

ĐẠI HỌC TÂN TRÀO

KỶ YẾU HỘI THẢO QUỐC TẾ  
**DU LỊCH LÂM BÌNH, TUYÊN QUANG**  
TIỀM NĂNG, THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP



NHÀ XUẤT BẢN KHOA HỌC VÀ KỸ THUẬT

## **BAN CHỈ ĐẠO TỔ CHỨC HỘI THẢO**

**PGS. TS. Nguyễn Bá Đức**, *Hiệu trưởng Trường Đại học Tân Trào*

**ThS. Nguyễn Văn Dũng**, *Chủ tịch Ủy ban nhân dân huyện Lâm Bình*

**PGS. Preecha Thammavintorn**, *Hiệu trưởng Trường Đại học Sakon Nakhon Rajabhat, Thái Lan*

**Nguyễn Văn Hiền**, *Phó Chủ tịch Ủy ban nhân dân huyện Lâm Bình*

**TS. Nguyễn Khải Hoàn**, *Phó Hiệu trưởng Trường Đại học Tân Trào*

**TS. Trần Thị Lệ Thanh**, *Phó Hiệu trưởng Trường Đại học Tân Trào*

## **HỘI ĐỒNG BIÊN SOẠN**

**TS. Nguyễn Khải Hoàn**, *Phó Hiệu trưởng Trường Đại học Tân Trào*

**TS. Trần Thị Lệ Thanh**, *Phó Hiệu trưởng Trường Đại học Tân Trào*

**PGS. TS. Kanjana Vongsawat**, *Phó Hiệu trưởng Trường Đại học Sakon Nakhon Rajabhat, Thái Lan*

**PGS. TS. Sirilak Sriphachan**, *Phụ trách Trung tâm Ngôn ngữ và Hợp tác quốc tế, Trường Đại học Sakon Nakhon Rajabhat, Thái Lan*

**TS. Cao Tuấn Anh**, *Trưởng Phòng Quản lý khoa học và Hợp tác Quốc tế*

**ThS. Đỗ Hải Yến**, *Phó Trưởng Phòng Quản lý khoa học và Hợp tác Quốc tế*

**ThS. Hoàng Thị Ngọc Hà**, *Phòng Quản lý khoa học và Hợp tác Quốc tế*

**TS. Vũ Quỳnh Loan**, *Trưởng phòng Đào tạo*

**TS. Phạm Thị Kiều Trang**, *Trưởng Khoa Kinh tế & Quản trị kinh doanh*

**TS. Nguyễn Thị Hải**, *Trưởng Khoa Nông, Lâm, Ngư nghiệp*

**TS. Hà Mỹ Hạnh**, *Trưởng Khoa Tâm lý giáo dục và Công tác xã hội*

**TS. Đoàn Thị Cúc**, *Phó Trưởng Khoa Giáo dục Tiểu học*

**ThS. Trần Thị Lâm Huyền**, *Khoa Văn hóa - Du lịch*

**ThS. Hoàng Thị Thu Dung**, *Phó Trưởng Phòng Quản lý sinh viên*

**TS. Nguyễn Thị Bích Hường**, *Trưởng Khoa Khoa học Cơ bản*

**ThS. Lê Thị Thu Hà**, *Trưởng Phòng Thanh tra - Pháp chế*

**ThS. Nguyễn Văn Giáp**, *Giám đốc Trung tâm THTN&CGKHCN*

**TS. Lê Kim Anh**, *Giám đốc Trung tâm Thông tin - Thư viện*

**ThS. Hoàng Thị Thê**, *Khoa Văn hóa - Du lịch*

**ThS. Trương Thị Hoài Linh**, *Phó Trưởng Phòng Đào tạo*

**ThS. Nguyễn Mai Chinh**, *Phòng Quản lý khoa học và Hợp tác quốc tế*

## LỜI NÓI ĐẦU

Từ nhiều năm nay, Tuyên Quang là một tỉnh có tiềm năng lớn về du lịch, luôn xác định du lịch là một ngành Kinh tế quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh, góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống của cộng đồng nhân dân các dân tộc tỉnh Tuyên Quang, trong đó có huyện Lâm Bình. Nhân dịp kỷ niệm 60 năm xây dựng và phát triển, được sự đồng ý của Ủy ban nhân dân tỉnh Tuyên Quang, Trường Đại học Tân Trào phối hợp với Ủy ban nhân dân huyện Lâm Bình và Trường Đại học Hoàng gia Sakon Nakhon (Thái Lan) tổ chức Hội thảo quốc tế “*Du lịch Lâm Bình - Tuyên Quang: Tiềm năng, thực trạng và giải pháp*”.

Hội thảo được tổ chức để các nhà khoa học, quản lý trong và ngoài nước trao đổi, thảo luận các vấn đề, những bài học kinh nghiệm về phát triển du lịch gắn với bảo vệ tài nguyên, môi trường, cải thiện phúc lợi của người dân, phát huy lợi thế của các di sản văn hóa, lịch sử và thế mạnh của địa phương, qua đó tìm ra các giải pháp phát triển du lịch tại tỉnh Tuyên Quang nói chung và huyện Lâm Bình nói riêng. Ban biên soạn đã nhận được trên 220 báo cáo đăng ký tham gia hội thảo. Các báo cáo gửi đến Hội thảo đều có các ý kiến trao đổi, đề xuất, đóng góp riêng; thể hiện rõ cách nhìn sâu rộng, kinh nghiệm và tâm huyết của các nhà khoa học, quản lý về du lịch và phát triển du lịch ở mỗi quốc gia, địa phương. Căn cứ vào nội dung và tiêu chí của Hội thảo, Ban biên soạn đã lựa chọn 98 bài báo cáo toàn văn trong kỷ yếu, các báo cáo còn lại sẽ được xem xét và chuyển đăng trong các ấn phẩm phù hợp. Cuốn kỷ yếu “*Du lịch Lâm Bình - Tuyên Quang: Tiềm năng, thực trạng và giải pháp*” được biên soạn gồm hai nhóm vấn đề chính:

*Phần I: Phát triển du lịch Lâm Bình: Tiềm năng, thực trạng và giải pháp.*

*Phần II: Du lịch Tuyên Quang và bài học kinh nghiệm từ các quốc gia, địa phương khác.*

Trong quá trình hoàn thành kỷ yếu, Ban biên soạn đã nhận được sự tham gia đóng góp ý kiến của nhiều nhà khoa học trong, ngoài nước đã tham gia đọc bài, phản biện giúp hoàn thành cuốn kỷ yếu này. Tuy nhiên do điều kiện thời gian và địa lý, do khuôn khổ cuốn kỷ yếu có hạn, nên việc biên soạn kỷ yếu khó tránh khỏi những thiếu sót, hạn chế, rất mong nhận được các ý kiến đóng góp và sự cảm thông của các tác giả và quý độc giả quan tâm để lần xuất bản sau được tốt hơn.

Xin trân trọng cảm ơn!

**BAN BIÊN SOẠN**



## MỤC LỤC

Lời nói đầu.....	3
Mục lục.....	5
<b>Phần I. PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÂM BÌNH: TIỀM NĂNG, THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP</b>	
<b>Những vấn đề cơ bản cho du lịch Lâm Bình phát triển.....</b>	<b>15</b>
<i>Dương Văn Sáu</i>	
<b>Tiềm năng du lịch Lâm Bình - Tuyên Quang: di tích Tiên, Sơ sử và tôn giáo.....</b>	<b>23</b>
<i>Trịnh Sinh</i>	
<b>Determination of condition factors with assessing indicators in community tourism development of Lam Binh, Tuyen Quang.....</b>	<b>34</b>
<i>Bui Xuan Nhan, Nguyen Thi Quynh Huong</i>	
<b>Bài học kinh nghiệm phát triển du lịch nông nghiệp trên địa bàn huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang.....</b>	<b>42</b>
<i>Tô Ngọc Thịnh</i>	
<b>Phát triển du lịch bền vững tại Lâm Bình tỉnh Tuyên Quang trong bối cảnh hiện nay.....</b>	<b>52</b>
<i>Trần Mai Ước</i>	
<b>Phát triển du lịch nhằm xóa đói giảm nghèo ở huyện Lâm Bình, Tuyên Quang.....</b>	<b>58</b>
<i>Nguyễn Thị Nguyên Hồng</i>	
<b>Những yếu tố ảnh hưởng đến thu hút khách du lịch của huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang.....</b>	<b>68</b>
<i>Nguyễn Xuân Thiên, Nguyễn Khải Hoàn, Hoàng Thị Thu Giang</i>	
<b>Hiện thực hóa tiềm năng để phát triển du lịch cộng đồng ở huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang.....</b>	<b>80</b>
<i>Nguyễn Thị Hạnh</i>	
<b>Truyền thông về du lịch Lâm Bình bằng mạng xã hội, thực trạng và giải pháp.....</b>	<b>92</b>
<i>Vũ Quỳnh Loan, Lê Hồng Mai</i>	
<b>Xây dựng thí điểm hai trang mạng xã hội nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông về du lịch Lâm Bình.....</b>	<b>102</b>
<i>Đình Quang Mạnh</i>	
<b>Potential of community - based ecotourism in Na Hang - Lam Binh nature reserve.....</b>	<b>114</b>
<i>Nguyen Khoa Huy</i>	

<b>Phát triển bền vững thông qua du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng bản địa: nghiên cứu trường hợp điểm đến Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang</b> .....	121
<i>Đào Minh Ngọc, Hoàng Thị Lan Hương, Mai Hiên</i>	
<b>Sự hấp dẫn và độc đáo của loại hình du lịch homestay ở Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang</b> .....	130
<i>Vũ Trà Giang, Trần Toàn Trung</i>	
<b>Phát triển du lịch cộng đồng ở huyện Lâm Bình trong sử dụng nguồn lực địa phương</b> .....	138
<i>Đỗ Việt Hà</i>	
<b>Xây dựng hình ảnh điểm đến du lịch Lâm Bình</b> .....	146
<i>Đỗ Trần Phương - Phạm Hải Yến</i>	
<b>Tiềm năng du lịch sinh thái - cộng đồng tại huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang: thực tiễn khai thác và vấn đề đặt ra</b> .....	152
<i>Lưu Ngọc Thành</i>	
<b>Khai thác nét đặc sắc về văn hóa của dân tộc Pà Thẻn nhằm góp phần phát triển du lịch dựa vào cộng đồng ở huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang</b> .....	164
<i>Phạm Thị Phương Thái, Hoàng Thị Phương Nga</i>	
<b>Xây dựng hệ thống động lực thúc đẩy nhân tố chủ quan trong phát huy di sản văn hóa gắn với phát triển du lịch ở Lâm Bình hiện nay</b> .....	173
<i>Trần Quang Huy</i>	
<b>Tác động của hội nhập liên vùng trong phát triển bền vững du lịch Lâm Bình - Tuyên Quang hiện nay</b> .....	186
<i>Đinh Văn Thành</i>	
<b>The outstanding role of developing homestay and cuisine to increase the income for local people in Lam Binh - Tuyen Quang</b> .....	194
<i>Pham Do Trang Minh, Nguyen Thi Ngan</i>	
<b>Vai trò của cộng đồng địa phương trong hoạt động du lịch cộng đồng ở huyện Lâm Bình, Tuyên Quang - từ lý luận, kinh nghiệm phát triển và những đề xuất nghiên cứu</b> .....	202
<i>Bùi Thị Hoa</i>	
<b>Đánh giá của du khách về một số yếu tố ở các điểm du lịch, kinh nghiệm cho phát triển du lịch ở Lâm Bình, Tuyên Quang (Kết quả khảo sát ở ba tỉnh, thành phố Lào Cai, Đà Nẵng và Tiền Giang)</b> .....	212
<i>Trần Thị Hiên, Vũ Hoa Ngọc</i>	

<b>Farmstay: Bringing the economic benefits of tourism to Lam Binh's local community</b> .....	225
<i>Ngan Nguyen Thi, Dao Dang Thi Hong</i>	
<b>Phát triển du lịch ở Lâm Bình, Tuyên Quang cần theo lộ trình quen mà lạ</b> .....	234
<i>Chử Thị Thu Hà</i>	
<b>Tiềm năng và định hướng phát triển du lịch sinh thái cộng đồng bền vững tại khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang - Lâm Bình</b> .....	245
<i>Nguyễn Thị Hồng Miên</i>	
<b>Potential and situation of community tourism development in Lam Binh district, Tuyen Quang province</b> .....	254
<i>Ta Thị Thanh Huyền</i>	
<b>Du lịch cộng đồng tại Lâm Bình, Tuyên Quang - thực trạng và giải pháp phát triển</b> .....	261
<i>Hoàng Thị Lan</i>	
<b>Phát triển nguồn nhân lực du lịch Lâm Bình - Tuyên Quang: Bài học từ thực tiễn phát triển nguồn nhân lực du lịch của một số tỉnh trong nước và quốc tế</b> .....	277
<i>Chu Việt Cường, Chu Thị Thùy Phương</i>	
<b>Khai thác và phát huy nghệ thuật biểu diễn của dân tộc Tày phục vụ cho phát triển du lịch cộng đồng huyện Lâm Bình hiện nay</b> .....	287
<i>Triệu Thị Nhất</i>	
<b>Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - cơ hội và thách thức</b> .....	297
<i>Nguyễn Thị Kim Ngân</i>	
<b>Nâng cao văn hóa ứng xử của người dân địa phương trong hoạt động du lịch ở huyện Lâm Bình</b> .....	308
<i>Phạm Lê Trung, Phạm Thị Hải Yến, Nguyễn Văn Bộ</i>	
<b>Phát triển du lịch cộng đồng vùng đồng bào dân tộc thiểu số xã Thượng Lâm, huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang, tiềm năng và giải pháp</b> .....	322
<i>Hoàng Thị Thu Dung</i>	
<b>Thực hiện Nghị quyết số 08 - NQ/TW của Bộ Chính trị về du lịch trong phát triển du lịch Lâm Bình - Tuyên Quang</b> .....	329
<i>Nguyễn Thị Hiếu</i>	
<b>Training, fostering human resources for the community ecotourism: proposed lessons learned for Lam Binh district, Tuyen Quang province</b> .....	336
<i>Pham Hoang Tu Linh, Ali Sorayyaei Azar</i>	

<b>Nâng cao hiệu quả sử dụng nhà ở truyền thống người Tày phục vụ cho hoạt động du lịch cộng đồng huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang</b> .....	345
<i>Hoàng Thị Thê</i>	
<b>Cultural tourism in Lam Binh - potentials and advertising ways to attract tourists</b> .....	351
<i>Bui Thi Lan</i>	
<b>Sustainable tourism development in Lam Binh district - Tuyen Quang province: opportunities and challenges</b> .....	358
<i>Dao Dang Thi Hong</i>	
<b>Các nhân tố tạo nên sự thu hút du khách đến với Lâm Bình - Tuyên Quang</b> .....	367
<i>Hà Thị Phương Dung</i>	
<b>Ý định quay lại của du khách khi đến khu du lịch sinh thái Lâm Bình - Tuyên Quang</b> .....	378
<i>Phạm Văn Chinh</i>	
<b>Đề xuất một số giải pháp phát triển du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang</b> .....	386
<i>Lý Thị Thu</i>	
<b>Phát triển du lịch homestay gắn với bảo tồn bản sắc văn hóa dân tộc ở huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang</b> .....	393
<i>Đàm Thị Thanh Thủy, Nguyễn Phương Thảo</i>	
<b>Bảo tồn ngôn ngữ dân tộc Tày gắn liền với phát triển du lịch cộng đồng tại huyện Lâm Bình</b> .....	403
<i>Hà Thị Chuyên</i>	
<b>Những thuận lợi và khó khăn trong phát triển du lịch văn hóa huyện Lâm Bình - tỉnh Tuyên Quang</b> .....	408
<i>Bùi Thị Hồng Thoa</i>	
<b>Phát triển không gian du lịch Lâm Bình - Na Hang, tỉnh Tuyên Quang</b> .....	421
<i>Phạm Thị Minh Nguyệt, Dương Thu Hà, Nông Thị Phương Thu, Nguyễn Thị Thanh Thảo</i>	
<b>Cơ sở lý luận về du lịch cộng đồng và tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng ở huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang</b> .....	429
<i>Lê Thị Hồng Gái</i>	
<b>Tiềm năng, thực trạng và định hướng giải pháp phát triển du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang</b> .....	438
<i>Bùi Thị Kim Phương</i>	
<b>Đánh thức tiềm năng du lịch ở Lâm Bình</b> .....	450
<i>Nguyễn Thị Bích Hương, Nguyễn Quý Hoài</i>	



*Phần II.* **DU LỊCH TUYÊN QUANG VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM TỪ CÁC QUỐC GIA, ĐỊA PHƯƠNG KHÁC**

