hữu Đông: 2.073,70 ha; Long Hữu Tây: 1.577,37 ha - Cách trung tâm thành phố Tân An: 43 km - Phương tiện đi lại: xe máy và ô tô	Nghề làm ghe nổi chung và ghe mũi đỏ nổi riêng được hình thành cách đây hơn 300 năm	Chưa đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Nếu nghề truyền thống đóng “Ghe mũi đỏ Cần Đước” sau khi được lập hồ sơ khoa học đầy đủ, huyện sẽ đề xuất Sở VH,TT&DL tham mưu cho UBND tỉnh để nghị Bộ văn hóa, Thể thao và Du lịch thẩm định đưa vào danh mục và cấp giấy chứng nhận là di sản văn hóa phi vật thể cấp quốc gia	
Tỉnh Đồng Tháp: 2 làng					
108	Làng hoa kiểng Sa Đéc	- Dân số: 1.984 hộ dân - Diện tích: 343 ha - Khoảng cách từ thành phố Cao Lãnh: 20 km - Phương tiện đi lại: xe ô tô (4-7 chỗ), xe đạp, xe máy...	Làng hoa kiểng Sa Đéc có lịch sử lâu đời, đến nay đã gần một trăm năm tuổi, có khoảng 1500 chủng loại hoa, kiểng, cây công trình	Chưa đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Kế hoạch phát triển Làng hoa kiểng Sa Đéc giai đoạn 2013 – 2015. Quy hoạch mở rộng diện tích hoa kiểng Sa Đéc giai đoạn 2009 – 2020. Định hướng phát triển Làng hoa kiểng Sa Đéc thành Trung tâm triển lãm hoa kiểng qui mô cấp khu vực ĐBSCL	- Cơ sở hạ tầng chưa hoàn chỉnh, cơ sở vật chất phục vụ du lịch chưa được đầu tư phát triển - Chưa có DNDL làm đầu mối gắn kết với các hộ sản xuất hoa kiểng để phát triển các dịch vụ phục vụ khách tham quan làng nghề
109	Làng Dệt chiếu Định Yên	- Dân số: 4.321 hộ dân - Diện tích: 1.822 ha - Khoảng cách từ thành phố Cao Lãnh: 30 km - Phương tiện đi lại: xe ô tô (4-7 chỗ), xe đạp, xe máy, thuyền...	Làng nghề thủ công truyền thống năm 2003 với 3.000 hộ hoạt động có liên quan đến nghề dệt chiếu, được Bộ VH-TTDL công nhận là di sản văn hoá phi vật thể quốc gia. Làng chiếu Định Yên được biết đến nhiều nhất là chợ chiếu, còn được gọi là “chợ ma”; do chợ chiếu chỉ nhóm họp vào ban đêm, kéo dài khoảng 2 giờ là tan chợ	Chưa đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Phòng Văn hóa thông tin huyện Lấp Vò đang xây dựng dự án khôi phục lại Chợ chiếu hay còn gọi là “Chợ ma” Định Yên ở xã Định Yên huyện Lấp Vò	- Làng dệt chiếu Định Yên đang dần mai một. “Chợ ma” đã mất dần đi nét hấp dẫn vốn có của nó. - Công tác quản lý, bảo tồn và phát huy các giá trị để phát triển du lịch cũng nhiều bất cập
Tỉnh An Giang: 2 làng					
110	Xã Mỹ Hòa Hưng	- Dân số: 22.946 người (năm 2006) - Diện tích: 2.121 km² - Khoảng cách từ thành phố Long Xuyên: đi tàu 30 phút - Phương tiện đi lại: tàu	- Di tích Quốc gia đặc biệt: khu lưu niệm Chủ tịch Tôn Đức Thắng - Phát triển loại hình du lịch cộng đồng - Điểm du lịch đậm chất sinh thái	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Đề án quy hoạch xây dựng mạng lưới các điểm, tuyến du lịch sinh thái và nông thôn mới củ lao Mỹ Hòa Hưng giai đoạn đến năm 2025. Dự án do tổ chức Nông dân Hà Lan (Agritterra) tài trợ: “Nâng cao năng lực du lịch nông nghiệp cho hội nông dân Việt Nam giai đoạn I từ năm 2008-2010” (đã hoàn tất). Dự án do tổ chức Nông dân Hà Lan (Agritterra) tài trợ giai đoạn II: “Dự án xây dựng Trung tâm du lịch nông dân tỉnh An Giang” thời gian từ 1/7/2011 đến 30/6/2014. - Đón khách từ năm 2009 - Số lượt khách hàng năm: khách đến khu tưởng niệm Tôn Đức Thắng năm 2012: 88.485 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: dịch vụ homestay, câu cá, trải nghiệm nông nghiệp trồng lúa, du lịch sinh thái, viếng khu tưởng niệm chủ tịch Tôn Đức Thắng, thăm lại ngôi nhà sàn cổ nơi gia đình bác Tôn sinh sống	