<b>The cultural capital of the indigo dyed textiles community of Phu Tai ethnic group for the development of creative tourism communities</b> .....	459
<i>Nilobol Phuraya, Pokkasina Chathiphot (Corresponding authors), Pannawadee Srikhao, Yanika Saensuriwong, Kanyarat Masaengsom</i>	
<b>Promoting Tourism Destinations via Thai Television Drama</b> .....	480
<i>Sirilak Sriphachan</i>	
<b>Chùa Phúc Lâm và một số vấn đề lịch sử văn hóa</b> .....	489
<i>Trần Anh Dũng</i>	
<b>Localized tourism products and building competitiveness of Binh Thuan tourism in the context of integration</b> .....	501
<i>Hoang Thanh Liem</i>	
<b>Some solutions to attract investment capital for tourism of Tuyen Quang province</b> .....	511
<i>Do Thi Thuy Phuong, Nguyen Thu Ha, Tran Dinh Tuan</i>	
<b>Provincial government management in developing community based tourism - case study in Son La province</b> .....	516
<i>Bui Xuan Nhan, Tran Thu Phuong</i>	
<b>Phát triển du lịch sinh thái cộng đồng tại các cộng đồng tộc người thiểu số ở tỉnh Tuyên Quang - những vấn đề lưu ý nhằm đảm bảo phát triển bền vững</b> .....	527
<i>Nguyễn Anh Tuấn</i>	
<b>Magnetite extraction in selected communities in Northern Luzon: Its aftermath on economic and tourism development</b> .....	534
<i>Luzviminda P. Relon</i>	
<b>Knowledge and practices on climate change among NSTP students in the university of Northern Philippines</b> .....	545
<i>Corazon G. Pardo, Larry P. Mendoza</i>	
<b>Developing tourism in order to enhance comparative capability, the case of Tien Giang destination</b> .....	560
<i>Nguyen Thanh Vuong, Huynh Thanh Hieu</i>	
<b>Du lịch cộng đồng tại thành phố Cần Thơ tiềm năng, thực trạng, giải pháp</b> .....	566
<i>Đào Ngọc Cảnh</i>	
<b>Phát triển du lịch sinh thái ở Tuyên Quang</b> .....	576
<i>Ngô Văn Hà</i>	

<b>Exploiting local knowledge in ecotourism development of the Tuyen Quang province</b> .....	586
<i>Nguyen Thi Que Loan</i>	
<b>Phát triển du lịch Lào Cai và bài học kinh nghiệm cho Tuyên Quang</b> .....	592
<i>Tô Đức Hạnh</i>	
<b>Một số kinh nghiệm phát triển du lịch địa phương của Nhật Bản và gợi ý cho Lâm Bình, Tuyên Quang</b> .....	605
<i>Phan Cao Nhật Anh</i>	
<b>Phát triển khu du lịch sinh thái Na Hang, thị trấn Na Hang, tỉnh Tuyên Quang trong Cách mạng công nghiệp 4.0</b> .....	615
<i>Phạm Văn Chinh</i>	
<b>Vận dụng thuyết “Duyên khởi” và “Trung đạo” của Phật giáo trong phát triển du lịch sinh thái cộng đồng theo hướng bền vững tại tỉnh Tuyên Quang</b> .....	621
<i>Hoàng Ngọc Thắng, Đào Văn Trường</i>	
<b>Factors affecting tourist attraction of ecotourism in Dak Lak and central highlands region</b> .....	631
<i>Tran The Tuan, Nguyen Hung Cuong</i>	
<b>Bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống dân tộc Sán Dìu ở Tuyên Quang gắn với phát triển du lịch sinh thái cộng đồng</b> .....	639
<i>Trần Quốc Hùng</i>	
<b>Phát huy giá trị di sản văn hóa gắn kết với phát triển du lịch (kinh nghiệm từ di sản văn hóa đình làng ở Đồng Nai)</b> .....	649
<i>Lê Xuân Hậu</i>	
<b>Exploiting the culinary value in tourism development in Tuyen Quang</b> .....	656
<i>Nguyen Thi Que Loan, Tran Thi Hoai Linh</i>	
<b>Đảm bảo an ninh trật tự tại các khu du lịch sinh thái cộng đồng ở tỉnh Tuyên Quang hiện nay</b> .....	662
<i>Nguyễn Xuân Thủy, Đỗ Nam Sơn</i>	
<b>Nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch sinh thái cộng đồng ở Tuyên Quang hiện nay</b> .....	671
<i>Đỗ Vọng Linh</i>	
<b>Khai thác và phát huy bản sắc văn hóa tộc người Tày tại thôn Tân Lập, Tân Trào, Sơn Dương, Tuyên Quang để phát triển du lịch sinh thái cộng đồng</b> .....	681
<i>Nguyễn Thị Ngọc Anh</i>	
<b>Measures of sustainable community - based tourism development in Tuyen Quang province</b> .....	697
<i>Nguyen Manh Tuong, Nguyen Huu Dung</i>	

<b>SWOT analysis of tourism development in Tuyen Quang province in the context of the revolution 4.0</b> .....	704
<i>Do Thi Thuy Phuong, Nguyen Thu Ha, Tran Dinh Tuan</i>	
<b>Nonghan Ruined City's Legends: The cultural capital for tourism of Nonghan basin, Sakon Nakhon province, Thailand</b> .....	712
<i>Surachai Chinnabutr, Kanjana Chantaduang</i>	
<b>Kết nối văn hóa của người Cao Lan ở Tuyên Quang với các dân tộc huyện Lâm Bình - tiềm năng trong phát triển du lịch sinh thái cộng đồng</b> .....	719
<i>Bùi Văn Khánh</i>	
<b>Phát triển du lịch thông minh ở Việt Nam</b> .....	726
<i>Bùi Xuân Nhân</i>	
<b>Multilingualism and tourism development</b> .....	738
<i>Ho Trinh Quynh Thu</i>	
<b>The determining role of social responsibility in choosing a tourist destination</b> .....	744
<i>Ewa Stawicka, Agnieszka Parlińska, Ali Unsal</i>	
<b>Improving tourism capability for tay ethnic communities living surrounding Tuyen Quang hydropower reservoir, Tuyen Quang province</b> .....	759
<i>Bui Cam Phuong, Pham Tran Thang Long</i>	
<b>Exploiting of cultural capital in tourism development in Tuyen Quang province</b> .....	773
<i>Nguyen Manh Tuong</i>	
<b>Phát triển du lịch sinh thái cộng đồng tại Khu Du lịch quốc gia đặc biệt Tân Trào, huyện Sơn Dương, tỉnh Tuyên Quang: tiềm năng, thực trạng và giải pháp</b> .....	779
<i>Nguyễn Trung Phần, Hoàng Thị Mỹ Hạnh</i>	
<b>Developing gastronomy tourism in Tuyen Quang province based on experiences of Indonesia</b> .....	786
<i>Lê Thanh Tú</i>	
<b>Xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng để phát triển ngành Du lịch ở huyện Sơn Dương, tỉnh Tuyên Quang</b> .....	793
<i>Nguyễn Thị Thanh Mai, Phạm Thị Thúy Hồng</i>	
<b>Phát triển du lịch văn hóa tại tỉnh Tuyên Quang</b> .....	799
<i>Nguyễn Thị Thanh Mai, Đỗ Thị Phương, Vũ Thị Thảo</i>	
<b>Du lịch cộng đồng - bản chất và ứng dụng tại tỉnh Tuyên Quang</b> .....	810
<i>Phạm Thị Thu Hương, Phạm Thị Nga</i>	

<b>Định hướng giải pháp bảo tồn và phát huy di sản văn hóa tỉnh Tuyên Quang theo tư duy 5W1H</b> .....	820
<i>Nguyễn Thị Hòa</i>	
<b>Một số giải pháp nhằm khai thác tài nguyên tự nhiên trong phát triển bền vững du lịch sinh thái tại tỉnh Tuyên Quang</b> .....	828
<i>Đặng Như Thường</i>	
<b>Giải pháp cho du lịch sinh thái cộng đồng phát triển bền vững (Nghiên cứu trường hợp Tuyên Quang)</b> .....	839
<i>Lương Thanh Sơn</i>	
<b>Phát triển du lịch bền vững - kinh nghiệm tại Nhật Bản và một số gợi ý cho ngành Du lịch tỉnh Tuyên Quang</b> .....	846
<i>Nguyễn Thị Thu Ngọc</i>	
<b>Liên kết giữa nhà nước, trường học và doanh nghiệp trong dạy nghề du lịch sinh thái cộng đồng tại Tuyên Quang: thực trạng và giải pháp</b> .....	853
<i>Lê Ngọc Thông, Trần Đình Thỏa</i>	
<b>Kinh nghiệm phát triển du lịch cộng đồng của một số địa phương và bài học cho tỉnh Tuyên Quang</b> .....	864
<i>Phạm Thị Thu Hương, Phạm Thị Nga</i>	
<b>Phát triển du lịch sinh thái hồ Na Hang - Tuyên Quang</b> .....	873
<i>Nguyễn Thị Quỳnh Trang</i>	
<b>Một vài nét về ngành Du lịch Tôn giáo ở Italia</b> .....	881
<i>Hồ Thị Thu Huyền, Lê Thị Kim Oanh, Trần Văn Cường, Nguyễn Thị Thúy</i>	
<b>Quan điểm của Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang về đẩy mạnh phát triển du lịch</b> .....	893
<i>Hoàng Thị Trang, Nguyễn Mai Chinh</i>	
<b>Làng văn hóa du lịch: triển vọng của phát triển du lịch dựa vào cộng đồng</b> .....	898
<i>Dương Trường Phúc</i>	
<b>Ảnh hưởng của công nghệ thông tin đến hiệu quả hoạt động kinh doanh khách sạn - nghiên cứu tại khách sạn Intercontinental Hanoi Westlake</b> .....	908
<i>Trần Thị Huyền Trang</i>	
<b>Phát triển du lịch cộng đồng ở vùng Trung du miền núi phía Bắc: Thực trạng và giải pháp</b> .....	920
<i>Nguyễn Tùng Linh, Phạm Thái Thủy, Lê Thị Thanh Thủy</i>	
<b>Ứng dụng công nghệ thông tin để phát triển du lịch sinh thái cộng đồng tại tỉnh Tuyên Quang thành điểm đến du lịch thông minh</b> .....	934
<i>Lê Thị Thủy Ngân, Lại Thị Vân</i>	

*Phần I*

**PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÂM BÌNH:  
TIỀM NĂNG, THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP**

**LAM BINH'S TOURISM DEVELOPMENT:  
POTENTIALITY, REALITY AND SOLUTIONS**



## NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN CHO DU LỊCH LÂM BÌNH PHÁT TRIỂN

**Dương Văn Sáu**

*Trường Đại học Văn hóa Hà Nội*

### Tóm tắt

Lâm Bình - huyện miền núi, vùng sâu, vùng xa, vùng cao của tỉnh Tuyên Quang với rất nhiều tài nguyên phong phú để có thể khai thác để phát triển du lịch. Đến nay, du lịch Lâm Bình chưa phát triển; đang phát triển theo định hướng chiến lược của Đảng bộ và nhân dân các dân tộc sinh sống trên địa bàn của huyện. Đó là một thách thức, đồng thời là một cơ hội lớn cho kinh tế du lịch của huyện phát triển. Ở cửa ngõ của sự phát triển, du lịch Lâm Bình cần có những bước đi chính xác, chắc chắn, có tầm chiến lược lâu dài, có cơ chế chính sách thích ứng để thu hút đầu tư, tạo ra những thay đổi căn bản trên các lĩnh vực lớn: Giao thông vận chuyển thủy bộ - Cơ sở lưu trú du lịch - Xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng - Đào tạo nâng cao chất lượng nguồn nhân lực - Liên kết phát triển đồng bộ... Đó là những yếu tố quyết định sự phát triển của du lịch Lâm Bình trước mắt cũng như lâu dài.

### Từ khóa

Du lịch Lâm Bình, phát triển du lịch Lâm Bình

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Tiềm năng cho phát triển của du lịch Lâm Bình rất lớn. Hiện tại, du lịch Lâm Bình đang phát triển từng bước. Chính điều này vừa là khó khăn nhưng cũng lại là một thuận lợi cho sự phát triển của du lịch Lâm Bình về lâu dài. Khó khăn là du lịch chưa phát triển, tài nguyên chưa được khai thác hiệu quả, chưa tạo ra nguồn lực mạnh khiến cho kinh tế du lịch của huyện chưa phát triển, còn gặp nhiều khó khăn, thách thức trên nhiều lĩnh vực. Nhưng đây cũng chính là những thuận lợi căn bản, là cơ hội, thời cơ cho du lịch Lâm Bình cất cánh, phát triển nhanh chóng. Ở cửa ngõ của sự phát triển, du lịch Lâm Bình có cơ hội tiếp cận cái mới, có cơ hội được thực thi đường lối, cơ chế, chính sách, giải pháp mới mà chưa bị "vướng" những hạn chế đã có. Nền tảng phát triển của du lịch Lâm Bình còn tinh khôi, chưa bị chi phối, vướng cản bởi những hạn chế đã có. Điều đó là một thuận lợi lớn cho cơ hội phát triển nhanh chóng, vững mạnh trên nền tảng của tài nguyên tự nhiên và tài nguyên văn hóa phong phú. Vấn đề bây giờ, đường lối phát triển, bước đi và biện pháp đúng đắn, đồng bộ, có tầm chiến lược lâu dài; cơ chế chính sách thông thoáng, hợp lý, hài hòa... sẽ tạo cho du lịch Lâm Bình phát triển nhanh chóng và bền vững.

Trước khi đưa ra những gợi ý về bước đi và giải pháp cụ thể cho du lịch Lâm Bình phát triển, ta cần nhận thức rõ mấy vấn đề cơ bản có liên quan đến du lịch và kinh doanh du lịch sau đây:

*Thứ nhất*, du lịch là quá trình kết nối những không gian và thời gian nhất định thông qua những dịch vụ xác định. Muốn có dịch vụ xác định, ngoài yếu tố con người còn rất cần phải có sự đầu tư cơ sở hạ tầng phù hợp. *Dịch vụ thuộc Động - Hạ tầng thuộc Tĩnh*: cần phải có sự cân đối giữa Động và Tĩnh, phát triển Động trên nền tảng Tĩnh mới tạo ra sự phát triển bền vững. Do vậy, huyện cần đầu tư, kêu gọi đầu tư cho cơ sở hạ tầng du lịch từ nội lực và ngoại lực.

*Thứ hai*, du lịch là ngành Kinh tế dịch vụ tổng hợp nên muốn du lịch phát triển phải phát triển các dịch vụ đồng bộ. Quan trọng hơn là phải kết nối các dịch vụ đó trong nội vùng điểm đến đồng bộ, tiếp đến liên kết ngoại biên tạo nên sự liên hoàn mang tính hệ thống.

*Thứ ba*, du lịch là quá trình tìm kiếm ấn tượng và sự khác biệt của các đối tượng du khách. Muốn tạo sự khác biệt thì người cung ứng hãy là chính mình. Giữ bản sắc Lâm Bình, hãy là chính mình với những bước đi riêng, cách làm riêng mới tạo nên ấn tượng và sự khác biệt. Từ đó sẽ tạo ra lợi thế cạnh tranh của du lịch Lâm Bình so với các địa phương bạn.

*Thứ tư*, du lịch muốn phát triển cần phải đạt được, tạo ra sự hội nhập cả hai khía cạnh chung và riêng. Chung là thông lệ quốc tế, chuẩn nghề, chuẩn ngành cần được phổ cập, áp dụng; Riêng là truyền thống và bản sắc địa phương, dân tộc cần được củng cố, giữ vững.

*Thứ năm*, kinh tế du lịch có thể được miêu tả bằng một từ là “*Động*”. Động tức là dịch chuyển, dịch chuyển là thay đổi, biến đổi không ngừng tạo ra sự phát triển. Vậy nên, muốn phát triển kinh tế du lịch Lâm Bình cần có những bước đi và biện pháp đúng đắn, quyết liệt, đồng bộ, cụ thể triển khai quá trình “*Lục biến* (六变): biến đổi/thay đổi” trong hoạt động kinh doanh du lịch trên nền tảng dựa vào kho tàng di sản văn hóa và di sản thiên nhiên phong phú trên mảnh đất Lâm Bình, bao gồm:

1. Biến di sản thành tài sản;
2. Biến văn hóa thành hàng hóa;
3. Biến tài nguyên thành tài chính;
4. Biến nguồn lực thành động lực;
5. Biến môi trường thành thị trường;
6. Biến giá trị thành giá cả.

Tất cả những thay đổi trong quá trình triển khai “*lục biến* (六变)” kể trên đều là những công việc cụ thể nằm trong hai quá trình “*song hóa* (雙化)” (hai quá trình thay đổi song song, đồng thời), là: *Kinh tế hóa Văn hóa* và *Văn hóa hóa Kinh tế* trong hoạt động du lịch. Quan điểm “*lục biến* (六变)” nêu trên chính là việc triển khai các nhiệm vụ cụ thể trong các khâu công việc của quá trình kinh doanh du lịch. Đó chính là quá trình triển khai những nhiệm vụ cụ thể, thực thi hành động trong quá trình bảo tồn, khai thác, phát huy giá trị của di sản văn hóa dân tộc qua con đường du lịch trên địa bàn huyện Lâm Bình hiện nay. Bao trùm lên tất cả, vấn đề quan trọng nhất của du lịch Lâm Bình hiện nay là “*Biến giá trị thành kinh tế*”. Tài nguyên du lịch của Lâm Bình rất giá trị, phải làm thế nào để đưa những giá trị phong phú, đặc trưng này đem lại những giá cả được nâng cao, mang lại lợi ích, lợi nhuận phù hợp cho người kinh doanh? Đây là câu hỏi lớn nhất cho công việc phát triển du lịch Lâm Bình hiện nay? Để góp phần trả lời cho câu hỏi trên, ta đưa ra mấy gợi ý cụ thể dưới đây.

## 2. NHỮNG GỢI Ý CHO PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÂM BÌNH

Du lịch là ngành Kinh tế tổng hợp nên muốn phát triển du lịch Lâm Bình cần phải phát triển đồng bộ nhiều thành tố, nhiều góc độ, mức độ bắt đầu từ xây dựng đường lối chính sách đúng đắn; cơ chế thích hợp, khoa học; đến xúc tiến đầu tư đồng bộ, kịp thời; xây dựng sản phẩm đặc trưng; đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao; quảng bá truyền thông tốt; liên kết rộng; thanh



kiểm tra chặt chẽ, phát triển thị trường, chăm sóc khách hàng hậu mãi... Sẽ có rất nhiều công việc phải tiến hành đồng bộ, kịp thời. Trong khuôn khổ bài viết này, tác giả sẽ trình bày một vài khía cạnh trên quan điểm, nhìn nhận, hiểu biết của cá nhân để góp thêm tiếng nói, góp phần tăng thêm những thông tin định hướng về du lịch Lâm Bình để các nhà quản lý, hoạch định chính sách tham khảo trước khi đưa ra quyết định.

## 2.1. Phát triển giao thông vận chuyển thủy bộ liên hoàn đặc thù

- Du lịch là chuyển dịch, muốn vậy giao thông vận chuyển giữ vai trò quyết định. Cần mở rộng và củng cố các trục đường giao thông kết nối Lâm Bình với Chiêm Hóa - Na Hang và Bắc Mê (Hà Giang). Trên các trục đường này cần xây dựng các "Vọng sơn đài", các điểm dừng chân, quan sát, ngắm cảnh, chụp ảnh, vệ sinh cá nhân, mua sắm sản vật địa phương, tiếp nhiên liệu cho ô tô, xe máy, kiểm tra tình trạng kỹ thuật của phương tiện vận chuyển. Phát triển các dịch vụ tự phục vụ cho du khách ven các đường giao thông. Ví dụ trên con đường nối Lãng Can (Lâm Bình) với Bắc Mê (Hà Giang) khi đã mở đường, trải nhựa, bê tông sẽ cần thiết kế, xây dựng ở đỉnh đèo Khau Cau điểm *check in* ấn tượng với cây nghiêng cổ thụ. Chọn vị trí, sắp xếp đá, tu sửa cảnh quan... giúp cho du khách có điểm *selfie* thuận lợi. Trên địa bàn xã Phúc Yên, bổ sung các điểm dừng chân ven đường, ven suối nơi chỗ có cảnh đẹp, có suối và cầu treo, có cây vôi, có ruộng nương, có vạt đàn... Ở đó có thể thiết kế bàn ghế ngồi thích hợp, bếp củi, nồi đun nước, nước sạch, lá vôi trên cây. Du khách tự hái lá vôi, tự rửa, tự đun, tự uống (có bảng chỉ dẫn, hướng dẫn cho du khách), tự trả tiền tự nguyện vào *Self-money box* (hộp nhận tiền tự nguyện). Cảnh đó thiết kế, đặt các Cạn nước truyền thống hoạt động tải nước lên ruộng để tạo không gian cảnh quan cho khách ngắm nhìn, chụp ảnh, tạo ra "Kinh tế nút bấm: *economic click*" sẽ kéo theo nhiều thay đổi khác...

- Xây dựng hệ thống giao thông đường thủy trên Hồ Thủy điện Tuyên Quang bằng việc xây dựng hai bên thủy trên cơ sở nghiên cứu vị trí, quy hoạch quy mô bài bản. Xây dựng cảng đường thủy nội địa đúng quy hoạch, mang đặc trưng của cảng sông - hồ. Hoạch định các lộ trình, kết nối và chuyển tiếp lộ trình vận chuyển khoa học, hợp lý bằng việc phối kết hợp giữa vận chuyển đường thủy và vận chuyển đường bộ để phối hợp hai loại phương tiện vận chuyển này phục vụ du khách hợp lý, hiệu quả, tạo ra sự thay đổi khác biệt.

- Tổ chức mời các chuyên gia trong lĩnh vực giao thông vận tải để thiết kế đóng các loại tàu chở khách du lịch trên hồ thủy điện Tuyên Quang có kiểu dáng, kích thước, hình khối đường nét, sơn màu mang phong cách đặc trưng, khoa học, hợp lý, hài hòa, đẹp, ấn tượng. Trên tàu/thuyền trang bị hệ thống âm thanh phù hợp phục vụ thông tin, giải trí.

- Phát triển giao thông nội vùng liên hoàn, phù hợp bằng các loại đường bê tông cho giao thông nông thôn. Ven các trục đường giao thông, ở các vị trí có không gian thích hợp cần xây dựng hệ thống biển báo, biển chỉ dẫn khoa học, mỹ thuật, kỹ thuật, ấn tượng dễ nhận biết, dễ quan sát, dễ nhớ... Có thể đổi tên các "Bản Du lịch cộng đồng" thành các "Bản Văn hóa - Du lịch" bởi vì bản chất của quá trình kinh doanh du lịch tại các bản Du lịch cộng đồng hiện nay chính là văn hóa - du lịch: Khai thác, phát huy các giá trị của Văn hóa tộc người phục vụ phát triển du lịch và Phát triển du lịch, kinh doanh các dịch vụ phục vụ du khách mang phong cách, đặc trưng văn hóa tộc người. Xây dựng, cắm các biển chỉ dẫn *Homestay* đẹp, đem đến hình ảnh đặc trưng Lâm Bình, phong cách ấn tượng, thu hút sự chú ý của du khách và người đi đường. Trên biển có thể ghi thông tin cơ bản giúp mọi người có thể liên hệ trực tiếp ngay, biển mỗi biển chỉ dẫn trở thành phương tiện cung cấp thông tin, chào bán sản phẩm, mời gọi sử dụng dịch vụ chứ hiện nay chúng mới chỉ mang chức năng các tấm "biển chỉ đường".

## 2.2. Phát triển các cơ sở lưu trú đặc hiệu

Với Du lịch Lâm Bình cần thiết phải phát triển các cơ sở lưu trú phù hợp để phục vụ du khách. Trước hết cần phải xác định: Các cơ sở lưu trú cho khách du lịch trên địa bàn huyện Lâm Bình sẽ hình thành hai loại cơ sở lưu trú chính:

1. Cơ sở lưu trú mang tính nghỉ dưỡng, hưởng thụ dịch vụ
2. Cơ sở lưu trú mang tính thẩm nhận, trải nghiệm văn hóa

Với các cơ sở lưu trú dành cho khách nghỉ dưỡng, hưởng thụ sẽ là các khách sạn, nhà nghỉ trên hồ thủy điện Tuyên Quang. Nếu trước đây nhạc sĩ Phó Đức Phương có bài hát "Hồ trên núi" rất nổi tiếng thì những người kinh doanh du lịch hiện nay phải "sáng tác" ca khúc "Núi trên hồ" bằng việc nghiên cứu, kêu gọi các nhà đầu tư vào khai thác các đảo trên hồ, xây dựng các khách sạn, các khu *resort* trên hồ với kiến trúc độc đáo, đặc sắc với dịch vụ đặc trưng mang tính giải trí, nghỉ dưỡng cao cấp.

Tại khu vực lòng hồ có các khách sạn, nhà nghỉ có thể tổ chức các sự kiện thể thao - văn hóa mặt nước đặc trưng như các cuộc thi chèo thuyền Kayak, thi bơi, lặn. Nghiên cứu để phát triển loại hình thể thao mặt nước như lướt ván, dù bay, dù lượn,... Khảo sát để xây dựng một vài bãi tắm trên hồ ở sườn của những quả đồi đất thấp ngập chìm trong nước lòng hồ. Cần thiết phải khảo sát lặn hồ để đánh giá hiện trạng, mức độ nguy hiểm; có thể vận chuyển cát, đá sỏi về trải ở các bãi tắm này. Tổ chức cấm biển chỉ dẫn, bố trí con người và các phương tiện đảm bảo an toàn, cứu hộ, cứu nạn trợ giúp khách tắm để không xảy ra tai nạn nào dù là nhỏ nhất.

Với các cơ sở lưu trú mang tính thẩm nhận, trải nghiệm văn hóa chính là hệ thống *Homestay* trong các làng bản dân tộc. Tại các nhà nghỉ cộng đồng này phải giữ được đặc trưng của bản sắc dân tộc. Những nét riêng, bản sắc của văn hóa tộc người từ kiến trúc, điêu khắc truyền thống; ẩm thực truyền thống; trang phục truyền thống; lối sống, nếp sống truyền thống. Phải giữ đặc trưng bản địa ở "Phiên bản 2": *phiên bản điển*, phiên bản dành cho khách du lịch? Đó là bản sắc văn hóa được điều chỉnh ở một vài khía cạnh nào đó để kết nối truyền thống và hiện sinh mà vẫn giữ được bản sắc văn hóa tộc người nhưng có thể hội nhập với các đối tượng du khách, không lạc hậu, không tạo ra sự xung đột văn hóa giữa các đối tượng du khách với cư dân bản địa, giữa du khách với du khách...

Bên cạnh việc duy trì và phát triển các *Homestay* tại các thôn bản như hiện nay cần nghiên cứu, quy hoạch để xây dựng "*Phố du lịch*" ở khu vực trung tâm huyện lỵ Lâm Bình trên địa bàn xã Lăng Can hiện nay. Đó sẽ là khu vực tập trung xây dựng khu "phố bản" với các ngôi nhà được xây dựng với kiến trúc truyền thống mang bản sắc văn hóa tộc người. Kết hợp hài hòa, nhuần nhuyễn giữa truyền thống và hiện đại trong phong cách bài trí, lối sống, truyền thống, trang phục, ngôn ngữ, ẩm thực... mang phong cách đặc trưng của dân tộc Tày - Dao. Khu phố bản du lịch này sẽ có mô hình: Đường phố - xưởng, quán, nhà hàng - nhà nghỉ lưu trú - khu vệ sinh - suối sau nhà. Các căn nhà, khu nhà trong khu phố bản du lịch này đòi hỏi phải được tính toán quy hoạch không gian hài hòa, hợp lý; thiết kế chu đáo, khoa học; xây dựng hệ thống xử lý rác, nước thải đồng bộ, liên hoàn để bảo vệ môi trường. Cái quan trọng nhất là tạo nên "*Không gian phố bản đặc trưng*" không nơi nào có, khác với các nơi khác. Ở đây là nơi *Quy tụ, tập hợp bản sắc văn hóa tộc người trong một không gian xác định!* Đây chính là nơi "Hội tụ & Lan tỏa" của bản sắc văn hóa tộc người từ đó sẽ trở thành nơi "Hội tụ & lan tỏa" các đối tượng du khách khi đến với Lâm Bình. Việc di chuyển các hộ dân cư về để xây dựng "phố du lịch" tương tự như kiểu

di dân lòng hồ nhưng cần có cơ chế, chính sách đặc thù trên cơ sở lựa chọn với các tiêu chí đặc trưng để các gia đình đồng bào có thể phát triển kinh doanh theo hướng dịch vụ du lịch tập trung trong không gian "*phố/bản du lịch*" thay vì kinh doanh nhỏ lẻ ở các thôn bản như hiện nay.

### 2.3. Xây dựng điểm "*check in*" Lâm Bình đặc hữu ấn tượng

Cần tổ chức thi ý tưởng sáng tạo cấu hình điểm *check in* Lâm Bình trên địa bàn phố huyện Lãng Can gắn với phố bản du lịch, tạo nên ấn tượng đặc sắc và sự liên hoàn hợp lý trong tạo dựng hình ảnh liên kết các công trình trong một chỉnh thể thống nhất. Logo biểu trưng, biểu tượng văn hóa của Lâm Bình là gì? Cần có các cuộc thi ý tưởng sáng tạo của các nghệ sĩ điêu khắc, tạo hình để tạo nên điểm *check in* với cấu trúc hình khối, chất liệu, hình ảnh, sắc màu ấn tượng khiến cho du khách thích thú *check in* khi đến với Lâm Bình. Trong không gian của khu vực điểm *check in* có thể nghiên cứu để phát triển các dịch vụ vui chơi giải trí, ẩm thực, thưởng thức nghệ thuật diễn xướng dân gian phù hợp. Cũng trong không gian phố bản du lịch, điểm *check in* có thể nghiên cứu để phát triển phương tiện vận chuyển đặc thù mang ấn tượng và phong cách đặc trưng văn hóa của cư dân Lâm Bình: Có thể là xe trâu, xe ngựa kéo hay xe hình con vịt đạp chân...

### 2.4. Xây dựng nguồn nhân lực phục vụ du lịch mang phong cách đặc trưng

Có chiến lược phát triển, xây dựng nguồn nhân lực phục vụ phát triển du lịch cho Lâm Bình trên cơ sở tổng thể. Từ việc ban hành cơ chế, chính sách ưu đãi nhằm "chiêu hiền đãi sĩ" tuyển dụng các sinh viên con em đồng bào các dân tộc quê hương Lâm Bình đã và đang học nghề du lịch ở Hà Nội, Tuyên Quang, Thái Nguyên... về làm việc tại quê hương.

- Liên kết phối hợp với các cơ quan quản lý, cơ sở đào tạo là các trường đại học, cao đẳng nghề du lịch, các viện nghiên cứu, các doanh nghiệp, hiệp hội du lịch... cùng với các bộ phận chức năng của tỉnh Tuyên Quang, huyện Lâm Bình để tổ chức thường xuyên các đoàn *Famtrip*, khảo sát, tọa đàm khoa học tại thực địa. Các ý tưởng phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng; những điều chỉnh trong đường lối, cơ chế, chính sách sẽ ra đời từ thực tế để đáp ứng yêu cầu cơ bản của hoạt động du lịch là "*Thích ứng cao*". Kết nối với các địa phương trong và ngoài nước để đưa các cán bộ chức năng, người dân tại các hộ kinh doanh *homestay* đi tham quan, khảo sát, học tập, rút kinh nghiệm mô hình phát triển du lịch của các địa phương; từ đó rút ra giải pháp phù hợp cho du lịch Lâm Bình.

- Tổ chức nhiều khóa tập huấn chuyên biệt dành cho cán bộ quản lý văn hóa - du lịch; dành cho các hộ dân kinh doanh *homestay*; dành cho các chủ tàu thuyền vận chuyển khách trên hồ; dành cho các hướng dẫn viên bản địa. Có thể phối hợp với các cơ sở đào tạo tổ chức các khóa đào tạo ngoại ngữ chuyên ngành cho người dân kinh doanh *homestay*...

### 2.5. Sáng tạo văn hóa dân gian hiện đại đặc sắc phục vụ phát triển du lịch

- Xây dựng các nhóm, đội trình diễn nghệ thuật truyền thống: Khai thác giá trị của Then của người Tày, Páo dung của người Dao, Nhảy lửa của người Pà Thẻn trên cơ sở bàn bạc trao đổi, thảo luận để đưa ra phương cách khai thác, phục vụ du khách các loại hình nghệ thuật này ấn tượng, hiệu quả, có chất lượng. Cần sưu tầm những bài, điệu Then truyền thống; tuyển chọn diễn viên, luyện tập, công diễn phù hợp trong những không gian và thời gian nhất định phục vụ các đối tượng du khách xác định. Động thái này vừa góp phần "bảo tồn động" di sản văn hóa vừa đa dạng hóa sản phẩm du lịch đặc trưng trên đất Lâm Bình, tạo sự phát triển bền vững.