STT	Địa điểm	Thông tin chung và phương thức tiếp cận	Đặc trưng	Tình hình du lịch	Khó khăn trong phát triển du lịch
111	Làng Chăm Châu Phong	- Dân số: 24.672 người (năm 2010) - Diện tích: 2.143 km ² - Khoảng cách từ thành phố Long Xuyên: 54 km - Phương tiện đi lại: tàu thủy, ô tô, xe máy	- Kiến trúc thành đường Hồi giáo của người Chăm Islam - Làng dệt truyền thống của người Chăm Islam - Nét sinh hoạt văn hóa độc đáo của người Chăm Islam	Đã đón tiếp khách du lịch - Đón khách từ năm 2009 - Số lượt khách hàng năm: 18,000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: dịch vụ homestay, khám phá cuộc sống đời thường của người Chăm, khám phá nét kiến trúc độc đáo của dân tộc Chăm, trải nghiệm nghề dệt truyền thống của người Chăm...	
Tỉnh Tiền Giang : 3 làng					
112	Xã Thới Sơn	- Dân số: 6.119 người - Diện tích: 1.200 ha - Khoảng cách từ thành phố Mỹ Tho: 5 km - Phương tiện đi lại: tàu thủy, ô tô, xe máy	- Vườn cây ăn trái đặc sản vùng đồng bằng sông Cửu Long - Làng nghề truyền thống: các sản phẩm truyền thống như cốm, kẹo, mật ong... - Phong cảnh: sông nước, kênh rạch, du thuyền trên sông...	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Dự án phát triển du lịch cộng đồng do ngân hàng ADB tài trợ - Đón khách từ năm 1986 - Số lượt khách hàng năm: 600.000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: tham quan vườn cây ăn trái, du thuyền trên sông, chèo thuyền trong kênh rạch nhỏ...; thưởng thức trái cây đặc sản, nghe đồn ca tài tử; trải nghiệm tát mương bắt cá, ngắm đom đóm, trải nghiệm homestay; tham quan trại rắn Đông Tâm, di tích chùa Vĩnh Tràng, di tích Rạch Gầm - Xoài Mút, đình Long Hưng	- Chưa có kinh nghiệm trong việc khai thác các tài nguyên để phục vụ du lịch - Công tác quản lý về du lịch hiện nay còn nhiều bất cập
113	Xã Đặng Hưng Phước	- Dân số: 11.151 người - Diện tích: 1.425,4 ha - Khoảng cách từ thành phố Mỹ Tho: 14 km - Phương tiện đi lại: ô tô, xe máy	- Vùng trồng thâm canh cây lúa, nếp, cây ăn trái đặc sản nhất là thanh long - Di sản văn hóa vật thể và phi vật thể: kiến trúc truyền thống của nhà cổ - Làng nghề truyền thống: dệt chiếu Đặng Hưng Phước - Phong cảnh: di tích khảo cổ Ốc Eo - Gò Thành, sông nước, ruộng lúa, vườn cây ăn trái, cảnh chợ nông thôn	Chưa đón tiếp khách du lịch	Chưa có nguồn kinh phí để phát triển du lịch
114	Làng cổ Đông Hòa Hiệp	- Dân số: 15.211 người - Diện tích: 1.728,23 ha - Khoảng cách từ thành phố Mỹ Tho: 46 km - Phương tiện đi lại: ô tô, xe máy, tàu	- Vườn cây ăn trái đặc sản vùng đồng bằng sông Cửu Long - Di sản văn hóa vật thể và phi vật thể: kiến trúc truyền thống của nhà cổ, đơn ca tài tử - Làng nghề truyền thống: các sản phẩm truyền thống như cốm, kẹo, mật ong, bánh trắng, bánh phồng... - Phong cảnh: sông nước, vườn cây ăn trái, chợ nổi trên sông	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Dự án "Hỗ trợ phát huy vai trò cộng đồng trong phát triển bền vững ở Việt Nam thông qua du lịch di sản" do tổ chức JICA, trường Đại học Nữ Chiêu Hòa (Nhật Bản) tài trợ. Dự án phát triển du lịch cộng đồng do ngân hàng ADB tài trợ - Đón khách từ năm 1993 - Số lượt khách hàng năm: trên 100.000 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: tham quan nhà cổ truyền thống Nam Bộ, chợ nổi trên sông, làng truyền thống: cốm, kẹo, bánh trắng, bánh phồng; thưởng thức trái cây, đồn ca tài tử; du thuyền trên sông, chèo thuyền qua kênh rạch; trải nghiệm homestay cùng người dân	- Chưa có kinh nghiệm mtrong khai thác các tài nguyên để phục vụ du lịch - Công tác điều hành, quản lý về du lịch hiện nay còn nhiều bất cập - Việc bảo tồn các nhà cổ gắn với phát triển du lịch cần kinh phí lớn nên người dân chưa tham gia nhiều trong công tác bảo tồn, phát huy giá trị di sản
Tỉnh Hậu Giang: 1 làng					
115	Vùng du lịch cộng đồng khóm cầu Đức	- Dân số: 6.873 (toàn xã) - Diện tích: 20.220 ha - Khoảng cách từ trung tâm tỉnh: 15 km - Phương tiện đi lại: xe máy, xe ô tô, tàu	- Vùng chuyên canh cộng đồng khóm cầu Đức đặc sản Hậu Giang - Di tích lịch sử cách mạng - Làng nghề đan lát lục bình - Phong cảnh miền sông nước	Chưa đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: đã xây dựng dự án phát triển du lịch cộng đồng tại khóm cầu Đức	Kinh phí để triển khai du lịch
Thành phố Cần Thơ: 1 làng					
116	Bánh trắng Thuận Hưng	- Dân số: khoảng 120 hộ - Diện tích: khoảng 5 ha - Khoảng cách từ thành phố Cần Thơ: 40 km - Phương tiện đi lại: xe máy	Làng nghề làm bánh trắng rất lâu đời và rất ngon	Chưa đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: chưa có	Kinh phí hỗ trợ người dân đầu tư để phục vụ khách du lịch

STT	Địa điểm	Thông tin chung và phương thức tiếp cận	Đặc trưng	Tình hình du lịch	Khó khăn trong phát triển du lịch
Tỉnh Kiên Giang: 5 làng					
117	Huyện Hòn Đất	- Dân số: 171.904 người - Diện tích: 1.039,568 km ² - Khoảng cách từ thành phố Rạch Giá: 30km - Phương tiện đi lại: xe máy, ô tô	- Làng nghề truyền thống nặn nổi đất Hòn Me - Suối Lươn - Chùa Hòn Quáo - Di tích Ba Hòn - Di chỉ khảo cổ Giồng Xoài (xã Mỹ Hiệp Sơn) - Di tích khảo cổ Nền Chùa - Di chỉ mộ táng, tôn giáo	Chưa đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Kiên Giang đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030. Nhiệm vụ Quy hoạch chi tiết khu du lịch Hòn Me được UBND tỉnh phê duyệt tại Quyết định số 1439/QĐ-UBND ngày 18/6/2009. Chủ đầu tư là Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch.	- Kinh phí cho đầu tư cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch - Loại hình du lịch, dịch vụ còn đơn điệu, mang tính tự phát, nhỏ lẻ; công tác trùng tu, tôn tạo và phát triển các di tích lịch sử, làng nghề còn hạn chế; đời sống lao động phục vụ du lịch có tay nghề còn yếu, thiếu
118	Huyện Kiên Lương	- Dân số: 81.710 người - Diện tích: 472.847 km ² - Khoảng cách từ thành phố Rạch Giá: 60 km - Phương tiện đi lại: xe máy, ô tô, tàu, thuyền	- Hòn Phụ Tử, Bãi Dương, Hòn Trem, chùa Hang, núi Moso, hang Cá Sấu, hang Tiễn và quần đảo Bà Lụa với khoảng 43 đảo - Khu dự trữ sinh quyển ven biển và biển đảo Kiên Giang	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Kiên Giang đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030 - Đón khách từ năm 1998 - Số lượt khách hàng năm: 336.008 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: Khu du lịch Hòn Phụ Tử có cung cấp một số dịch vụ cơ bản cho du khách như: tham quan, ẩm thực thưởng thức hải sản, mua sắm quà lưu niệm, chụp ảnh lưu niệm, tham quan các đảo nhỏ... Song song đó, đến với Kiên Lương, du khách còn được tham quan, tìm hiểu các di tích lịch sử danh thắng như: di tích lịch sử cách mạng MoSo (núi Moso), hang Cá Sấu, hang Tiễn, núi Bà Tài... với hệ đa dạng sinh học núi đá vôi. Đi tàu ra Ba Hòn Đám, du khách sẽ được hoà mình với thiên nhiên, được trải nghiệm cùng người dân...	- Công tác quy hoạch và đầu tư hạ tầng tại các khu, điểm du lịch hạn chế - Việc chiếm đóng tự ý làm du lịch của người dân sinh sống tại khu vực di tích lịch sử cách mạng Moso chưa được quản lý hiệu quả; chưa triển khai tổ chức đào tạo kiến thức cho họ về du lịch và bảo vệ môi trường - Chính quyền địa phương chưa nhận thức cao về du lịch, du lịch sinh thái; du lịch nông thôn, chưa thấy được lợi ích lâu dài của ngành du lịch
119	Huyện Kiên Hải	- Dân số: 21.366 người - Diện tích: 25.586 km ² - Khoảng cách từ thành phố Rạch Giá: 30 km - Phương tiện đi lại: tàu, thuyền	Huyện đảo Kiên Hải thuộc tỉnh Kiên Giang có gần 100 km đường biển với 23 hòn đảo lớn nhỏ, tạo nên cảnh quan hùng vĩ và hoang sơ: bãi Nhà, bãi Bắc, bãi Bằng, bãi Chén, động Dứa, đười Hà Bá, hòn Đá Bia...	Chưa đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Kiên Giang đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030	- Thiếu cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ khách du lịch (điện, nước, phương tiện vận chuyển, cơ sở lưu trú...) - Nhận thức của người dân về du lịch thấp - Các dự án đầu tư các dịch vụ vui chơi giải trí, nghỉ dưỡng tại khu vực này chậm triển khai (có 02 dự án) - Hoạt động du lịch khu vực này chỉ mang tính tự phát của một số hộ dân và chất lượng còn hạn chế, chưa ổn định - Người dân chưa được qua các lớp bồi dưỡng đào tạo kiến thức về du lịch, nên đôi lúc xảy ra tình trạng chát chém, tự ý nâng giá ảnh hưởng đến chất lượng điểm đến