- Phát triển kho tàng tri thức dân gian bản địa trên cơ sở sáng tạo văn hóa dân gian hiện đại thông qua các "dữ liệu" là cảnh quan, không gian, môi trường hiện hữu có sự điều chỉnh nhất định bởi trí tuệ và bàn tay con người. Tổ chức các trại sáng tác văn học nghệ thuật sáng tác, sáng tạo các tác phẩm văn học, nghệ thuật, hội họa, các ca khúc... phục vụ du lịch Lâm Bình. Mời các nhà nghiên cứu văn hóa dân gian sẽ cải biên, bổ sung, sáng tạo những truyền thuyết dân gian mới, huyền thoại mới về Tài Ngào với các "hành trang", "phụ tùng" của Ngài miễn sao hợp lý. Ví dụ, khi đi thuyền trên khu vực Cọc Vài, hướng dẫn viên ngoài việc hướng dẫn, giải thích cho du khách về truyền thuyết liên quan đến Cọc Vài. Ngồi trên xe vượt qua đèo Khau Lắc để vào cửa ngõ Lâm Bình, hướng dẫn viên ứng khẩu đọc cho du khách câu ca, hứa hẹn mọi người sắp được thăm thú một vùng non nước hữu tình:

*"Muốn thăm cảnh đẹp Lâm Bình,  
Vượt đèo Khau Lắc chúng mình cùng đi."*

- Khảo sát cụ thể, chi tiết lòng hồ thủy điện Tuyên Quang để khi đi tàu thuyền thăm thú cảnh quan trên hồ thủy điện Tuyên Quang, phải dừng lại ở những vị trí đặc địa có thể quan sát địa hình, địa vật đặc sắc, đặc trưng mang ấn tượng cho du khách. Ở đó tổ chức thi sáng tác, đặt tên gọi các khu vực, địa hình địa vật làm nổi bật đặc trưng, dễ hiểu, dễ nhớ cho du khách, như "Bãi cọc Bạch Đằng" ở Bản Phụng, "Hòn Con chó", "Hòn Tự tình", "Thác khe Noọng"... thuộc khu vực xã Khuôn Hà bên cạnh những Cọc Vài, thác Khuổi Nhi đã có,... Tiến hành tập huấn cho những chủ tàu thuyền, người lái tàu, đội ngũ hướng dẫn viên về các điểm nhấn trên lộ trình tham quan trên lòng hồ. Thuyền sẽ đi theo lộ trình nào, chỗ nào đi nhanh, chỗ nào đi chậm, dừng lại chỗ nào để có góc nhìn đặc tả? Ở những điểm nhấn ấy, chủ thuyền, hướng dẫn viên sẽ hướng dẫn cho du khách, "định hướng tư duy", "áp đặt hình tượng" cho du khách với 3 hướng tiếp cận chính: *Tư duy Thần tiên - Tư duy linh vật & Tư duy phồn thực*. Nhờ các Nhiếp ảnh gia sẽ chọn các điểm *check in*, tàu/thuyền chở khách du lịch khi đến đó sẽ dừng để cho du khách chụp ảnh: buổi sáng thì chụp Cọc Vài từ hướng nào, ở chỗ nào thì đẹp? Buổi chiều chụp Cọc Vài từ hướng nào, chỗ nào thì đẹp... Những cách tiếp cận như vậy sẽ góp phần tạo ra sự phát triển của "Economic click" - *Kinh tế nút bấm*, góp phần quảng bá cho du lịch Lâm Bình, Du lịch Tuyên Quang.

## 2.6. Ẩm thực và mua sắm sản vật đặc sản của Lâm Bình

Lâm Bình hiện đang có nhiều món ăn, đồ uống ngon - bổ - rẻ. Trên nền tảng truyền thống này hướng tới phát triển phục vụ khách du lịch, cần phải làm thay đổi trong chế biến, bài trí sắp đặt các món ăn - đồ uống này theo tiêu chí mới phục vụ khách du lịch, để đạt được 5 nội dung, gồm: Ấn tượng - Ngon - Bổ - Phù hợp - Thuận tiện: Hình ảnh và phong cách phục vụ, giao lưu, giao tiếp ấn tượng - Ăn ngon miệng - Chất lượng bổ - Giá cả phù hợp - Thanh toán, mua sắm mang về mang đi thuận tiện. Nghiên cứu, sưu tầm, tổng hợp trong dân gian, từ các nghệ nhân dân gian ở các cộng đồng cư dân làng bản, hình thành những nơi cung cấp nguyên liệu đặc trưng, tập hợp các cách chế biến đặc trưng; bổ sung mẫu mã, hình thức bài trí món ăn; tạo tác các đồ dùng vật dụng chứa đựng, bảo quản, lưu thông thuận tiện cho du khách... Du khách không chỉ mang về ấn tượng, họ cần phải mang về cho họ, người thân và gia đình của họ những món quà, sản vật có ý nghĩa, có giá trị và có sức hấp dẫn cao. Tất cả để hướng tới việc chuyển đổi ngành nghề, tái cơ cấu kinh tế địa phương, tăng xuất khẩu tại chỗ.

## 2.7. Bảo vệ môi trường du lịch đặc biệt

Môi trường du lịch quyết định thành công kinh doanh du lịch. Muốn du lịch Lâm Bình phát triển bền vững, ngay từ bây giờ khi bắt đầu phát triển, cần phải giữ vững và bảo vệ môi

trường du lịch thật tốt. Lâm Bình - những cánh rừng bình yên; cán bộ và nhân dân Lâm Bình đã và đang giữ được rừng rất tốt; đó thực sự là tài sản, là tài chính cho kinh tế du lịch. Đó chính là tài nguyên, nguyên liệu xanh, nguyên liệu sạch cho công nghiệp du lịch; là điều đặc biệt mà Lâm Bình không dễ gì có được. Hiện trạng này tiếp tục phải được giữ vững và phát triển để môi trường tự nhiên cùng môi trường văn hóa Lâm Bình đem lại môi trường sống tốt cho người dân Lâm Bình; đem lại môi trường đặc hữu, đặc biệt, có nhiều giá trị cho du lịch phát triển. Phong cảnh làng quê yên bình, đường thôn, ngõ bản được trải bê tông sạch sẽ, rộng rãi. Cảnh sắc quê hương phong quang, tốt tươi, yên bình. Khí hậu trong lành sạch sẽ, mát mẻ... Thái độ, tình cảm từ người dân đến cán bộ các cấp đều rất thân thiện, chu đáo, nhiệt tình, trách nhiệm. Hạn chế và hướng tới một *Lâm Bình không rác thải nhựa!* Đó sẽ là những tài sản vô giá của Lâm Bình để phát triển du lịch bền vững. Chúng ta có quyền kỳ vọng về điều này!

Trên đây là một số gợi ý của tác giả cho định hướng phát triển du lịch Lâm Bình, còn nhiều hướng tiếp cận khác, nhiều vấn đề khác cần được bổ sung, trao đổi. Trong khuôn khổ một hội thảo khoa học quốc tế, sẽ còn nhiều ý kiến hay, hợp lý của nhiều người khác sẽ trình bày tại hội thảo này. Những gợi ý nêu trên như là việc góp thêm một cây lá xanh tươi cho đại ngàn Lâm Bình thêm xanh tốt.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Chính trị Đảng Cộng sản Việt Nam (2017), *Nghị quyết số 08-NQ/TW* của Bộ Chính trị Đảng Cộng sản Việt Nam về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, ban hành ngày 16/01/2017.
2. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Tổng cục Du lịch (2013), “*Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*”, H.2013.
3. *Luật Du lịch số 09/2017/QH14*, Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam ban hành ngày 19/06/2017.
4. *Luật Di sản Văn hóa và nghị định hướng dẫn thi hành* (2002), NXB Chính trị Quốc gia, H.2002.
5. Lê Hồng Lý (chủ biên), Dương Văn Sáu, Đặng Hoài Thu (2010), Giáo trình “*Quản lý di sản văn hóa với phát triển du lịch*”, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, H.2010.
6. Đồng Ngọc Minh, Vương Lôi Đình (2001), *Kinh tế du lịch và Du lịch học*, NXB Trẻ. 2001.
8. Dương Văn Sáu (2017), *Giáo trình Di tích lịch sử - văn hóa và danh thắng Việt Nam*, Tái bản có sửa chữa bổ sung lần 1, Nxb Lao Động, Hà Nội 2017.
9. Dương Văn Sáu (2018), *Giáo trình Lễ hội Việt Nam trong sự phát triển du lịch*, Tái bản có sửa chữa bổ sung lần 1, Nxb Lao Động, Hà Nội 2018.
10. Dương Văn Sáu (2019), *Giáo trình Văn hóa Du lịch*, Tái bản có sửa chữa bổ sung lần 1, Nxb Lao Động, Hà Nội 2019.
11. Sở Văn hóa, Thể thao & Du lịch Tuyên Quang (2009), *Du lịch Tuyên Quang*, Nxb Thông tấn, Hà Nội 2009.
12. <https://www.lambinh.tuyenquang.gov.vn>

## **BASIC ISSUES FOR LAM BINH TOURISM DEVELOPMENT**

**Duong Van Sau**

*Hanoi University Of Culture*

### **Abstract**

Lam Binh - a mountainous, deep-lying, remote and highland district of Tuyen Quang province with many rich resources to exploit for tourism development. So far, Lam Binh Tourism has not developed; developing in the strategic direction of the Party and people of ethnic groups living in the area of the district. It is a challenge and a great opportunity for the district's tourism economy to develop. At the gateway of development, Lam Binh tourism needs to take precise, firm, long - term strategic steps and adaptive policy mechanisms to attract investment and create fundamental changes in major areas: Waterway transport - Tourist accommodation facilities - Building typical tourism products - Training to improve the quality of human resources - Synchronous development links... These are weak determinants of the development of Lam Binh Tourism in the immediate future as well as long-term.

### **Keywords**

Lam Binh tourism, Lam Binh tourism development.

## TIỀM NĂNG DU LỊCH LÂM BÌNH - TUYÊN QUANG: DI TÍCH TIỀN, SƠ SỬ VÀ TÔN GIÁO

Trịnh Sinh  
Viện Khảo cổ học

### Tóm tắt

Tuyên Quang là mảnh đất có người cư trú từ thời văn hóa thời đại đồ đá mới như Hòa Bình với hang Phia Vài (Lâm Bình), có trống đồng Chiêm Hóa và một số di chỉ thuộc văn hóa Tiền Đông Sơn và Đông Sơn. Đây còn là nơi có các di tích tôn giáo nổi tiếng như chùa Phúc Lâm (Lâm Bình) và nhiều chùa khác. Tác giả đã đánh giá các giá trị của di tích này trong bối cảnh chung của lịch sử Việt Nam.

Việc khai thác du lịch tại Lâm Bình - Tuyên Quang đã được làm khá tốt. Tuy nhiên, chúng ta mới nghiêng về khai thác thể mạnh là các thắng cảnh tự nhiên hay các lễ hội của đồng bào các dân tộc. Trong khi đó, mảng du lịch di tích còn bị coi nhẹ. Tác giả phân tích thực trạng mảng du lịch này và có một số kiến nghị về giải pháp phát triển các chương trình du lịch “về nguồn” để khách tham quan biết về lịch sử mảnh đất và con người nơi đây.

### Từ khóa

Du lịch, Lâm Bình, di tích Tiền Sơ sử, tôn giáo.

Du lịch về nguồn và du lịch tâm linh đang là một trong những thể mạnh của tỉnh Tuyên Quang. Trong Hội thảo, chúng tôi muốn điếm lại cái kho di sản quý giá này cũng như đề xuất một số giải pháp để hy vọng đóng góp đôi điều cho ngành Du lịch Lâm Bình nói riêng và tỉnh Tuyên Quang nói chung được phát triển.

## 1. CÁC DI TÍCH THỜI TIỀN SỬ VÀ SƠ SỬ

### 1.1. Di tích văn hóa Hòa Bình

Tuyên Quang là một tỉnh miền núi có người cổ cư trú từ khá sớm trong thời cổ đại. Từ năm 1995, các nhà khảo cổ đã phát hiện một di chỉ khảo cổ học thuộc thời đại sơ kỳ đồ đá mới, được định danh là văn hóa Hòa Bình. Đó là địa điểm Đầm Hồng thuộc xã Đầm Hồng (cũ), huyện Chiêm Hóa<sup>1</sup>.

Đáng chú ý hơn, trong địa bàn huyện Lâm Bình, các nhà khảo cổ đã khai quật một di tích thuộc thời văn hóa Hòa Bình một cách khá bài bản và hiện nay còn được bảo tồn khá tốt. Đó là địa điểm hang Phia Vài.

Đầu năm 2006 ngôi mộ cổ dưới nền hang Phia Vài (bản Cốc Ngạn, xã Khuôn Hà, huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang) đã được khai quật. Hiện tại, hang nằm trong vùng hồ Na Hang của Thủy điện Tuyên Quang. Hang nằm trong núi đá vôi phía đông suối Cốc Ngạn, đổ vào sông Gâm.

Ngôi mộ còn lưu giữ được xương cốt cũng như các đồ tùy táng chôn theo giống như hàng chục mộ táng đã được phát hiện trong hang từ trước tới nay. Vì thế, các nhà khảo cổ đã ngay lập

<sup>1</sup> Bùi Vinh, Trịnh Năng Chung, Trịnh Văn Tĩnh (1995), Phát hiện đồ đá ở di chỉ Đầm Hồng (Tuyên Quang), trong sách: Những phát hiện mới về khảo cổ học năm 1995, Nxb. Khoa học Xã hội, Hà Nội, tr. 73

tức xác định được thân phận của chủ nhân ngôi mộ. Đó là một người phụ nữ có tuổi từ 45 đến 50, sống cách chúng ta khoảng chừng 1 vạn năm trong nền văn hóa Hòa Bình nổi tiếng. Khi chết, bà còn được chia của để có "vốn" làm ăn ở thế giới bên kia, đó là hàng trăm công cụ đá cuội được ghè đẽo. Một số cục thổ hoàng được chôn theo chắc là để làm đẹp giống như nhiều ngôi mộ thời này được rắc bột thổ hoàng.

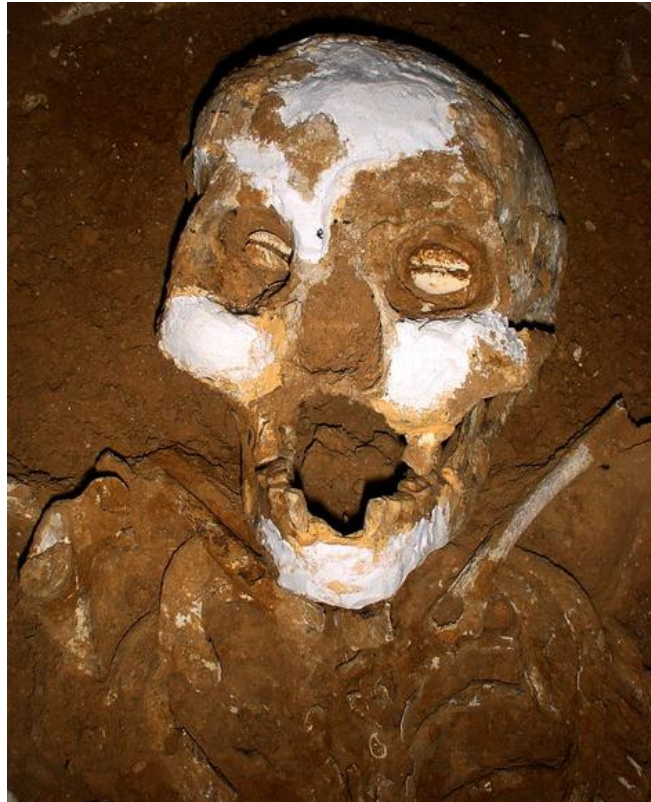


*Công cụ bằng đá cuội ghè đẽo được chôn theo trong mộ Phia Vài (Ảnh: Trịnh Sinh)*

Điều lạ nhất chưa từng thấy ở đâu là ở hai hốc mắt người chết được đặt 2 vỏ ốc tiền, vì thế đã đặt ra khá nhiều câu hỏi cho giới khoa học cần được giải mã quanh tập tục chôn cất lạ đời này: phải chăng người xưa chôn theo vỏ ốc tiền này với ý nghĩa đây là một loại tiền tệ? Việc chia “tiền” ở đây có gì nét giống với cách chia các công cụ đá đã chôn theo người phụ nữ này, và cũng mang ý nghĩa như cách chia tiền đồng bỏ vào hốc mắt trong thời đại Kim Khí cách đây vài ngàn năm hay chỉ mới cách đây có vài chục năm, ở nhiều vùng nông thôn Việt Nam, người ta còn bỏ vào miệng người chết một vài đồng tiền chính để có cái dùng trên đường về cõi âm? Và, tại sao người xưa lại đặt vỏ ốc tiền chứ không phải đồ vật nào khác trong mắt người quá cố?... Vì thế quanh vài chiếc vỏ ốc tiền mà đã hàm chứa được đôi điều bí ẩn hấp dẫn của lịch sử cổ đại.

Xuất xứ 2 chiếc vỏ ốc tiền Phia Vài là từ biển chứ vùng núi Tuyên Quang không thể có loại ốc tiền (còn gọi là ốc lợn) (tên khoa học là *Cyprea Arabica*). Những chiếc vỏ ốc biển này có màu sắc đẹp, bóng lảnh nên nhiều vùng du lịch ven biển nước ta vẫn bày bán những vỏ ốc này để cho du khách mang về làm kỷ niệm. Một số dân tộc ở Đông Nam Á, như người ở đảo New Guinea hiện vẫn thích đeo các chuỗi vòng trang sức từ vỏ ốc loại này. Họ thường đeo chuỗi vòng ốc quanh cổ hay quanh mái tóc. Ở vùng New Caledonia thì các chuỗi vòng ốc lại được đeo ở bắp chân hay đầu gối.





*Vỏ ốc tiền trong hốc mắt của người đàn bà Phia Vài (Ảnh: Trịnh Sinh)*

Người cổ vùng núi cao Phia Vài có được 2 chiếc vỏ ốc tiền là do trao đổi vật phẩm, giao lưu văn hóa với vùng biển mà có. Trong bối cảnh văn hóa Hòa Bình thời đồ đá mới, những vỏ ốc này đều là đồ hiếm quý, vì thế chỉ một số nhỏ địa điểm có sự tồn tại của ốc tiền, mặc dù người Hòa Bình nổi tiếng là "người ăn ốc" như cách nói của một số nhà khảo cổ nước ngoài, nhưng là ăn ốc nước ngọt. Các loại ốc suối, ốc núi được người Hòa Bình đi lượm về, đập vỏ, ăn ruột rồi vứt ngay tại chỗ tạo thành một tầng văn hóa mà ken dày lớp lớp toàn vỏ ốc nước ngọt. Những chiếc vỏ ốc tiền chỉ tìm thấy lác đác ở Hang Tọ, Hang Thạch Sơn (Thanh Hóa), Hang Báy, Làng Vố, Hạ Bì, Hang Bưng (Hòa Bình)... Nhiều vỏ ốc biển được người xưa tách làm hai nửa, xâu dây qua miệng của những con ốc thành chuỗi vòng đeo cổ và đeo tay. Thực ra, người Hòa Bình dùng vỏ ốc biển làm đồ trang sức cũng như làm quen với biển, thậm chí là các vùng bờ biển xa xôi là chuyện bình thường, nếu như chúng ta biết được rằng vùng "hoạt động" của họ rộng đến tận Indonexia hiện nay, khi đó, do chịu ảnh hưởng của đợt biển lùi nên người cổ có thể đi bộ từ Hòa Bình đến vùng quần đảo một cách vô tư, mà nhiều công cụ của nền văn hóa này cũng còn tìm được ở đây. Việc vỏ ốc biển được đặt trong hốc mắt của người phụ nữ Phia Vài có lẽ không mang ý nghĩa trang sức, nhưng có khả năng nào cho thấy chính vỏ ốc này có chức năng tiền tệ chia cho người chết như ở thời sau, người ta đặt tiền đồng trong hốc mắt?

Đúng là có một thời muộn hơn nhiều, vỏ ốc biển được coi là một loại tiền tệ thật, vì thế mới có tên là ốc tiền (tiếng Hán gọi là Bối Tệ). Trong lịch sử tiền tệ ở nhiều khu vực, giai đoạn dùng tiền vỏ ốc có trước giai đoạn dùng tiền đồng (lúc đầu được đúc hình lưỡi đao, sau được đúc hình tròn có lỗ vuông). Ví dụ, ở khu mộ Thạch Trại Sơn, Vân Nam, Trung Quốc, đã tìm được một vài thùng đồng chứa đầy tiền vỏ ốc, hàng trăm chiếc trong một ngôi mộ quý tộc cách đây hơn hai ngàn năm. Theo các nhà khảo cổ học Trung Quốc thì các vỏ ốc tiền này có xuất xứ từ vùng vịnh Bắc Bộ nước ta. Khu mộ này ở vào một thời điểm mà vùng Vân Nam đã có nhà nước

sơ khai, nước Điền. Còn vào thời văn hóa Hòa Bình, chưa thể xuất hiện tiền vỏ ốc được, căn cứ vào điều kiện kinh tế, xã hội khi đó. Nền kinh tế dựa vào săn bắn hái lượm chưa cần đến vật "ngang giá" là tiền, dầu là tiền vỏ ốc. Tiền xuất hiện ở ta muộn hơn nhiều nghìn năm, có thể vào thời Hùng Vương, tương đương với thời Điền Vương ở Vân Nam.

Vậy người xưa đặt vỏ ốc tiền vào hốc mắt người đàn bà Phia Vài với dụng ý gì? Theo tác giả, đó là do một cách tư duy liên tưởng của họ. Người chết vẫn còn tiếp tục "sống" trong một thế giới khác, thế giới âm phủ. Họ được chia của mà đồng thời cũng phải có linh hồn và hình dạng. Cách tưởng tượng thế giới và con người cõi âm cũng từng được người trong văn hóa Hòa Bình thể hiện bằng hình tượng nghệ thuật. Đó là người chết phải có cặp sừng như động vật thể hiện ở hình khắc trên vách hang Đồng Nội, thuộc huyện Yên Thủy, tỉnh Hòa Bình. Trường hợp người đàn bà Phia Vài cũng theo mạch tư duy đó. Những vỏ ốc tiền được liên tưởng đến đôi mắt người chết. Gắn vỏ ốc lên đôi mắt như mong muốn cặp mắt không bao giờ mất đi, vẫn biểu hiện mọi tâm tư tình cảm như trong cuộc sống thực sự. Như thế, người xưa đã đánh giá cao sự biểu cảm của đôi mắt như thể về sau này có người đã ví von đó là "cửa sổ của tâm hồn" vậy. Có thể người Hòa Bình chưa có khái niệm về "cái bụng" (như kiểu phân biệt người tốt bụng, kẻ xấu bụng) hay khái niệm về "trái tim" như người thời sau, nhưng họ đã có khái niệm về linh hồn. Phải chăng chính cách tâng tọc đặt đôi vỏ ốc tiền vào đôi mắt người đã khuất là để cầu mong cho linh hồn mãi mãi tồn tại, một cách thể hiện sự yêu thương vô hạn của người thân đối với người đàn bà Phia Vài. Dù là vì lý do gì, đây cũng là cách chôn cất hết sức độc đáo của người xưa, đã giúp cho chúng ta có thêm nhận thức mới về tổ tiên cách đây vạn năm: họ là những người có cuộc sống tinh thần phong phú, tâm hồn mang nhiều nét lãng mạn.

Như vậy, huyện Lâm Bình nói riêng và Tuyên Quang nói chung đã có được những di tích độc đáo, chắc chắn hấp dẫn du khách về tham quan quá khứ vạn năm của người cổ ở đây.

## 1.2. Di tích và di vật thời Sơ sử

Muộn hơn thời văn hóa Hòa Bình, trong thời Hậu kỳ đồ đá mới - sơ kỳ Kim Khí, tại địa điểm Bình Ca<sup>2</sup>, thuộc xã An Khang và Tiến Bộ, huyện Yên Sơn, các nhà khảo cổ học đã trở lại nghiên cứu sưu tập đồ đá và gốm ở trong kho của Bảo tàng Tuyên Quang. Đây là địa điểm khảo cổ học ven sông Lô đã bị phá hủy do bờ sông bị lở nhưng các nhà khoa học đã kịp thời thu được khá nhiều công cụ đá mài và đồ gốm có hoa văn khắc vạch. Địa điểm Bình Ca đã được nhà khảo cổ người Pháp là ông H. Mansuy đã từng đến điều tra và phát hiện nhiều hiện vật. Qua những hiện vật mà ông công bố, các nhà khảo cổ học Việt Nam thấy có nhiều nét gần gũi với di tích khảo cổ học Phùng Nguyên, xã Kinh Kê, Lâm Thao, Phú Thọ. Chúng tôi đã từng đến điều tra Bình Ca, tuy nhiên, hiện tại không còn thấy dấu tích gì. Theo nhân dân, có thể di tích đã bị lở xuống dòng sông.

Trong thời đại Kim Khí, các nhà khảo cổ học còn tìm thấy một số di tích ở quanh thị trấn Vĩnh Lộc huyện Chiêm Hóa như địa điểm Ghènh Ca Nô, Soi Gà. Vào thời văn hóa Đông Sơn, Tuyên Quang đã có những làng cổ như Làng Ngần ở xã Hùng Mỹ, Bản Ty ở Đầm Hồng đều thuộc huyện Chiêm Hóa, làng cổ Minh Hương thuộc xã Minh Hương, huyện Hàm Yên.

Tuyên Quang còn là nơi tìm được bốn chiếc trống đồng Đông Sơn, chứng tỏ đây là nơi cư dân Đông Sơn đã từng cư trú.

<sup>2</sup> Bùi Vinh, Trình Năng Chung, Đinh Thị Tường (1995), Về Sưu tập đá, gốm Bình Ca ở kho Bảo tàng Tuyên Quang, trong sách: Những phát hiện mới về khảo cổ học năm 1995, NXB. Khoa học Xã hội, Hà Nội, tr.76

Tại xóm Chản, xã Nhân Lý, huyện Chiêm Hóa đã tìm được một chiếc trống đồng Đông Sơn (tức trống loại I theo phân loại của Heger)<sup>3</sup>.



*Trống đồng Chiêm Hóa, hiện lưu giữ tại Bảo tàng Tuyên Quang (Ảnh: Trịnh Sinh).*

Trống Chiêm Hóa tìm được ở độ sâu khoảng 4m. Mặt trống có đường kính 51,5 cm. Giữa mặt trống được trang trí ngôi sao 11 cánh. Từ ngôi sao ra rìa mặt trống có 11 vành hoa văn. Trống có hình người hóa trang cách điệu cao. Hình chim Lạc bay theo chiều kim đồng hồ. Đây là chiếc trống Đông Sơn muộn. Kỹ thuật đúc trống chưa cao so với những chiếc trống cùng loại.

Tại Tuyên Quang còn tìm được chiếc trống đồng thứ hai. Theo ông Quan Văn Dũng, chiếc trống này do anh Đỗ Văn Dương, người dân tộc Sán Dìu ở thôn Văn Sòng, xã Thiện Kế, huyện Sơn Dương đã tìm được trong lúc đào vườn ở nhà vào ngày 4/12/2002. Trống nằm ở độ sâu 1,2m trên một khu đồi có mặt bằng còn nguyên vẹn.

Mặt trống có đường kính 70,5cm; chân trống có đường kính 68 cm; cao 44,5 cm; nặng 33kg. Trống được chôn úp, mặt trống quay xuống dưới. Giữa mặt trống được trang trí hình ngôi sao 12 cánh, xen giữa là những hoa văn lông công. Có vành hoa văn 18 hình chim bay cách điệu, bay ngược chiều kim đồng hồ. Còn thấy hoa văn hình trâm, vòng tròn đồng tâm kép, người múa hóa trang cách điệu. Rìa trống có 4 khối tượng cóc, đã mất 1 con chỉ còn dấu vết.

Tang trống phình, có đôi quai kép văn thừng đối xứng hai bên tang. Chân trống choãi. Trên trống còn có nhiều dấu vết con kê là dấu vết của kỹ thuật đúc. Trống Thiện Kế được phát hiện trong tư thế được chôn úp, mặt trống quay xuống đất. Đáng lưu ý, cách nơi đào được trống về phía tây khoảng 1 km, nhân dân đã tìm được nhiều hiện vật bằng đồng như mũi giáo, mũi lao, mũi tên. Điều này chứng tỏ khu vực Thiện Kế là một địa điểm thuộc văn hóa Đông Sơn quan trọng. Nếu có điều kiện điều tra khảo cổ học, có thể tìm được nơi cư trú của người xưa. Bước đầu, theo báo cáo khảo cổ học, có một di tích khảo cổ học thời đại Kim Khí nằm dưới chân núi Thiện Kế, thôn Thiện Phong, xã Thiện Kế. Tại đây, khi nhân dân san đất để làm bãi đấu vật trong ngày hội chùa, đã tìm được nhiều đồ gốm thô cắm sâu vào vách tầng văn hóa.

Đây là chiếc trống đồng loại I Heger, còn được gọi là trống Đông Sơn, có niên đại khoảng trước sau Công Nguyên. Trống được xếp vào nhóm Đ, tương tự các trống Làng Vạc, Na Dương, Mèo Vạc, Chợ Mới...

<sup>3</sup> Quách Dũng (1989), Trống đồng Chiêm Hóa, trong sách: Những phát hiện mới về khảo cổ học năm 1989, Nxb. Khoa học Xã hội, Hà Nội, tr. 71

Chiếc trống Đông Sơn thứ ba được phát hiện và được đặt tên là trống Xuân Vân I, tìm được ở vườn của một gia đình ở thôn Đồng Dài, xã Xuân Vân, huyện Yên Sơn. Trống nằm ở độ sâu 1,2m. Mặt trống có đường kính 58 cm. Giữa mặt được trang trí ngôi sao có 12 cánh. Đây là trống Đông Sơn muộn.

Chiếc trống đồng thứ tư được tìm thấy cũng ở xã Xuân Vân và được đặt tên là Xuân Vân II. Trống tìm được trong vườn của một gia đình ở thôn Sơn Hạ 4, xã Xuân Vân. Giữa mặt trống là ngôi sao 12 cánh. Trống có niên đại là Đông Sơn muộn.

Với những di tích thời kỳ Sơ sử như các di chỉ cư trú, các di vật như 4 chiếc trống đồng Đông Sơn vừa nêu, đã có thể nói rằng Tuyên Quang là một địa bàn có cư dân Tiền Đông Sơn - Đông Sơn khai phá và cư trú lâu dài. Điều này lại càng chứng minh mảnh đất Tuyên Quang đã thuộc về một bộ của thời Hùng Vương dựng nước mà Đại Nam Nhất Thống Chí đã ghi lại “Đời Hùng Vương xưa là đất nước Văn Lang; đời Tần thuộc Tượng Quận; đời Hán thuộc quận Giao Chỉ”<sup>4</sup>.

## 2. DI TÍCH TÔN GIÁO VÀ TÂM LINH

Di tích tôn giáo ở Tuyên Quang gồm có đình, đền, chùa, miếu. Tôn giáo nhiều khi gắn với tâm linh của các cộng đồng người.

### 2.1. Đình

Đình ở Tuyên Quang không nhiều, nhưng nổi nét nhất vẫn là “mái đình Hồng Thái, cây đa Tân Trào” ở thôn Hồng Thái, xã Tân Trào, huyện Sơn Dương. Trước đây, đình có tên là đình Kim Trần được khởi dựng từ năm Khải Định thứ tư, tức năm 1919. Đây là ngôi đình có kiến trúc gỗ, có sàn gỗ độc đáo. Đình thờ các vị sơn thần và công chúa Ngọc Dung. Hàng năm lễ hội được tổ chức vào mùng 3 tháng giêng âm lịch và các ngày lễ Hạ Điền và Thượng Điền. Đình đã được ghi vào sử sách với sự kiện chủ tịch Hồ Chí Minh về nước năm 1945 đã dừng chân ở đây. Nơi đây còn có lán Nà Lừa, nơi chủ tịch Hồ Chí Minh đã từng ở và làm việc trong những ngày chuẩn bị Cách mạng Tháng tám.



*Các giảng viên của Khoa Du lịch, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội  
đến khảo sát di tích Lán Nà Lừa, Tân Trào, Tuyên Quang*

<sup>4</sup> Quốc sử quán triều Nguyễn (Bản dịch năm 2006), Đại Nam Nhất Thống chí, tập 4, NXB. Thuận Hóa, Huế, 2006, tr. 389

Bên cạnh ngôi đình Tân Trào mang tính chất lịch sử, tại trung tâm của thành phố Tuyên Quang còn có đền thờ chủ tịch Hồ Chí Minh, cũng là nơi nhiều du khách đến thắp hương thường xuyên.

Tuyên Quang còn có nhiều di tích mang tính tôn giáo, tín ngưỡng nữa, có thể kể ra hai cụm chính là chùa và đền.

## 2.2. Chùa

Các nhà quản lý văn hóa đã thống kê ở Tuyên Quang có hơn 30 ngôi chùa. Đáng chú ý là có nhiều ngôi chùa cổ từ thời Lý, Trần. Thậm chí, nhiều chùa vẫn còn đang là phế tích. Những chùa nổi tiếng ở Tuyên Quang như:

- Chùa Phúc Lâm (Phúc Lâm Tự) ở thôn Nà Tông, xã Thượng Lâm, huyện Lâm Bình được xây từ thời Trần, niên đại thế kỷ XIII - XIV.



*Tượng Phật trong chùa Hương Nghiêm (Ảnh: Trịnh Sinh)*

- Chùa Hương Nghiêm (còn gọi là chùa Hang), thuộc thôn Phúc Lộc, xã An Khang, thành phố Tuyên Quang. Chùa được xây từ năm Đại Chính thứ 8, đời Mạc Đăng Doanh (1537). Chùa tựa lưng vào núi Hương Nghiêm, là núi mang hình con rồng. Chùa có phong cảnh hữu tình. Đặc biệt, chùa dựa vào hang đá rộng, nhiều nhũ đá rủ xuống. Chùa Hang vốn được đặt trong hang đá, sau đã mở rộng ra phía đằng trước hang. Hiện nay ở trước cửa chùa còn có 2 tấm bia cổ được khắc trên vách đá.