STT	Địa điểm	Thông tin chung và phương thức tiếp cận	Đặc trưng	Tình hình du lịch	Khó khăn trong phát triển du lịch
120	Huyện Phú Quốc	- Dân số: 96.940 người - Diện tích: 589,193 km² - Khoảng cách từ thành phố Rạch Giá: 120 km - Phương tiện đi lại: Tàu, thuyền, máy bay	- Phú Quốc được mệnh danh là "Hòn đảo ngọc giữa biển khơi", gồm: quần đảo An Thới - Hòn Thơm, quần đảo Thổ Chu các đảo nhỏ phía Bắc - Hệ động thực vật rất phong phú, với những cánh rừng nguyên sinh và nhiều loại gỗ quý; động vật, cũng nhiều loại chim khác và nhiều loài lan rừng quý hiếm	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Kiên Giang đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030; Quy hoạch chung xây dựng đảo Phú Quốc, tỉnh Kiên Giang đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 và Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch đảo Phú Quốc đến năm 2020 của Thủ tướng Chính Phủ. Quyết định số 178/2004/QĐ-TTg ngày 05/10/2004 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt "Đề án phát triển tổng thể đảo Phú Quốc, tỉnh Kiên Giang đến năm 2010 và tầm nhìn đến năm 2020". - Đón khách từ năm 1999 - Số lượt khách hàng năm: 517.354 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: homestay, dịch vụ ăn uống, leo núi, tắm suối, tham quan tìm hiểu Vườn Quốc gia Phú Quốc, tham quan trại nuôi ngọc trai, nhà thùng nước mắm, cầu cá, lặn ngắm san hô, khám phá đảo hoang, cầu mực đêm...	- Chưa có cơ chế chính sách đặc thù, nghị quyết chuyên đề về định hướng, ổn định lâu dài để phát triển đảo Phú Quốc - Kinh tế tăng cao, nhưng chưa xứng với tiềm năng, lợi thế và điều kiện của Phú Quốc - Các cơ chế chính sách khuyến khích đầu tư, các chương trình, dự án hỗ trợ của nhà nước chưa phát huy hiệu quả cao - Các công trình trọng điểm xây dựng còn chậm, nhất là các công trình hạ tầng kinh tế, xã hội - Hỗ trợ nguồn vốn của Trung ương còn hạn chế, chưa làm đòn bẩy thúc đẩy các nhà đầu tư đưa vốn vào đầu tư trong giai đoạn hiện nay - Đội ngũ cán bộ công chức của huyện còn thiếu và quá tải so với yêu cầu nhiệm vụ và khối lượng công việc thực tế của huyện. - Nhận thức về du lịch sinh thái, du lịch bền vững chưa được quán triệt trong một số cán bộ quản lý và các doanh nghiệp du lịch, do đó hoạt động kinh doanh của một số doanh nghiệp, hộ dân còn mang tính tự phát, ăn theo ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ chung - Vấn đề quản lý giá cả và đảm bảo an ninh, an toàn cho du khách chưa chặt chẽ - Tình trạng các dự án "treo" và tình trạng đầu cơ đất còn tồn tại
121	Huyện U Minh Thượng	- Dân số: 69.636 người - Diện tích: 432.701 km² - Khoảng cách từ thành phố Rạch Giá: 60 km - Phương tiện đi lại: Tàu, thuyền, ô tô, xe máy	- U Minh Thượng là một trong những vùng đất ngập nước quan trọng nhất Đồng bằng sông Cửu Long với hệ động thực vật đa dạng và phong phú - Là khu căn cứ địa cách mạng vững chắc trải qua hai thời kỳ chiến tranh chống Pháp và chống Mỹ	Đã đón tiếp khách du lịch - Chương trình, chính sách hỗ trợ: Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Kiên Giang đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030 - Đón khách từ năm 1998 - Số lượt khách hàng năm: 42.184 lượt - Các hoạt động và dịch vụ du lịch: homestay, dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống, thưởng thức đặc sản...	- Thiếu cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ khách du lịch - Nhận thức của người dân về du lịch chưa cao - Vấn đề bảo vệ tài nguyên rừng, bảo vệ môi trường du lịch và hệ sinh thái rừng - Sản phẩm du lịch đơn điệu chủ yếu dựa vào tài nguyên thiên nhiên - Chưa cung cấp các dịch vụ homestay, các hoạt động trải nghiệm cùng người dân làm nông nghiệp - Chưa có tour tìm hiểu hệ sinh thái rừng

Chương V:

Vai trò và sự liên kết giữa các cơ quan hữu quan



5.1. Vai trò tham gia của các cơ quan hữu quan

Có nhiều đơn vị liên quan trong tổ chức phát triển du lịch nông thôn. Trong chương I phần “Những bên liên quan tham gia vào phát triển du lịch nông thôn” đã đề cập một cách khái quát về các cơ quan tổ chức tham gia vào phát triển du lịch nông thôn. Tuy nhiên, trong chương này sẽ đề cập chi tiết hơn về vai trò được kỳ vọng ở các cơ quan hữu quan cũng như sự liên kết cần thiết giữa các cơ quan hữu quan. Chương IV liệt kê danh sách các địa phương ứng cử viên cho việc phát triển du lịch nông thôn tại Việt Nam dựa vào phiếu khảo sát đã thực hiện tại các tỉnh thành trên toàn quốc. Chúng ta hãy cùng xem cơ quan nào sẽ liên quan và liên quan như thế nào đến việc phát triển du lịch tại các khu vực nông thôn đó.

5.2. Vai trò của cơ quan Nhà nước cấp Trung ương

5.2.1. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch là cơ quan bao quát toàn bộ công tác du lịch, chịu trách nhiệm thực hiện “Chiến lược Phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (Số: 2473/QĐ-TTg)” và “Quy hoạch Tổng thể về Phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (Số: 201/QĐ-TTg)”. Những điều kỳ vọng vào Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch không chỉ là việc quản lý thực hiện các chính sách này, mà còn là sự phối hợp với các Bộ, ngành khác để xúc tiến kế hoạch phát triển du lịch nông thôn. Ví dụ như: Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn có quyền hạn phát triển nông thôn, quản lý các chương trình phát triển nông thôn mới; Chương trình Xóa đói giảm nghèo, Bộ Kế hoạch và Đầu tư phụ trách lập kế hoạch và điều phối ngân sách, Bộ Tài chính quản lý ngân sách v.v... Ngoài ra, còn có Bộ Tài nguyên và Môi trường quản lý môi trường và tài nguyên thiên nhiên của các khu vực nông thôn, Bộ Công thương liên quan đến việc khôi phục nghề truyền thống, Bộ Giáo dục và Đào tạo và Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội liên quan đến vấn đề giáo dục, các chương trình tập huấn v.v... Để các chương trình phát triển khu vực nông thôn, các chương trình đào tạo nhân lực, xây dựng cơ sở vật chất do các Bộ, ngành thực hiện được gắn liền một cách thiết thực với phát triển du lịch nông thôn, đòi hỏi phải có sự điều phối một cách hiệu quả từ lập kế hoạch đến phân bổ ngân sách.