- Chùa Trùng Quang ở tổ 2, phường Minh Xuân, thành phố Tuyên Quang. Chùa nằm trên khu đất cao, rộng. Chùa trông ra dòng sông Lô, hợp với phong thủy: trước mặt là minh đường là sông Lô, đằng sau là núi Tràng Đà và núi Cồ làm hậu chẩm, phong cảnh hữu tình. Hiện nay chùa còn lưu giữ 4 pho tượng cổ, 2 quả chuông đồng lớn. Đặc biệt, trong khuôn viên của chùa còn một cây nhãn cổ thụ gần 100 năm tuổi.

- Chùa Phật Lâm ở xã Nhữ Hán, huyện Yên Sơn được xây dựng từ thời Lý-Trần, niên đại khoảng thế kỷ X-XIV.

- Chùa Cao Đá, xã Sơn Nam, huyện Sơn Dương, xây từ thời nhà Trần, niên đại thế kỷ XIII - XIV.

- Chùa Đại Bi, xã Xuân Vân, huyện Yên Sơn được xây từ thời Lý Trần.
- Chùa Thiện Kế, huyện Sơn Dương xây từ thời Trần, thế kỷ XIII.
- Chùa An Vinh (còn gọi là An Vinh Thiên Tự), ở tổ 7, xã Hưng Thành, thị xã Tuyên Quang. Chùa được xây dựng vào khoảng đầu thế kỷ XVIII với bằng chứng là tấm bia đá “Tạo tác hưng công bi ký” (Bia ghi về việc công đức dựng chùa) có niên đại Vĩnh Thịnh thứ 16 dưới thời Lê Dụ Tông (1720) có chép về việc xây chùa An Vinh.
- Chùa Bảo Ninh Sùng Phúc ở thôn Làng Tạc, xã Yên Nguyên, huyện Chiêm Hóa. Chùa đang lưu giữ một bảo vật quốc gia là tấm bia “Bảo Ninh Sùng Phúc” ghi lại việc xây chùa vào năm Đinh Hợi, thời Lý Nhân Tông, niên hiệu Long Phù Nguyên Hóa, năm 1107.
- Chùa Nhung ở đôi Pù Chùa, thôn Càng Nộc, xã Hòa Phú, huyện Chiêm Hóa. Các nhà khảo cổ đã tiến hành đào thám sát phế tích này và tìm được các dấu tích kiến trúc, vật liệu xây chùa, mảng trang trí, đồ dùng sinh hoạt bằng đồng, sành, sứ... Đây là vết tích của ngôi chùa cổ từ thời Lý, niên đại thế kỷ XI - XIII.
- Chùa Lang Đạo: Ngôi chùa này chỉ còn lại vết tích và trong câu tục ngữ “Chùa Lang Đạo, gạo Thái Nguyên”. Các nhà khoa học đã tìm được vết tích kiến trúc sân nền chùa có lát gạch hoa chanh. Chùa nằm ở xã Tú Thịnh, huyện Sơn Dương. Chùa có niên đại nhà Trần, thế kỷ XIV.
- Thiên Viện Trúc Lâm chính pháp đã được khởi công ngày 26 tháng 1 năm 2019 tại Núi Dùm, xóm 16, xã Trảng Đà, thành phố Tuyên Quang.

### 2.3. Đền

Những ngôi đền ở Tuyên Quang thường nằm ở gần sông Lô và là nơi mà du khách đến khá đông để cầu cúng. Có thể kể những đền nổi tiếng:

- Đền Hạ (còn được gọi là đền Mẫu Tam Cờ, đền Hiệp Thuận) ở phường Tân Quang, thành phố Tuyên Quang. Đền được xây dựng vào năm 1738 và được xếp hạng di tích quốc gia năm 1992.

- Đền Thượng (còn gọi là Đền Dùm, đền Sâm Sơn, đền Mẫu Dùm, đền Núi Dùm): ở xã Trảng Đà, thành phố Tuyên Quang, thờ Mẫu, được xây dựng vào năm 1801.

- Đền Ý La: ở phường Ý La, thành phố Tuyên Quang, xây vào năm 1747 dưới thời Cảnh Hưng. Đền thờ công chúa Phương Dung, con gái Vua Hùng. Đền được xếp hạng di tích quốc gia vào năm 2016. Trong đền còn giữ được 2 quả chuông cổ, hoành phi, câu đối, sắc phong, thần phả. Đặc biệt còn lưu được 6 bản sắc phong của 4 vua triều Nguyễn là Đồng Khánh, Thành Thái, Duy Tân và Khải Định.

- Đền Cảnh Xanh (còn gọi là đền Cây Xanh) ở phường Minh Xuân, thành phố Tuyên Quang. Đền được xây dựng năm 1935-1936.



Đền Thượng (Ảnh: Trịnh Sinh)

- Đền Kiếp Bạc (còn gọi là Kiếp Bạc Linh từ): ở phường Tân Quang, thành phố Tuyên Quang, ngay bờ sông Lô, được xây dựng từ cuối thế kỷ XIX, thờ Trần Hưng Đạo, có công chống giặc Nguyên Mông.



*Các giáo viên Trường Đại học Văn hóa Hà Nội đi khảo sát di tích đền Ý La (Ảnh: Trịnh Sinh)*

- Bên cạnh các ngôi đền trên, chúng tôi còn thống kê được các ngôi đền khác như: đền Đồng Xuân ở phường Minh Xuân, thành phố Tuyên Quang; đền Pác Tạ ở xã Vĩnh Yên, thị trấn Na Hang; đền Bắc Mục, xã Nhân Mục và đền Thác Cái, đền Thác Con ở xã Yên Phú đều thuộc huyện Hàm Yên; đền Cô Bé Mỏ Than, phường Minh Xuân, thành phố Tuyên Quang; đền Bách Thần, thị trấn Vĩnh Lộc, huyện Chiêm Hóa; đền Trình Hai Cô, phường Nông Tiến, thành phố Tuyên Quang...

Tuyên Quang là tỉnh có khá nhiều ngôi đền thiêng, tập trung ở ven sông Lô. Những ngôi đền này chủ yếu là thờ Mẫu, một tín ngưỡng bản địa lâu đời, xuất phát từ tục thờ cúng tổ tiên, người mẹ sinh thành, bảo hộ, che chở cho cộng đồng vượt qua ghềnh thác. Bên cạnh đó còn có đền thờ anh hùng dân tộc như đức Thánh Trần Hưng Đạo.

### **3. MỘT VÀI ĐỀ XUẤT VỀ DU LỊCH LÂM BÌNH NÓI RIÊNG VÀ TUYÊN QUANG NÓI CHUNG**

- Lâm Bình là một huyện mới tách ra từ huyện Na Hang. Lâm Bình có thể mạnh là thiên nhiên đẹp, hồ thủy điện Tuyên Quang có tuyến tham quan lòng hồ hấp dẫn. Tuy nhiên, Lâm Bình vẫn chưa khai thác được các di sản vốn có của mình. Ví dụ, hang Phia Vài hiện vẫn chưa được khai thác. Theo các lãnh đạo huyện Lâm Bình, hiện tại hang Phia Vài vẫn nằm trên cao độ của hồ Thủy điện. Du khách có thể từ bến thuyền đi thăm “Động người xưa” hiểm cố. Tại sao không đưa di cốt người phụ nữ được chôn 2 vỏ ốc tiền trong hóc mắt về lại hang để tăng sự hấp dẫn khi tham quan về nguồn gốc cách đây vạn năm của người Tuyên Quang? Thế giới cũng đã từng có những tour du lịch như vậy.

- Lâm Bình là nơi có chùa Phúc Lâm thời Trần, là một di tích độc đáo, một ngôi chùa có niên đại thời Trần hiếm hoi ở miền núi phía Bắc. Các nhà khảo cổ đã từng khai quật tại nơi này.

Tuy nhiên, cho đến nay, chưa có mấy du khách đến thăm nơi chùa cổ này. Tại sao không xây một phòng trưng bày nhỏ để hiện vật thời Trần cho khách tham quan

- Cần có một tuyến du lịch liên vùng trong huyện: thăm hồ thủy điện, hang Phia Vài, các bản người dân tộc quanh hồ và chùa Phúc Lâm. Bốn địa chỉ này nếu được phát huy thì sẽ là một sản phẩm du lịch hấp dẫn của Lâm Bình.

- Tuyên Quang có thể mạnh du lịch tâm linh: Đó là những ngôi đền thờ Mẫu ở dọc sông Lô, tập trung ở địa bàn thành phố Tuyên Quang. Đó là những ngôi đền thờ tín ngưỡng khá cổ của người Việt Nam. Không phải ngẫu nhiên mà từ khi đạo Mẫu được phục hồi và phát triển, số người đi lễ, hầu đồng về miền thượng du Tuyên Quang khá nhộn nhịp. Có thể đây là một tiềm năng lớn về mặt di tích tôn giáo, tín ngưỡng, nhất là tín ngưỡng thờ Mẫu rừng xanh (Mẫu thượng ngàn).

Nhiều đền này được xây ở bờ sông Lô và cửa ra bến sông khá đẹp (như trường hợp đền Hạ). Vậy tại sao không tổ chức tour du lịch sông Lô để đến thăm các đền, vừa đi lễ vừa tham quan đôi bờ sông Lô?

- Một trong những chỗ chưa mạnh của du lịch Tuyên Quang là truyền thông. Một miền đất đẹp từ người đến di sản, tâm linh nhưng nếu chưa có sự quảng bá đúng tầm thì vẫn chỉ là cách làm du lịch tiêu nông. Muốn vậy phải có sự tuyên truyền, giáo dục, tiếp thị để làm sao du lịch Tuyên Quang được nhiều người biết đến hơn

- Vấn đề sản phẩm du lịch cần hấp dẫn hơn. Muốn vậy phải đầu tư cho đội ngũ những người có chuyên môn làm du lịch để viết thuyết minh sâu sắc hơn, có sản phẩm địa phương khi chia tay mang về. Tránh mọi sự nhàm chán mà các di tích, danh lam thắng cảnh nào cũng giống nhau.

Với tiềm năng du lịch, Tuyên Quang cần tìm ra lối đi riêng của mình, ví dụ khai thác du lịch di sản, tâm linh thì chắc sẽ thu hút được nhiều du khách hơn nữa.



*Một điểm du lịch hấp dẫn: Du lịch tham quan lòng hồ thủy điện (Ảnh: Trịnh Sinh)*



## LAM BINH TOURISM POTENTIALITY - TUYEN QUANG: PREHISTORIC RELICS AND RELIGION

**Trinh Sinh**

*Institute of Archeology*

### **Abstract**

Tuyen Quang is the land where people lived from the Hoa Binh Neolithic cultural period with Phia Vai cave (Lam Binh), Chiem Hoa bronze drum and some vestiges of pre-Dong Son and Dong Son culture. It also has a famous religious relics like Phuc Lam Pagoda (Lam Binh) and many other temples. The author assessed the values of this monument in the general context of Vietnamese history.

The tourism exploitation in Lam Binh - Tuyen Quang has been done quite well. However, we care about strengths as natural landscapes or festivals of ethnic minorities. Meanwhile, the tourism segment is still disregarded. The author analyzes the current situation of this tourism segment and has some recommendations on the solution to develop “back to home” tours so that visitors can know the history of the land and people here.

### **Keywords**

Tourism, Lam Binh, prehistoric relics, religion

## DETERMINATION OF CONDITION FACTORS WITH ASSESSING INDICATORS IN COMMUNITY TOURISM DEVELOPMENT OF LAM BINH, TUYEN QUANG

**Bui Xuan Nhan**  
**Nguyen Thi Quynh Huong**  
*Thuongmai University*

### Abstract

With the advantages of natural conditions - possessing many majestic landscapes, diverse ecosystems and the richness of customs and habits of ethnic minorities, Lam Binh is gradually becoming a new, attractive tourist destination to domestic and foreign tourists. Accordingly, Lam Binh is considered to be a place where all necessary and sufficient conditions are met to develop the type of community tourism, contributing significantly to the tourism development of Tuyen Quang. From that fact, the article selects the Delphi method to identify the conditional factors with the evaluation indicators for developing community-based tourism type of Lam Binh; propose a research framework to contribute to promote Lam Binh tourism in particular and Tuyen Quang tourism in general in the coming time.

### Keywords

Lam Binh tourism, Tuyen Quang, community tourism, Delphi method

### INTRODUCTION

Lam Binh is a highland district in the north of Tuyen Quang province; It is considered to be a land of beautiful and rare natural landscapes in the northern mountainous region. The most prominent are 99 mountains in Thuong Lam commune such as "Ha Long in the middle of forests" or "Babilon Garden". There is primeval forest with rich vegetation, preserving many rare and precious animals. In addition, the land of Lam Binh imbued with national identity, many unique customs and habits of the Tay, Dao and Mong ethnic groups are also preserved. In particular, the Long tong festival of the Tay ethnic group has been recognized as a national intangible cultural heritage. With such unique advantages, recently, Lam Binh has invested in strongly developing the type of community tourism, building cultural villages associated with developing community based tourism such as: Cultural Village - travel to Na Tong and Na Dong hamlets, Thuong Lam commune; Na Muon of Commune Khuon Ha,... Lam Binh has implemented tourism development in close association with preserving the national cultural identity, preserving and embellishing cultural and historical relics, landscapes, restore traditional festivals and trade villages; develop high-quality agricultural products, especially local specialties for economic development and tourism.

Based on the above practical situation, there have been many studies on tourism development of Tuyen Quang in general and Lam Binh's tourism development in particular. However, the literature review shows that most of the research focuses on resources and solutions to develop tourism in Tuyen Quang or Lam Binh in the future. The identification of conditional factors as well as the identification of evaluation indicators for community tourism

development - the strength of Lam Binh has not been clearly and specifically mentioned by the studies. This is an important reason for the selection of the Delphi method in this study in order to identify the conditions with evaluation indicators to develop the type of community tourism of Lam Binh. From there, propose a new research framework for further studies.

## **1. LITERATURE REVIEW**

### **1.1. Delphi method**

The Delphi method is a method that is “based on structural surveys, using the information of experts and being widely used as an effective method to obtain consensus from experts about a solution to certain problems or modeling” (Lipschitz and McDonald, 1991; Hsu and Sandford, 2007). Therefore, it has qualitative and quantitative results and is essentially discoverable, predictive, even normative factors (Milier, 2006). Studies on the Delphi method have clearly shown that the problem is not methodologically, but rather the practical application of the Delphi method. However, the high consensus is that Delphi is an expert investigation method in which experts do not know each other and the survey can be done by a number of rounds, in which the following round is provided. Reference results from the previous round. Therefore, Delphi is considered a close group communication process (Skulmoski and partners, 2007).

The "anonymity" of participants allows participants to express their opinions freely without any pressure. This is the basic difference between the expert method and the Delphi method.

The fact also shows that the application of Delphi method does not have a big difference in the number of repetitive survey rounds of experts, mostly 1-3 rounds. However, the number of Delphi members may vary from a few experts to hundreds of experts (Skulmoski and partners, 2007). For example, the study of Kuo and Yu (1999) is a round with 62 experts, Lam and partners (2000) are 3 rounds with 3 experts, etc. Thus, Delphi is not a rigid method, but it can be adjusted to suit each specific research condition and problem.

For the experts involved in Delphi research, it is necessary to select the appropriate subjects because it directly affects the quality of the survey results. Subjects are considered eligible to join Delphi when they have expertise and experience related to research issues, capable of contributing useful results (Hsu and Sandford, 2007). It is emphasized that Delphi experts should be qualified and preferably already in leadership positions in the relevant field (Ludwig, 1997; Milier, 2006).

### **1.2. Community tourism**

Community tourism or Community Based Tourism comes from the village tourism activities formed in the 1970s. Through the development process, governments, social organizations. it is recognized that economic, political, cultural and social issues in the village area will greatly be improved if community-based tourism development activities take place. Services provided by local communities imbued with cultural identity plus the opportunity to integrate into the community become an element of attracting tourists and improving the lives of local communities.

Over the past time, there have been many notions about community based tourism. According to researchers Nicole Hausle and Wolfgang Strasdas (2009): “Community tourism is a form of tourism in which local people mainly develop and manage. The economic benefits

from tourism will contribute to the local economy”. According to the Responsible Ecological Social Tours organisation (1997), the community is a "tourism-oriented way of promoting the environment and social culture. Community based tourism is owned and managed by the community, for the community and allows tourists to raise awareness and learn about the community and their daily lives”.

Following the ASEAN standard, “Community based tourism is a type of tourism that seeks to empower the community to manage tourism growth and achieve relevant goals, welfare and sustainable development of economy, society and environment”. Accordingly, community based tourism includes not only a partnership between the tourism business and the local community to distribute benefits to both parties, but also includes the community helping the tourism business and vice versa, businesses also support the development community to improve collective welfare.

Thus, from the above concepts, community based tourism is understood as “Community - owned tourism activities, implemented, managed or operated locally. Community based tourism provides visitors with experiences of local life, in which local communities directly participate in tourism activities and gain socio-economic benefits from their activities: travel, responsibility for protecting natural resources, environment and local culture”.

### **Forms of community tourism**

Types of tourism are suitable for community tourism when they are owned and managed by the community: Ecotourism, Agricultural tourism, Cultural tourism,... Besides, promoting local arts and crafts development is also considered an important component of community tourism.

### **Benefits from community tourism**

Community Tourism brings many positive impacts to the community, namely:

- Provide opportunities, create more jobs for local communities;
- Facilitate the development of the local economy through the sale of tourism products and services;
- Contribute to preserving and promoting the indigenous cultural values;
- Providing markets for local goods and services;
- Contribute to improving the image of the locality and the nation.

## **2. RESEARCH METHODS**

From the literature review, the identification of specific factors that are the condition for the development of community tourism of Lam Binh has not been clearly mentioned in previous studies; Therefore, in order to identify and seek consensus more objectively, the Delphi method was chosen to be used in this study.

Through focus group discussions (including some travel experts and some local tour guides), the author selected and formulated elements and indicators to evaluate the conditions for developing community based tourism of Lam Binh. On that basis, the author designed a structured questionnaire and sent it to 15 experts using online information surveys (Google Docs), including 3 experts of EU - ESRT project; 2 management leaders of the Department of Culture, Sports and Tourism; 5 local managers and 5 tourism business managers.

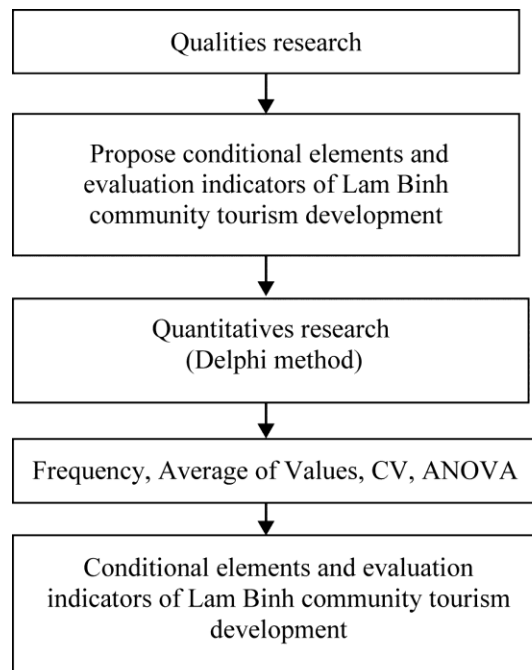


Figure 2.1. Procedure of Delphi method in determination conditional elements and evaluation indicators of Lam Binh community tourism development

The data collected from the questionnaire of experts is aggregated and analyzed by descriptive statistics to assess the level of agreement of experts (on a Likert scale 5, with the result 1- Very unimportant; 5- Very important. Values with an average of values below 3.5 will be excluded from the study frame) for each specific factor and proposed measurement, variance analysis (ANOVA) for comparison of opinions among experts according to some classification criteria. At the same time, the CV (Coefficient of Variation) is used to measure the level of expert disagreements, so that there may be a solution for resolving expert disagreements (if any). The specific procedure is as follows (Figure 2.1)

### 3. RESEARCH RESULTS AND DISCUSSION

Through focus group discussions (including some travel experts and some local tour guides), the author proposes the conditions for community tourism development of Lam Binh with the following specific evaluation indicators (Table 3.1):

Table 3.1. Conditional elements and evaluation indicators of Lam Binh community tourism development

Elements	Evaluation indicators
<b>1. Tourism resources</b>	(1) Attractive natural landscapes; (2) Favorable climate and weather ; (3) Abundant plant system.
Natural tourism resources	(1) Various cultural heritage; (2) Abundant and various food;
Cultural tourism resources	(3) Various cultural events and traditional festivals; (4) Unique traditional craft villages
<b>2. Participation of local community into tourism activities</b>	(1) Local people take part in community based tourism activities enthusiastically; (2) Locals have awareness of preserving and developing local tourism; (3) Local ones are friendly and hospitable.

Elements	Evaluation indicators
<b>3. Community based tourism products</b>	(1) Community tourism products are various and unique; (2) Community tourism products meet the need of tourists.
<b>4. Tourism personnel</b>	(1) Suitable qualification; (2) Good foreign languages; (3) Good communication skill; (4) Good skills to handle situations.
<b>5. Infrastructure and technology for tourism</b>	(1) Convenient transport system; (2) Stable electricity, water supply and drainage system; (3) Convenient communication system; (4) Various and standard accommodation; (5) Various and standard restaurants; (6) Attractive entertainment system; (7) Various shopping system; (8) Various and safe tourism transport; (9) Other convenient facilities systems (medical, banks, beauty salons, repair shops, public toilets ...)
<b>6. Tourism destination management</b>	(1) Having clear development zoning; (2) Preserving and protecting the environment; (3) Ensuring security and social order; (4) Ensuring food safety, live, property for tourists; (5) Receiving and solving appropriately tourists' requests.
<b>7. Convenient access to travel destinations</b>	(1) Convenient access to travel destinations; (2) Convenient connect with other destinations.

*Source: The author's research and summary*

The results of the study showed that experts highly appreciated the proposal of conditional factors with evaluation indicators for the development of community tourism in Lam Binh.

Experts agreed with 7 conditional factors to develop community tourism of Lam Binh. On the other hand, an analysis of variance of one factor shows that there is almost no statistically significant difference in experts' opinion on all proposed measures ( $P \leq 0.01$ ) according to the age criteria, field of work, seniority of work related to tourism. The analysis of the coefficients of variation also shows that most of them have values lower than 24%. Except for indices that are not highly appreciated by experts, there is a much higher CV value and this is also the reason why these indicators are excluded. This reflects a high level of agreement among experts on the conditions for Lam Binh's community tourism development and evaluation indicators. With this result, the study could only be conducted through a structured questionnaire for experts.

For the specific evaluation indicators, the survey results also show that expert opinion has high consensus with most of the proposed indicators. Of the 32 indicators, there are only two ones which experts think that they are not really important. The main reason for this is the characteristics of the type of community based tourism itself. Specifically (Table 3.2):

Table 3.2. Experts' opinions about conditional elements and evaluation indicators of community tourism development in Lam Binh

Elements	Evaluation indicators	Average of values	Coefficient of Variation (%)
<b>1. Tourism resources</b> Natural tourism resources  Cultural tourism resources	(1) Attractive natural landscapes;	4,60	17,54
	(2) Favorable climate and weather;	4,15	19,25
	(3) Abundant plant system.	4,32	18,10
	(1) Various cultural heritage;	4,68	22,41
	(2) Abundant and various food;	4,55	33,12
	(3) Various cultural events and traditional festivals;	4,66	43,21
	(4) Unique traditional craft villages.	4,35	32,24
	<b>2. Participation of local community into tourism activities</b>	(1) Local people take part in community based tourism activities enthusiastically;	4,52
(2) Locals have awareness of preserving and developing local tourism;		4,65	22,69
(3) Local ones are friendly and hospitable.		4,61	25,15
<b>3. Community based tourism products</b>	(1) Community tourism products are various and unique	4,55	23,15
	(2) Community tourism products meet the need of tourists.	4,66	20,27
<b>4. Tourism personnel</b>	(1) Suitable qualification;	4,55	18,23
	(2) Good foreign languages;	4,22	32,21
	(3) Good communication skill;	4,65	19,42
	(4) Good skills to handle situations;	4,67	19,05
	(5) Good moral qualities.	4,75	17,44
<b>5. Infrastructure and technology for tourism</b>	(1) Convenient transport system;	4,57	21,56
	(2) Stable electricity, water supply and drainage system;	4,42	19,45
	(3) Convenient communication system;	4,36	18,83
	(4) Various and standard accommodation;	4,55	21,42
	(5) Various and standard restaurants;	4,48	20,09
	(6) Attractive entertainment system	3,45	18,95
	(7) Various shopping system;	3,37	19,31
	(8) Various and safe tourism transport;	4,57	19,51
	(9) Other convenient facilities systems (medical, banks, beauty salons, repair shops, public toilets...)	4,32	20,08

Elements	Evaluation indicators	Average of values	Coefficient of Variation (%)
<b>6. Tourism destination management</b>	(1) Having clear development zoning;	4,75	14,06
	(2) Preserving and protecting the environment;	4,66	19,51
	(3) Ensuring security and social order;	4,64	45,12
	(4) Ensuring food safety, live, property for tourists;	4,68	18,44
	(5) Receiving and solving appropriately tourists' requests.	4,65	32,24
<b>7. Convenient access to travel destinations</b>	(1) Convenient access to travel destinations;	4,57	44,19
	(2) Convenient connect with other destinations.	4,55	34,46

Source: Processing author's survey data

There are 2 assessment indicators with an average value below 3.5: diversified and attractive entertainment systems (3.45) and diverse shopping facilities (3.37) of the tourism infrastructure and material elements is excluded from the study framework. The exclusion of these two indicators also reflects the fact that the level of the entertainment and shopping system's impact on the development of community based tourism is not much. And the research framework is determined by the Delphi method including 7 conditions and 30 indicators for evaluating community tourism development of Lam Binh.

## CONCLUSION

With the use of Delphi method, the study has proposed a research framework with 7 elements of conditions and 30 indicators for community tourism development evaluation of Lam Binh. The study also specifies the provision of additional case studies using the Delphi methodology and affirms the superiority of this method over the expert method thanks to the objectivity of the results. This is also a scientific and practical basis for identifying conditional factors with evaluation indicators for the development of community tourism in Lam Binh, contributing to the strong development of tourism Lam Binh community in particular and Tuyen Quang in general in the coming time and opening a new research direction for the next research.

## REFERENCES

1. Hsu and partners (2007), *The Delphi Technique: Making sense of consensus*, Practical Assesment, Research and Evaluation, Vol 12.
2. Lipschitz and McDonald (1991), *Real Exchange Rates and Competitiveness: A Clarification of Concepts and Some Measurements for Europe*, IMF Working Paper.
3. Milier (2006), *Determining what could/should be: The Delphi technique and its application*, Research Association, Ohio.
4. Murray C. Simpson (2007), *Community Benefit Tourism Initiatives - A conceptual oxymoron?*, Oxford OX1 3QY, UK
5. Skulmoski and partners (2007), *The Delphi Method for graduate research*, Journal of Information Technology Education, Vol 6.



6. Phạm Trung Lương (2010), *Teaching materials on community tourism*, Tourism Development Research Institute, Vietnam National Administration of Tourism.
7. Vo Que (2006), *Community tourism - theory and application*, Science and Technology Publishing House.
8. dulichlambinh.gov.vn

## **XÁC ĐỊNH CÁC YẾU TỐ ĐIỀU KIỆN VỚI CÁC CHỈ TIÊU ĐÁNH GIÁ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TẠI LÂM BÌNH, TUYÊN QUANG**

**Bùi Xuân Nhàn, Nguyễn Thị Quỳnh Hương**  
*Trường Đại học Thương mại*

### **Tóm tắt**

Với lợi thế về điều kiện tự nhiên - sở hữu nhiều cảnh quan hùng vĩ, hệ sinh thái đa dạng và sự phong phú về phong tục, tập quán của người dân tộc thiểu số, Lâm Bình đang dần trở thành một địa điểm du lịch mới, hấp dẫn đối với khách du lịch trong và ngoài nước. Theo đó, Lâm Bình được coi là nơi đáp ứng đủ các điều kiện cần và đủ để phát triển loại hình du lịch cộng đồng, góp phần quan trọng vào sự phát triển du lịch của Tuyên Quang. Từ thực tế đó, bài viết chọn phương pháp Delphi để xác định các yếu tố có điều kiện với các chỉ số đánh giá để phát triển loại hình du lịch dựa vào cộng đồng của Lâm Bình; đề xuất khung nghiên cứu góp phần thúc đẩy du lịch Lâm Bình nói riêng và du lịch Tuyên Quang nói chung trong thời gian tới.

### **Từ khóa**

Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang, du lịch cộng đồng, phương pháp Delphi

# BÀI HỌC KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG NGHIỆP TRÊN ĐỊA BÀN HUYỆN LÂM BÌNH, TỈNH TUYÊN QUANG

**Tô Ngọc Thịnh**

*Trường Đại học Thương mại*

## Tóm tắt

Du lịch nông nghiệp là loại hình du lịch còn tương đối mới mẻ và có nhiều tiềm năng phát triển ở nước ta hiện nay. Thông qua việc khảo sát thực tế các điều kiện tự nhiên, kinh tế - xã hội của huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang, tác giả nhận thấy đây là địa phương có nhiều điều kiện phù hợp để phát triển loại hình du lịch nông nghiệp. Trên cơ sở nghiên cứu kinh nghiệm phát triển du lịch nông nghiệp thành công của ba địa phương tiêu biểu trong nước là Làng rau Trà Quế (Quảng Nam), huyện Ba Vì (Hà Nội) và tỉnh An Giang, tác giả rút ra một số bài học có thể áp dụng cho huyện Lâm Bình nhằm phát triển du lịch nông nghiệp trên địa bàn huyện trong thời gian tới, góp phần phát triển du lịch nói chung, phát triển kinh tế - xã hội địa phương nói riêng. Bài viết chủ yếu sử dụng phương pháp nghiên cứu tại bàn cùng các dữ liệu thứ cấp để làm rõ vấn đề nghiên cứu đặt ra.

## Từ khóa

Du lịch nông nghiệp; loại hình du lịch; kinh nghiệm; phát triển

## 1. KHÁI LUẬN CƠ BẢN VỀ DU LỊCH NÔNG NGHIỆP

### 1.1. Khái niệm du lịch nông nghiệp

Du lịch nông nghiệp được mô tả là hoạt động thăm viếng nông trại nông nghiệp hoặc bất cứ hoạt động làm vườn, canh tác hay kinh doanh nông nghiệp nào để được thưởng lãm, học hỏi và tham gia vào các hoạt động đó.

Loại hình du lịch nông nghiệp bắt đầu được thế giới quan tâm nghiên cứu từ những năm 90 của thế kỷ XX và mới được mạnh mẽ phát triển ở Việt Nam.

Theo Duncan Hilchey (1993) thì: “Du lịch nông nghiệp là loại hình du lịch do người chủ hoặc người điều hành nông trại triển khai kinh doanh nhằm mục đích nâng cao kiến thức và thư giãn giải trí đối với công chúng, quảng bá các sản phẩm của nông trại và từ đó tăng thêm thu nhập cho nông trại”.

Theo tác giả Ramiro E.Lobo (1999) thì: “*Du lịch nông nghiệp là khái niệm chỉ hoạt động đến tham quan một nông trại hoặc bất kỳ một cơ sở nào hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp nhằm mục đích thư giãn giải trí, nâng cao nhận thức, có thể chủ động tham gia vào hoạt động của nông trại hoặc cơ sở đó*”.

Cục Bảo tồn Tài nguyên Thiên nhiên thuộc Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (2004) thì cho rằng: “Du lịch nông nghiệp là hoạt động mời công chúng vào một trang trại để tham gia vào những hoạt động khác nhau và trải nghiệm những hoạt động nông nghiệp. Những hoạt động du lịch nông nghiệp bao gồm ăn ở, câu cá, săn bắn, tự hái rau quả, trồng ngô...”

Theo Bùi Thị Lan Hương (2010) thì: “*Du lịch nông nghiệp là một loại hình du lịch riêng lẻ dựa trên việc khai thác tài nguyên sản xuất nông nghiệp, chủ thể tham gia du lịch là người nông dân, không gian du lịch là trang trại, đồng ruộng, có thể gây xung đột lợi ích với cộng đồng*”.

Hầu hết các khái niệm được tổng kết đều thống nhất ở điểm là du lịch nông nghiệp diễn ra ở những nông trại đang vận hành hay những nông trại thương mại.

Như vậy, có thể hiểu: “*Du lịch nông nghiệp là một hình thức đưa khách du lịch trở về với thiên nhiên, tìm hiểu cách sinh hoạt của những người nông dân hoặc tham gia vào quá trình sản xuất nông nghiệp và hưởng thụ những sản phẩm do chính mình làm ra*”.

## 1.2. Đặc điểm của du lịch nông nghiệp

Để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách hiện đại, ngành Du lịch luôn có những chuyển mình tích cực và tạo ra các sản phẩm du lịch độc đáo thu hút khách. Trong đó loại hình du lịch nông nghiệp là một phân khúc thị trường du lịch mới lạ và bổ ích. Đây là sự kết hợp đa dạng của các vùng nông thôn, những nghiệm trải nghiệm ẩm thực và những khu vui chơi giải trí ngoài trời.