5.2.2. Tổng cục Du lịch

(1) Ứng dụng Cẩm nang Phát triển Du lịch Nông thôn trong thực hiện Quy hoạch tổng thể và Chiến lược Phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

Tổng cục Du lịch là cơ quan chịu trách nhiệm thực hiện “Chiến lược Phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (Số: 2473/QĐ-TTg)” và “Quy hoạch Tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (Số: 201/QĐ-TTg)”. Chiến lược và Quy hoạch tổng thể nhấn mạnh vai trò của du lịch trong phát triển kinh tế xã hội, trong đó, phát triển kinh tế thông qua du lịch tại các địa phương và khu vực nông thôn là nhiệm vụ không thể thiếu để đạt được mục tiêu của Chiến lược và Quy hoạch tổng thể. Mong rằng, việc phát triển du lịch trên phạm vi 7 vùng du lịch đã phân chia cũng như việc lập kế hoạch cho các tỉnh thành do chính các tỉnh thành thực hiện sẽ được Tổng cục Du lịch quản lý với một trong những trọng tâm được đề cập tới du lịch nông thôn.

(2) Quy định và tiêu chuẩn dịch vụ du lịch

Như đã mô tả trong chương II, để có khả năng tiếp nhận du lịch tại các khu vực nông thôn đòi hỏi phải nâng cao chất lượng và tính an toàn v.v... Tổng cục Du lịch đã có quyết định bằng văn bản khuyến khích xây dựng nhà vệ sinh công cộng tại các điểm du lịch (Số 225/QL-TCDL, ngày 8/5/2012), và tiêu chuẩn cho nhà vệ sinh này đã được ban hành trên toàn quốc. Ngoài ra, Phiếu đánh giá cho dịch vụ homestay (Tiêu chuẩn nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê, số 217/QĐ-TCDL, ngày 15/6/2009, TCVN 7800:2009) cũng đã được quy định. Trong du lịch nông thôn, việc đáp ứng các tiêu chuẩn này còn có ý nghĩa nâng cao chất lượng dịch vụ và chất lượng nền tảng đáp ứng nhu cầu tiếp nhận du lịch, nên còn quan trọng hơn. Các Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các cơ quan liên quan tại các tỉnh thành cần quan tâm hơn về việc thực hiện theo tiêu chuẩn nói trên. Trong tương lai, sẽ cần đến chuẩn vệ sinh cho dịch vụ ăn uống, đăng ký và chứng nhận hướng dẫn viên địa phương tại các vùng nông thôn.

(3) Công nhận và xây dựng thương hiệu điểm du lịch nông thôn

Một phương pháp xây dựng thương hiệu điểm du lịch nông thôn để thu hút du khách là khu vực nông thôn đó được cả nước công nhận là “Điểm Du lịch Quốc gia”. Việc công nhận “Điểm Du lịch Quốc gia” được đề cập rõ ràng trong Luật Du lịch được quy định năm 2005 (Luật Du lịch, số 44/2005/QH 11, ngày 14/6/2005). Điển hình làng Đường Lâm, Hà Nội và làng Phước Tích, Thừa Thiên Huế giới thiệu trong chương III - “Một số điển hình thực tế”, số lượng khách du lịch tăng sau khi được công nhận là Di sản Văn hóa Quốc gia theo luật Bảo tồn Di sản Văn hóa. Các điển hình này cho thấy Di sản Văn hóa Quốc gia là một giấy căn cước giúp xây dựng thương hiệu cho địa phương. Tương tự như thế, một khu vực nông thôn sẽ có thương hiệu và thu hút được nhiều khách du lịch khi khu vực nông thôn đó được công nhận là “Điểm Du lịch Quốc gia”. Tuy nhiên, để được như thế, cần có tiêu chuẩn công nhận và các hạng mục đánh giá điểm du lịch quốc gia, cho nên phải nhanh chóng hoàn chỉnh cơ chế rõ ràng cho việc công nhận.

(4) Quảng bá để phát triển du lịch nông thôn

Tổng cục Du lịch có vai trò thực hiện quảng bá các điểm du lịch trong và ngoài nước. Trên trang web và các Tạp chí Du lịch của mình hoặc khi tham gia các hội chợ du lịch, Tổng cục Du lịch có thể quảng bá cho cả những điểm du lịch nông thôn, chứ không chỉ cho các điểm du lịch quan trọng.

5.2.3. Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch

(1) Nghiên cứu, khảo sát, lập chương trình phát triển du lịch nông thôn

Phát triển du lịch nông thôn nằm trong chiến lược và quy hoạch phát triển du lịch chung của Việt Nam và các địa phương. Thúc đẩy phát triển du lịch nông thôn là nhiệm vụ của các cơ quan Trung ương (trực tiếp là Tổng cục Du lịch) và các địa phương. Là cơ quan nghiên cứu của Tổng cục Du lịch, Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch cần đóng vai trò tiên phong trong việc nghiên cứu, khảo sát và lập chương trình phát triển du lịch nông thôn.

Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch là cơ quan chịu trách nhiệm phát hành cẩm nang này, đóng vai trò xúc tiến ứng dụng cẩm nang tại các nông thôn địa phương. Để áp dụng cẩm nang vào thực tiễn, đòi hỏi việc khảo sát để lập kế hoạch cho các nông thôn là ứng cử viên phát triển du lịch nông thôn đã liệt kê trong chương IV, và hoạch định các chương trình phát triển du lịch nông thôn cho nhiều vùng nông thôn khác. Để thực hiện các chương trình còn đòi hỏi ngân sách, vì thế các chương trình hoạch định nên ở cấp quốc gia, và phải thật cụ thể bao gồm cả phần xin hỗ trợ kinh phí.

(2) Hỗ trợ kỹ thuật cho các tỉnh thành địa phương trong việc hoạch định kế hoạch, hỗ trợ thực hiện phát triển du lịch nông thôn tại địa phương

Như đã mô tả trong chương II, khi phát triển du lịch nông thôn cần tuyển chọn đối tượng đầu tư phát triển, sau đó lập kế hoạch cho nông thôn được tuyển chọn đó. Việc lập kế hoạch và triển khai chủ yếu là do Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch các tỉnh và UBND các huyện, xã địa phương. Tuy nhiên, trách nhiệm đưa ra tư vấn lập kế hoạch của các địa phương là ở các nhà nghiên cứu thuộc Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, nên cần phải có kế hoạch đào tạo nhân lực để các nhà nghiên cứu có thể chỉ đạo xây dựng điểm du lịch nông thôn một cách thiết thực.

(3) Thu thập và phổ biến những bài học kinh nghiệm, những điển hình thực hiện tốt

Chương III trong cẩm nang này đã giới thiệu 7 điển hình phát triển du lịch nông thôn, nhưng ngoài ra còn rất nhiều loại du lịch nông thôn khác tại các vùng núi và các địa hình khác v.v... như liệt kê trong chương IV. Hy vọng bài học từ các khu vực phát triển du lịch nông thôn thành công, từ các khu vực chưa thành công được thu thập và phân tích, tích lũy thành kinh nghiệm và bài học để củng cố lại việc phát triển du lịch nông thôn tại những nơi đã thu hút được du khách cũng như để xây dựng các điểm du lịch nông thôn mới về sau.

5.3. Vai trò của chính quyền các tỉnh thành địa phương

5.3.1. Sở Văn hóa, thể thao và du lịch các tỉnh thành

(1) Lập kế hoạch phát triển du lịch nông thôn

Mong muốn các Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch các tỉnh thành địa phương tham khảo cẩm nang này để tiến hành công việc phát triển du lịch nông thôn tập trung vào các địa phương được liệt kê trong chương IV. Nếu khảo sát thêm, chúng ta sẽ phát hiện ra thêm những khu vực có tiềm năng du lịch cao ngoài 121 địa phương đề xuất trong chương IV. Hãy tham khảo các danh mục lập kế hoạch trong chương 2 của cẩm nang, khảo sát để tuyển chọn đối tượng phát triển, lập kế hoạch và tiến hành phát triển. Hơn nữa, đối với các khu vực đã có khách du lịch đến tham quan, hãy tham khảo các điển hình ở các địa phương khác để nâng cao thương hiệu điểm du lịch đó cho tốt hơn.

(2) Phân bổ các kinh phí cần thiết

Kinh phí cũng là một yếu tố không thể thiếu để thực hiện sự nghiệp phát triển nông thôn. Cụ thể là các kinh phí tập huấn để phát triển sản phẩm du lịch, kinh phí trang bị cơ sở hạ tầng củng cố cơ sở đáp ứng nhu cầu du lịch, xây dựng các chương trình quảng bá ra thị trường v.v... như đã giới thiệu trong chương II. Do đó, các Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch các tỉnh thành địa phương phải tiến hành đồng thời việc xây dựng kế hoạch có tính khả thi và phân bổ ngân sách cho các kế hoạch đó. Đặc biệt, để nâng cao chất lượng dịch vụ do người dân nông thôn cung cấp thì không thể không có các chương trình tập huấn kỹ thuật. Vì vậy, hãy phân bổ ngân sách hành chính đồng thời có kế hoạch kêu gọi hợp tác tài chính từ các công ty tư nhân, đảm bảo thực hiện đầy đủ các kế hoạch này.

(3) Hỗ trợ chứng nhận kinh doanh cho các dịch vụ du lịch

Các chứng chỉ và chứng nhận liên quan đến dịch vụ du lịch tại các khu vực nông thôn do các cơ quan liên quan trong các tỉnh thành địa phương đó cấp. Rất nhiều trường hợp người dân không hiểu biết các thủ tục để có những chứng nhận này, nên các Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch cần cung cấp thông tin và hỗ trợ liên quan đến thủ tục đối với người dân nông thôn khởi nghiệp kinh doanh du lịch. Các chứng nhận cần thiết có thể kể đến là Chứng nhận Kinh doanh Dịch vụ ăn uống, Chứng nhận Vệ sinh An toàn thực phẩm đối với đặc sản và quà quê, Chứng nhận đạt tiêu chuẩn homestay, Chứng nhận hướng dẫn viên địa phương v.v.

(4) Xúc tiến liên kết với công ty lữ hành

Như đã mô tả trong chương II, trong quy trình phát triển du lịch nông thôn có các bước cần sự hợp tác của các công ty du lịch như bước lập kế hoạch, phát triển sản phẩm du lịch, tiếp thị v.v... Phải có sự hợp tác này thì mới có thể xây dựng được điểm du lịch có tính cạnh tranh thị trường cao. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch đóng vai trò trung gian điều phối UBND các xã, người dân nông thôn và các công ty du lịch để đạt được sự hợp tác này.

(5) Quảng bá điểm du lịch nông thôn

Mong các tỉnh thành địa phương thực hiện quảng bá du lịch nông thôn một cách tích cực trong các hoạt động quảng bá du lịch của tỉnh mình. Đối với du lịch nông thôn, có nhiều trường hợp quảng bá điểm du lịch nông thôn đó một mình thì việc thu hút du khách không được hiệu quả, nên hãy đưa vào tour trọn gói cùng với các điểm du lịch chính trong tỉnh, hoặc làm dạng tour tùy chọn (option tour) cho khách du lịch thì sẽ kích thích nhu cầu hơn.

5.3.2. UBND và phòng Văn hóa - Thông tin huyện

(1) Vai trò của UBND huyện

Các cơ quan quản lý nhà nước cấp huyện có nhiệm vụ trực tiếp thúc đẩy phát triển du lịch nông thôn trong mối tương quan với các chương trình phát triển nông thôn khác tại địa phương. Việc này liên quan trực tiếp tới công tác lập kế hoạch, chỉ đạo thực hiện và giám sát các chương trình phát triển du lịch nông thôn tại địa phương.

Ở cấp độ huyện, đa số là thực hiện các hạng mục phát triển theo ngân sách tương ứng được phân bổ trực tiếp đến địa phương mình. Ví dụ như các chương trình xây dựng cơ sở hạ tầng nông thôn, Chương trình Hỗ trợ Người nghèo trong khuôn khổ Chương trình Phát triển Nông thôn mới (quyết định số 800/QĐ-TTg, ngày 4/6/2010), chương trình 134 (quyết định số 134/QĐ-TTg, ngày 20/7/2004) và chương trình 135 (quyết định số 07/QĐ-TTg, ngày 10/1/2006). Mong rằng chính quyền huyện sử dụng hiệu quả ngân sách xúc tiến sự nghiệp để việc hiệu quả từ các chương trình chính sách này cũng mang lại lợi ích, hỗ trợ cho du lịch nông thôn.

(2) Vai trò của phòng Văn hóa - Thông tin

Phòng Văn hóa - Thông tin chịu trách nhiệm về công tác Văn hóa và Du lịch cấp huyện. Vì thế, phòng Văn hóa - Thông tin được kỳ vọng là nơi nắm thông tin du lịch nông thôn và quảng bá ra bên ngoài, đặc biệt là cho các công ty du lịch.

5.3.3. Ủy ban Nhân dân xã

(1) Giáo dục ý thức, khuyến khích người dân tham gia vào du lịch

UBND xã là cơ quan hành chính có quyền hạn trực tiếp đến khu vực thực hiện phát triển du lịch nông thôn, có cơ hội tiếp xúc người dân và các nhóm người dân nhiều nhất. Như đã mô tả trong chương II, để thúc đẩy người dân tham gia vào du lịch thì việc đối thoại với người dân như đến thăm từng hộ, điều tra xã hội học, tổ chức họp với người dân v.v... là bước đầu tiên phải thực hiện. Hơn ai hết, chính cán bộ Ủy ban Nhân dân xã phụ trách quản lý nông thôn đối tượng phát triển du lịch đó sẽ là người đối thoại với người dân như nói trên, để giáo dục ý thức về phát triển du lịch cho người dân.

(2) Liên kết với các tổ chức quần chúng

Tại các xã, có các tổ chức quần chúng như Hội Phụ nữ, Đoàn Thanh niên, Hợp tác xã Nông nghiệp v.v... Như đã mô tả trong chương II, các tổ chức này có liên quan mật thiết đến du lịch nông thôn thông qua việc cung cấp các dịch vụ du lịch, ví dụ như Hội Phụ nữ cung cấp dịch vụ ăn uống v.v... Mong rằng UBND xã sẽ phát huy vai trò của mình trong việc thúc đẩy các tổ chức quần chúng tham gia vào các hoạt động du lịch, phát triển địa phương.

(3) Hỗ trợ thành lập Nhóm Quản lý và các bộ máy tổ chức khác

Như đã mô tả trong chương II và chương III, phát triển du lịch nông thôn đòi hỏi phải thành lập các tổ chức quản lý du lịch trong các nông thôn, trong đó có trường hợp tổ chức được thành lập mới như là một tổ chức hành chính, cũng có trường hợp tổ chức là sự kết hợp giữa chính quyền và người dân địa phương. UBND xã trực tiếp tiến hành việc thành lập tổ chức quản lý du lịch, hoặc trường hợp người dân đứng ra thành lập tổ chức thì UBND có cơ chế hỗ trợ.

(4) Phân bổ ngân sách trực tiếp thực hiện

UBND xã phải phân bổ ngân sách cần thiết để trang bị cơ sở hạ tầng, tổ chức các chương trình tập huấn dịch vụ du lịch, thảo luận với người dân v.v... liên quan đến đón tiếp khách du lịch. Ngoài ra, ngân sách cần thiết để lập kế hoạch phát triển du lịch nông thôn và thực thi các kế hoạch đó cũng trông chờ vào sự phân bổ của xã.

5.4. Hợp tác giữa các cơ quan hành chính và các doanh nghiệp, hiệp hội

5.4.1. Hợp tác với Hiệp hội Lữ hành Việt Nam (VISTA)

Một số hoạt động phát triển du lịch nông thôn như xây dựng tour du lịch đến nông thôn, tăng cường hiểu biết của các hướng dẫn viên công ty du lịch về du lịch nông thôn v.v... không thể thiếu sự hợp tác của VISTA, hiệp hội điều hành ngành du lịch. Ngoài ra, như đã nói đến trong chương II, để đánh giá tính cạnh tranh trên thị trường khi tuyển chọn điểm du lịch nông thôn, và trong cả quá trình phát triển du lịch, sự tư vấn và cả sự đầu tư cụ thể từ các công ty du lịch là hết sức cần thiết. Hơn thế, để thu hút nhiều khách du lịch đến với điểm du lịch nông thôn, sự đầu tư trang bị cơ sở vật chất của các công ty du lịch rất đáng kỳ vọng.

5.4.2. Hợp tác với các công ty du lịch

Mỗi công ty du lịch đều có thị trường khách mục tiêu riêng. Vì thế, trong quá trình phát triển du lịch nông thôn, việc lấy ý kiến của nhiều công ty du lịch rất quan trọng để nâng cao tính cạnh tranh thị trường của điểm du lịch sẽ phát triển. Nếu có công ty du lịch đã gửi khách đến các điểm du lịch lân cận thì sẽ rất tốt để kêu gọi họ hợp tác phát triển du lịch với địa bàn của mình.

Ngoài ra, hướng dẫn viên của công ty du lịch có vai trò quan trọng vì đã đưa khách du lịch đến và giới thiệu, hướng dẫn cho họ về nông thôn. Chính vì thế, cần phải cung cấp thông tin du lịch trong nông thôn cho hướng dẫn viên, đồng thời đề nghị công ty du lịch đào tạo các hướng dẫn viên để họ có thể hành nghề một cách có trách nhiệm với du lịch nông thôn.

Cũng như VISTA, có thể yêu cầu các công ty du lịch đầu tư trang bị các thiết bị cần thiết để đảm bảo thực hiện gửi khách du lịch đến cho điểm du lịch nông thôn.

5.5. Hợp tác giữa các cơ quan hành chính với các cơ quan liên quan khác

5.5.1. Các trường đại học, các trường nghiệp vụ liên quan đến ngành du lịch

Ngoài việc đào tạo nhân lực để phát triển du lịch, các trường đại học chuyên ngành du lịch còn có thể thực hiện điều tra đối với điểm du lịch nông thôn. Chương III trong cẩm nang này nêu 7 mô hình phát triển thực tế nhưng vẫn còn rất nhiều ứng cử viên cho du lịch nông thôn như liệt kê trong chương IV. Các phòng nghiên cứu tại các trường đại học chuyên ngành du lịch có thể khảo sát quy trình phát triển cho các điểm du lịch này, đánh giá tác động của nó về mặt kinh tế xã hội, từ đó đưa ra phương pháp phát triển, hiệu quả và các tác động v.v... trên quan điểm học thuật, phản ánh vào kế hoạch du lịch nông thôn mà trung ương và tỉnh địa phương sẽ lập.

Ngoài ra, các trường đại học và trường nghiệp vụ du lịch còn được cơ quan hành chính ủy thác việc giảng dạy trong các khóa tập huấn. Họ sẽ dạy kiến thức và kinh nghiệm cung cấp dịch vụ cho người dân và các nhóm người dân để nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch nông thôn.

5.5.2. Các công ty tư vấn du lịch

Có nhiều công ty tư vấn chuyên về du lịch. Công ty tư vấn có điểm mạnh về xây dựng kế hoạch và kỹ thuật phát triển du lịch. Cũng có nhiều công ty tư vấn có thể cung cấp các dịch vụ có tính kỹ thuật như đào tạo, huấn luyện. Vì thế, các cơ quan hành chính hãy cân nhắc ủy thác công việc khảo sát và lập kế hoạch cho các công ty tư vấn du lịch khi cần thiết.

5.5.3. Các cơ quan truyền thông

Các cơ quan truyền thông như truyền hình, báo chí v.v... đóng vai trò quảng cáo cho du lịch nông thôn. Truyền hình và báo chí chính là công cụ quảng cáo hiệu quả nhất về nét hấp dẫn của du lịch nông thôn cho đại chúng. Vì thế, các cơ quan hành chính hãy tận dụng sức mạnh của truyền thông, lập kế hoạch làm chương trình truyền hình và các phòng sự chuyên để về du lịch nông thôn.

5.5.4. Hợp tác với các tổ chức tài trợ nước ngoài, các tổ chức phi chính phủ

Các tổ chức tài trợ nước ngoài và các tổ chức phi chính phủ thực hiện nhiều chương trình phát triển tại các khu vực nông thôn. Không ít các tổ chức đang thực hiện các dự án về phát triển du lịch nông thôn, để sự hỗ trợ của các tổ chức nước ngoài này đến với địa phương một cách hiệu quả, các cơ quan hành chính phải tuyển chọn địa điểm dự án, hợp tác vào các quy trình phát triển, quan sát, đối ứng các khoản ngân sách mà phía Việt Nam cần thiết phải phân bổ.

Ngoài ra, Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch và các trường đại học du lịch phải thu thập phương pháp phát triển, hiệu quả và các bài học rút ra từ các dự án du lịch nông thôn mà các tổ chức tài trợ nước ngoài, các tổ chức phi chính phủ đã thực hiện.

Chương VI:

Mở rộng phát triển du lịch nông thôn



6.1. Từ việc sử dụng cẩm nang

Cẩm nang đã giải thích về du lịch nông thôn, phương pháp và quy trình phát triển du lịch nông thôn, báo cáo 7 điển hình thực tế đã thực hiện tại Việt Nam, liệt kê danh sách các điểm du lịch nông thôn trên toàn Việt Nam và vai trò của các cơ quan hữu quan trong sự nghiệp phát triển du lịch nông thôn. Mục đích của cẩm nang, như đã đề cập trong chương I, là để những người phụ trách phát triển du lịch nông thôn trong các cơ quan quản lý sử dụng làm tài liệu tham khảo trong quá trình thực hiện công việc. Do đó, hi vọng rằng cẩm nang này sẽ được sử dụng như tài liệu tham khảo khi hoạch định kế hoạch và thực hiện phát triển du lịch nông thôn. Đặc biệt, trong chương II, tác giả có giải thích các quy trình phát triển trong phát triển du lịch nông thôn thành 6 bước. Các bạn hãy tham khảo những hoạt động cần thiết, những điểm lưu ý trong từng bước để giúp ích cho việc phát triển du lịch tại các vùng nông thôn. Chương III là nội dung hoạt động đã thực hiện thực tế tại 7 nông thôn, bộ máy hành chính, cơ chế quản lý tại đó, các bạn hãy tham khảo quá trình và các phương pháp được tiến hành tại các nông thôn khác của Việt Nam để đưa vào các nội dung cần thiết để phát triển du lịch nông thôn tại các khu vực. Chương IV đề cập đến tổng số 121 điểm du lịch nông thôn có tại các tỉnh thành trên khắp Việt Nam, nhưng trong đó có nhiều điểm gặp khó khăn trong quá trình phát triển, cũng có nhiều điểm việc phát triển chưa thực sự bắt đầu. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch các tỉnh thành và Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch xem xét phương pháp phát triển du lịch và các hạng mục đầu tư cụ thể cho các nông thôn này để việc phát triển du lịch tại đó cũng sớm được cụ thể hóa và đi vào thực hiện.

6.2. Tới việc mở rộng các phương pháp phát triển du lịch nông thôn

Cẩm nang này đã giới thiệu phương pháp phát triển từng điểm du lịch nông thôn, nhưng để mở rộng thêm tầm nhìn phát triển, một số phương pháp phát triển du lịch nông thôn có liên quan được giới thiệu thêm.

6.2.1. Liên kết nhiều nông thôn để phát triển cụm du lịch nông thôn

Đối với du lịch nông thôn, nếu giao thông đi lại không thuận tiện thì chỉ với một vùng nông thôn sẽ rất khó thu hút du khách. Trường hợp này, phương pháp được nghĩ đến là liên kết nhiều điểm du lịch nông thôn, hoặc tạo ra nhiều gói tour kết hợp giữa nhiều điểm du lịch. Nhiều khu vực nông thôn tập trung lại tạo hình ảnh hấp dẫn như “chùm nho” thay vì một “trái nho”, phương pháp này gọi là cụm du lịch nông thôn. Tuy nhiên, phương pháp này có điều kiện kèm theo, đó là phải nâng cấp giao thông đi lại giữa các điểm du lịch nông thôn. Ngoài ra, các điểm nông thôn trong “cụm” không được giống nhau mà phải tạo sự khác biệt và quảng bá đặc trưng tài nguyên du lịch cho từng nông thôn.

Ví dụ, trong chương IV đề cập đến tỉnh Hà Giang đang tập trung phát triển du lịch nông thôn tại 11 điểm. Nếu “cụm” hóa 11 nông thôn này, kết nối chúng lại thì nhiều khả năng sẽ hình thành được một điểm du lịch nông thôn có sức hấp dẫn lớn. Ngoài ra, cũng có phương pháp phát triển một nhóm các điểm du lịch nông thôn thuộc phạm vi nhiều tỉnh. Trường hợp này, cần lưu ý đến vị trí của các điểm du lịch nông thôn trong kế hoạch phạm vi rộng theo Quy hoạch Tổng thể Phát triển Du lịch đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (số 201/QĐ-TTg) khi tiến hành phát triển toàn cụm.

6.2.2. Hình thành cụm ngành nghề nông thôn từ nông lâm nghiệp - dịch vụ ăn uống - du lịch

Đây là phương pháp tạo thành cụm giữa ngành nghề và ngành nghề, cụ thể là “nông lâm nghiệp”, “dịch vụ ăn uống” và “du lịch”. Ở nông thôn, ngoài ngành du lịch còn có lâm nghiệp, nông nghiệp, các nghề truyền thống kế tục từ xa xưa. Ngành du lịch có thể lôi kéo khách du lịch đến nông thôn, nên có thể tạo ra cơ hội kinh doanh nhiều loại sản phẩm nông sản ngay trong nông thôn. Vì thế, nếu phát triển các sản phẩm nông sản có chất lượng cao thì đây chính là cơ hội tốt để xúc tiến buôn bán sản phẩm, tăng lợi nhuận.

Ví dụ một nông thôn mạnh về trồng trái cây, nếu tại địa phương đó có thể sản xuất được các mặt hàng gia công như rượu hoặc bánh, kẹo làm từ trái cây thì có thể cung cấp như là dịch vụ ăn uống trong địa phương đó, và nếu có thể sản xuất được các sản phẩm có thể bảo quản lâu hơn thì sẽ có được cơ hội bán như quà đặc sản cho du khách. Trường hợp một nông thôn mạnh về sản xuất rau và chè thì có thể bán chè và các mặt hàng gia công từ rau, ngoài ra nếu có thể cung cấp như một dịch vụ ăn uống trong nhà hàng ở nông thôn thì không chỉ góp phần làm đa dạng hóa sản phẩm mà còn tạo công việc, nâng cao thu nhập cho các đối tượng liên quan nữa. Ngoài ra, nếu xây dựng được địa điểm trưng bày và bán hàng nông sản thì sẽ tăng điểm tham quan và hoạt động giải trí cho du khách.

Phương pháp này được kỳ vọng là đem lại hiệu quả theo cấp số nhân cho các ngành nhờ sự kết nối phát triển các ngành với nhau.

6.2.3. Du lịch nông thôn thúc đẩy chương trình giáo dục thông qua sự giao lưu giữa đô thị và nông thôn

Những năm gần đây, tại những vùng phụ cận Hà Nội, có thể thấy hình ảnh khách du lịch là gia đình, sử dụng những ngày cuối tuần hoặc ngày lễ để tham quan các khu vực nông thôn, tìm hiểu về đời sống nông thôn hoặc học cách thực hiện các thao tác nông nghiệp truyền thống. Gần đây, trong chương trình giáo dục của một số trường tại Hà Nội cũng bắt đầu có chương trình tham quan khu vực nông thôn, mở ra triển vọng các điểm du lịch nông thôn trở thành nơi “học tập” thông qua tìm hiểu và dã ngoại với mục đích giải trí tại vùng nông thôn. Tại nông thôn mọi người có thể tìm thấy không khí trong lành, thức ăn, phong cảnh, sự giao lưu với nông dân v.v..., những thứ họ không thể cảm nhận được ở thành phố. Chúng ta hãy làm cho nông thôn ngày càng trở thành địa điểm quan trọng đối với toàn thể người dân Việt Nam.

■ Chịu trách nhiệm xuất bản

Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, Tổng cục Du lịch Việt Nam
Cơ quan Hợp tác Quốc tế Nhật Bản (JICA)

■ Đồng chủ biên

Hà Văn Siêu Viện trưởng Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch,
Tổng cục Du lịch Việt Nam
Ando Katsuhiro, Chuyên gia Phát triển Du lịch,
Cơ quan Hợp tác Quốc tế Nhật Bản (JICA)

■ Các tác giả

Chương 1, 2, 3, 4, 5, 6 (trừ phần 3.7, 3.8)

Ando Katsuhiro Chuyên gia Phát triển Du lịch,
Cơ quan Hợp tác Quốc tế Nhật Bản (JICA)

Chương 3.7

Otsuki Nobuko Đại diện tại Việt Nam, Tổ chức Cứu trợ Phát triển Quốc tế.
Okiyama Naomi Quản lý Dự án, Tổ chức Cứu trợ Phát triển Quốc tế.

Chương 3.8

Nguyễn Bảo Thoa Viện Nghiên cứu Phát triển Ngành nghề Nông thôn Việt Nam
Lê Bá Ngọc VIETCRAFT

■ Cố vấn biên tập

Yamamoto Satoshi (Văn phòng JICA Việt Nam)
Phạm Hồng Long Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân Văn –
Đại học Quốc gia Hà Nội
Phạm Trương Hoàng Đại học Kinh tế Quốc dân
Vũ Nam Tổng cục Du lịch Việt Nam

■ Biên tập

Nguyễn Hoàng Mai (nghiên cứu viên, Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch)
Huỳnh Thị Thủy Tiên (nhân viên chuyên gia JICA)
Nguyễn Hằng Nga (nhân viên chuyên gia JICA)
Đỗ Thanh Huyền (nhân viên chuyên gia JICA)

■ Hợp tác biên tập

Nguyễn Thị Thu Lê (Văn phòng JICA Việt Nam)
Kaneko Yuichi (JICA, JOCV)
So Haruka (JICA, JOCV)
Yoshimoto Yasuyuki (JICA, JOCV)

Tomoda Hiromichi (Trường Đại học Nữ Chiêu Hòa)
Mark Chang (Trường Đại học Nữ Chiêu Hòa)
Suzuki Hiromi (Trường Đại học Nữ Chiêu Hòa)
Tomoda Yoshi (Trường Đại học Nữ Chiêu Hòa)
Narumi Yoshihiro (Trường Đại học Nữ Chiêu Hòa)
Ejima Akiyoshi (Trường Đại học Nữ Chiêu Hòa)
Kobayashi Akiko (Trường Đại học Nữ Chiêu Hòa)
Mizokami Yoshihiro (Trường Đại học Nữ Chiêu Hòa)
Kogo Chisato (Trường Đại học Kurashiki Sakuyo)
Fukukawa Yuichi (Trường Đại học Chiba)
Kato Eiichi (Trường Đại học Tokai)
Oguni Haruo (Thành phố Ota)
Nguyễn Văn An (Phó trưởng Ban Quản lý Di tích Đường Lâm)
Phùng Quang Thắng (Trường phòng Đầu tư và Phát triển, Tổng Công ty Du lịch Hà Nội)
Nguyễn Thành Vạn (Trường phòng Văn hóa – Thông tin huyện Ninh Giang, tỉnh Hải Dương)
Phan Tiến Dũng (Giám đốc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế)
Trần Viết Lực (Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế)
Trần Quang Hào (Đại diện Huế Tourist)
Nguyễn Hồng Thắng (Giám đốc Ban Quản lý Kiến trúc Nghệ thuật làng Phước Tích)
Nguyễn Mậu Hòa (Trường Ban Quản lý du lịch Thanh Toàn)
Nguyễn Tấn Phong (Phó Giám đốc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Tiền Giang)
Dương Văn Phương (Phó Chủ tịch Ủy ban Nhân dân xã Đông Hòa Hiệp)
Phạm Thị Như (Phó chủ tịch Ủy ban nhân dân huyện Nam Giang)
Trần Thị Thu Oanh (Tổ chức Cứu trợ/ Phát triển Quốc tế)
Nguyễn Lê Hồng Phúc (Tổ chức Cứu trợ/ Phát triển Quốc tế)
Văn Thị Mỹ Yến (Tổ chức Cứu trợ/ Phát triển Quốc tế)

■ Cộng đồng dân cư địa phương

Dương Thị Lan (Chủ nhà hàng, làng Đường Lâm, Hà Nội)
Nguyễn Văn Hùng (Chủ nhà hàng, làng Đường Lâm, Hà Nội)
Cao Văn Hiến (Chủ xưởng sản xuất kẹo tại Đường Lâm, Hà Nội)
Nguyễn Văn Chương (Phó trưởng Phường Múa rối nước Hồng Phong)
Nguyễn Bá Trung (Thợ thủ công làng Phước Tích, tỉnh Thừa Thiên Huế)
Phan Thị Hồng Thanh (Trưởng nhóm Ẩm thực làng Phước Tích, tỉnh Thừa Thiên Huế)
Lương Thanh Hiến (Thành viên của nhóm Gốm Phước Tích, tỉnh Thừa Thiên Huế)
Trần Thị Trang (Đại diện hộ gia đình cung cấp dịch vụ trải nghiệm làm bánh Tét, làng Thanh Toàn, tỉnh Thừa Thiên Huế)
Trần Duy Chiến (Đại diện nhóm dịch vụ thuyền, làng Thanh Toàn, tỉnh Thừa Thiên Huế)
Lê Thị Chính (Chủ nhà cổ ông Kiệt, xã Đông Hòa Hiệp, tỉnh Tiền Giang)
Phan Ba Đức (Chủ cơ sở homestay Ba Đức, xã Đông Hòa Hiệp, tỉnh Tiền Giang)
Huỳnh Thị Thanh Trúc (Chủ nhà hàng, xã Đông Hòa Hiệp, tỉnh Tiền Giang)
Van Thi My Yen (Tổ chức Cứu trợ và Phát triển Quốc tế (FIDR))

■ Sự hỗ trợ của các cơ quan

Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Điện Biên
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Hòa Bình
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Lai Châu
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Phú Thọ
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Lào Cai
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Hà Giang
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Bắc Kạn
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Thái Nguyên
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Lạng Sơn
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Bắc Giang
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Vĩnh Phúc
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Bắc Ninh
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Hải Dương
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Thái Bình
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Ninh Bình
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch thành phố Hải Phòng
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Quảng Ninh
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch thành phố Hà Nội
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Thanh Hóa
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Nghệ An
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Hà Tĩnh
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Quảng Trị
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch thành phố Đà Nẵng
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Quảng Ngãi
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Phú Yên
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Ninh Thuận
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Bình Thuận
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Quảng Nam
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Kon Tum
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Gia Lai
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đắk Lắk
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đồng Nai
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Bình Dương
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Bình Phước
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Long An
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đồng Tháp
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh An Giang
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Tiền Giang
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Hậu Giang
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch thành phố Cần Thơ
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Kiên Giang
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Cà Mau
Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu
Ủy ban Nhân dân huyện Nam Giang, tỉnh Quảng Nam

■ Hợp tác thiết kế

Iwamoto Nodoka

MORE Production Vietnam (Katsu Megumi, Lê Thị Thu Hiền)