Một kỳ nghỉ lý tưởng đồng nghĩa với việc làm thỏa mãn mọi nhu cầu của du khách. Một số người thích tắm nắng trên bãi biển cạnh một số khách sạn 5 sao, hay nghỉ dưỡng lâu dài ở một thành phố và tham quan phòng tranh hay viện bảo tàng. Trong khi số khác thích phiêu lưu trên những đỉnh núi cao chót vót hay những dòng sông hiểm trở và có thể là những ngọn đồi thăm thẳm. Khác hẳn với hai hình thức này, du lịch nông nghiệp ra đời và lan rộng khắp thế giới. Nó bao gồm du lịch sinh thái, du lịch đến những vùng nông thôn, vùng dân tộc, trải nghiệm ẩm thực, vui chơi, giải trí hoặc du lịch địa lý.

- Đặc điểm đầu tiên của du lịch nông nghiệp là sự đa dạng. Du khách có thể nghỉ dưỡng tại một ngôi làng bên bờ hồ, một biệt thự hướng ra nhà máy sản xuất rượu vang hoặc thậm chí là một trang trại, nơi mà du khách có thể làm việc ở đó. Đặc biệt sáng kiến “những tình nguyện viên trên trang trại” xuất hiện trên toàn thế giới và phổ biến ở 33 quốc gia. Đến với sản phẩm du lịch này, du khách được trải nghiệm cuộc sống thực tế ở bất kỳ một trang trại nào.

- Phần lớn du lịch nông nghiệp hướng đến trải nghiệm một nền văn hóa mới, tránh xa nhịp sống hối hả nơi đô thị. Đó là thưởng ngoạn một khung cảnh thiên nhiên tuyệt đẹp và nghỉ dưỡng trong một ngôi nhà chung ấm cúng cùng với nhiều hoạt động như leo núi, câu cá, cưỡi ngựa và cưỡi xe trượt tuyết...

- Du lịch nông nghiệp là hình thức phát triển mối giao hòa về mặt tự nhiên, văn hóa và con người giữa các vùng đô thị và nông thôn thông qua việc đến ở hoặc tham gia có mục đích nhằm hưởng thụ các sản vật địa phương tại từng hộ nông dân hoặc các trang trại. Du lịch nông nghiệp là một loại hình du lịch tạo ra sản phẩm du lịch dịch vụ, du khách chủ yếu dựa vào nền tảng của hoạt động sản xuất nông nghiệp. Do vậy tài nguyên của loại hình du lịch này là tất cả những gì phục vụ cho hoạt động sản xuất nông nghiệp, từ tư liệu sản xuất, đất đai, con người, quy trình sản xuất, phương thức tập quán kỹ thuật canh tác, và sản phẩm làm ra... cho đến những yếu tố tự nhiên liên quan đến sản xuất nông nghiệp như khí hậu, thời tiết canh tác đều là cơ sở tài nguyên cho du lịch nông nghiệp.

- Không gian tổ chức các hoạt động nông nghiệp cho du khách là các trang trại, đồng ruộng, vườn cây, rừng trồng đến cả những ao nuôi, cơ sở thuần dưỡng động thực vật hoang dã...

- Chủ thể tham gia tổ chức du lịch nông nghiệp có thể là chủ hộ nhà vườn, chủ rừng, chủ trang trại, chủ cơ sở hợp tác xã nông nghiệp, chủ doanh nghiệp nông nghiệp...

- Du lịch nông nghiệp thiên về học hỏi, trải nghiệm hoạt động sản xuất nông nghiệp, thường thức vẻ đẹp cảnh quan nhân văn do hoạt động sản xuất nông nghiệp tạo nên tại điểm tham quan.
- Du lịch nông nghiệp ít có tác động tiêu cực đến tài nguyên nếu có giáo dục về môi trường, có tiếp xúc với cộng đồng địa phương và góp phần giữ gìn các giá trị truyền thống nhờ việc tiêu thụ được những sản phẩm nông, lâm, ngư nghiệp và các sản phẩm thủ công truyền thống. Lợi nhuận từ hoạt động du lịch là để bảo toàn và phát huy nền văn hóa bản địa.
- Nguồn lao động dồi dào vì phục vụ khách du lịch chủ yếu là người dân địa phương. Họ là người được sinh ra và lớn lên trên mảnh đất nông nghiệp nên rất am hiểu cuộc sống nông nghiệp, các phương thức kỹ thuật canh tác và có nhiều kinh nghiệm trong hoạt động nông nghiệp. Vì vậy người dân địa phương sẽ hướng dẫn cho du khách tham gia các hoạt động nông nghiệp một cách nhiệt tình, chu đáo, đem lại cho du khách nhiều niềm vui và kiến thức bổ ích.
- Du lịch nông nghiệp có chi phí thấp hơn so với các loại hình du lịch khác do các thiết bị và cơ sở vật chất phục vụ cho hoạt động du lịch đơn giản nhưng đã đủ để thỏa mãn nhu cầu du lịch. Do đó, du lịch nông nghiệp ngày càng thu hút được nhiều khách du lịch đến tham quan.

### 1.3. Các loại hình du lịch liên quan đến nông nghiệp

Cũng giống với nhiều loại hình du lịch khác, du lịch nông nghiệp được phân chia thành nhiều loại hình du lịch khác nhau, tùy thuộc vào các tiêu chí đưa ra. Hiện nay đa số các chuyên gia về du lịch nông nghiệp Việt Nam phân chia các loại hình du lịch theo các tiêu chí cơ bản dưới đây:

#### *Du lịch tự nhiên, mang tính giải trí*

Du lịch tự nhiên, mang tính giải trí là loại hình du lịch mà khách được về những vùng thiên nhiên để tìm hiểu, hiểu biết về những cái mới lạ của những vùng có nhiều cảnh vật và tự nhiên đẹp. Loại hình này phát triển tại nhiều địa phương và du khách được tham quan ngắm cảnh nhằm giải tỏa stress, thư giãn hay tìm hiểu những nét đẹp của thiên nhiên như núi rừng, thác nước, loại cây hay sinh vật lạ tại các điểm đến.

#### *Du lịch văn hóa quan tâm tới văn hóa lịch sử và khảo cổ của địa phương*

Đây là loại hình mà du khách quan tâm nhiều tới những truyền thống văn hóa của địa phương hay văn hóa của người dân địa phương, khách muốn tìm hiểu về những lịch sử hình thành hay truyền thuyết của địa phương, những di tích khảo cổ của địa phương. Loại hình này cũng khá phát triển tại Việt Nam. Nước ta là một nước có truyền thống lâu đời với lịch sử hào hùng... do đó, tạo điều kiện cho việc phát triển loại hình này. Với 54 dân tộc anh em, mỗi dân tộc mang một nét văn hóa riêng hòa trong cái chung của đất nước tạo nên sự phong phú cho du khách khi tìm hiểu văn hóa tại mỗi địa phương cùng với những phong tục tập quán và lịch sử của địa phương đó.

#### *Du lịch sinh thái quan tâm tới việc bảo vệ nguồn lợi tự nhiên cũng như phúc lợi, giá trị văn hóa của người địa phương*

Là một loại hình sinh thái nhưng loại hình này có sự quan tâm tới việc bảo vệ môi trường của du khách. Du khách muốn làm những công việc xã hội và bảo tồn các giá trị văn hóa, vừa tìm hiểu vừa góp phần bảo vệ và cải thiện môi trường những nơi mình tham quan. Ngày nay, du khách ngày càng quan tâm nhiều hơn đến môi trường và du khách cũng sẵn sàng bỏ thêm chi phí nhằm bảo vệ môi trường. Ở nước ta, loại hình du lịch sinh thái đã phát triển mạnh nhưng ý thức

bảo vệ môi trường hay bảo vệ các giá trị tại địa phương thì chưa phát triển. Có lẽ là do ý thức của chính người làm du lịch, do vậy mà ý thức bảo vệ môi trường của khách không cao, đặc biệt là khách nội địa.

*Du lịch làng xã, trong đó du khách chia sẻ với cuộc sống làng xã và dân làng được hưởng các lợi ích kinh tế do du lịch mang lại*

Đây là loại hình đặc trưng của du lịch nông nghiệp bởi loại hình này tạo nên sự gắn gũi của người dân địa phương và du khách tham gia loại hình này được chia sẻ, cùng làm với người dân để họ hiểu hơn về những sự vất vả cũng như niềm vui trong lao động ở nông thôn, biết về công việc ở nông thôn của những người nông dân.

Loại hình du lịch này đã có và phát triển ở nước ta trong vài năm gần đây và được khách du lịch, đặc biệt khách quốc tế rất yêu thích. Một số chương trình được thực hiện như: Khách quốc tế ăn Tết tại nhà dân, hay loại hình Homestay. Du khách được chứng kiến và chia sẻ cái Tết cùng với người dân, cảm nhận được không khí đón Tết Nguyên đán của người dân, họ tìm hiểu được nét văn hóa của người dân bản địa. Họ được gói bánh chưng, cùng đi chúc Tết, đi chơi hội ngày xuân hay làm các món ăn của người dân, được sống thử cuộc sống của người dân mà họ chưa bao giờ được sống hoặc họ muốn tìm lại những hồi ức trước kia. Du khách quốc tế rất thích loại hình du lịch này.

*Du lịch nông nghiệp, trong đó khách du lịch tham quan và tham gia vào các hoạt động nông nghiệp truyền thống, không phá hoại hay làm giảm năng suất cây trồng của địa phương*

Loại hình này ở nhiều nơi thường được cho là du lịch nông thôn nhưng thực ra đây là loại hình phổ biến nhất của du lịch nông nghiệp bởi ở nông thôn thường làm nông nghiệp nên nhiều quốc gia và ngay cả Việt Nam đôi khi cũng đồng hóa hai khái niệm này. Loại hình này được du khách yêu thích bởi có lẽ du khách nói chung, và đặc biệt là khách quốc tế thì dường như các công việc của nông nghiệp thì ít được tiếp xúc, do vậy mà tạo nên sự mới mẻ và thích thú. Tham gia vào du lịch nông nghiệp, du khách được làm các công việc như: gieo mạ, gặt lúa, tát nước vào ruộng hay cùng tham gia trồng rau với bà con nông dân.

Họ được tham gia vào các công việc trong nông nghiệp, những công việc tưởng chừng như đơn giản nhưng lại rất thú vị. Nông nghiệp cung cấp lương thực cho chúng ta như gạo, các loại rau quả và thịt... nhưng ít ai biết trồng rau, hái quả như thế nào. Bởi vậy mà du lịch nông nghiệp thu hút rất nhiều khách du lịch và chủ yếu là khách quốc tế. Loại hình này mới được phát triển, mới được triển khai ở nước ta cách đây vài năm theo dự án hỗ trợ của Hà Lan, nhưng bước đầu đã đem lại hiệu quả đáng kể. Do vậy mà giờ được nhân rộng phát triển tại nhiều nơi như Hà Giang, Sơn La, Lào Cai, Yên Bái, Ba Vì và nhiều tỉnh khác ở phía Nam như du lịch vùng Đồng bằng sông Cửu Long.

## **2. KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG NGHIỆP TẠI MỘT SỐ ĐỊA PHƯƠNG VÀ BÀI HỌC CHO LÂM BÌNH, TUYẾN QUANG**

### **2.1. Kinh nghiệm phát triển du lịch nông nghiệp tại một số địa phương**

#### *2.1.1. Kinh nghiệm phát triển du lịch nông nghiệp của làng rau Trà Quế, Quảng Nam*

Trà Quế là làng rau đã hơn 500 tuổi, nằm bên dòng sông Đé Vông thơ mộng thuộc xã Cẩm Hà, trồng rau đã trở thành một thứ nghề gia truyền và quả thật ở đây người nông dân chưa bao giờ để cho đất nghỉ. Rau trà quế không chỉ có vị thơm ngon mà còn đẹp, không sử dụng các loại

thuốc tăng trưởng nên rất đảm bảo an toàn thực phẩm. Và có lẽ cũng chính vì vậy mà nơi đây thu hút nhiều khách du lịch quốc tế, mỗi năm, làng này đón hơn 2 nghìn khách du lịch quốc tế và hàng chục đoàn khách tham quan, học tập mô hình làm rau sạch đến từ nhiều địa phương trong cả nước. Làng rau Trà Quế đã thực hiện một số chính sách để phát triển và thu hút khách du lịch như sau:

*Thứ nhất*, làng rau Trà Quế đã xây dựng tổ chức các tour du lịch và sản phẩm du lịch như tour “Một ngày làm cư dân làng rau Trà Quế”, giúp du khách có dịp chiêm ngưỡng những luống rau xanh mơn mẫm, dài tít tắp. Nếu muốn được trải nghiệm công việc nhà nông tại đây, du khách có thể khoác lên mình bộ quần áo nông dân, đôi dép lê, chiếc nón lá để vào vai một người nông dân thực thụ để tự tay cuốc đất, vun luống, gieo hạt và chăm sóc rau dưới sự hướng dẫn tận tình của người dân địa phương. Sau một ngày lao động vất vả, du khách sẽ cùng với người dân nơi đây thưởng thức các món ăn đặc sản ăn kèm với các loại rau xanh của làng như: bánh đập, bánh vạc, hến trộn, tôm hũ, cao lầu Hội An...

Các sản phẩm du lịch khách có thể tham gia cùng như dự hội cầu Bông, lễ hội này thu hút đến 500 du khách quốc tế tham dự. Khách du lịch cùng thi các phần thi truyền thống như gói tôm hũ, làm nông dân giỏi.

*Thứ hai*, đưa ra các quy hoạch, định hướng, kế hoạch và đầu tư xây dựng sản phẩm du lịch nông nghiệp. Tỉnh Quảng Nam đã xây dựng kế hoạch phát triển du lịch nông nghiệp có sự kết hợp chặt chẽ với du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, du lịch làng nghề và du lịch văn hóa để tạo nên những sản phẩm khác biệt. Năm 2015, tỉnh Quảng Nam đã xây dựng Chiến lược về du lịch nông thôn tỉnh Quảng Nam, góp phần định hướng phát triển du lịch nông nghiệp đạt hiệu quả hơn; tỉnh cũng đã ban hành “Đề án Phát triển làng nghề truyền thống gắn với phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh giai đoạn 2015 - 2020”.

Chú trọng phát triển, khai thác các mô hình sản xuất nông nghiệp gắn với du lịch. Bảo vệ, tôn tạo cảnh quan, môi trường sinh thái để tạo điều kiện phát triển du lịch nông nghiệp. Tăng cường đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng dân sinh, nông thôn mới gắn với phục vụ du lịch tại các vùng nông thôn, miền núi. Đẩy mạnh hợp tác công tư với sự chung tay của nhà nước - doanh nghiệp - cộng đồng trong xây dựng, phát triển sản phẩm du lịch.

Tính độc đáo, khác biệt, chất lượng của sản phẩm du lịch phải được quan tâm hàng đầu và sẽ là một yếu tố tiên quyết khẳng định sức hút, sức sống, thương hiệu của các sản phẩm du lịch nông nghiệp sau này. Tránh sự trùng lặp trong xây dựng sản phẩm du lịch.

*Thứ ba*, tạo được sự đồng thuận, thống nhất trong hành động. Du lịch nông nghiệp ở Quảng Nam đã và sẽ nhận được sự quan tâm chỉ đạo của lãnh đạo tỉnh, sự phối hợp chặt chẽ của các ngành, các địa phương trong tỉnh, sự hưởng ứng nhiệt tình từ phía các doanh nghiệp và sự gắn kết, tích cực đóng góp, phát huy vai trò của người dân tại các địa phương, điểm đến du lịch. Từ đó, các chương trình, các hoạt động trong du lịch nông nghiệp tại Quảng Nam luôn có sự đồng nhất với nhau trong hoạt động cũng như trong chất lượng dịch vụ. Dù là trải nghiệm hoạt động du lịch nông nghiệp ở bất kỳ hộ dân nào trong làng rau Trà Quế, tỉnh Quảng Nam thì đều đem lại cho du khách một tâm trạng niềm nở, vui tươi và thú vị.

*Thứ tư*, có sự đảm bảo hài hòa lợi ích các bên. Xây dựng sản phẩm du lịch nông nghiệp tại Quảng Nam đã có sự cân đối hài hòa lợi ích của các bên như: doanh nghiệp, cộng đồng dân cư. Tại các điểm du lịch nông nghiệp nên thành lập ban quản lý mà thành phần không thể thiếu là

đại diện cộng đồng dân cư để tham gia quản lý, tổ chức thực hiện đạt kết quả tốt nhất và thực sự mang đến lợi ích cho cộng đồng khi phát triển du lịch nông nghiệp. Cộng đồng phải thực sự là chủ thể quan trọng và được hưởng lợi trực tiếp từ sự phát triển đó.

*Thứ năm*, tranh thủ sự hỗ trợ, tài trợ của các tổ chức quốc tế. Tỉnh Quảng Nam đã nhận được sự hỗ trợ rất lớn từ các tổ chức quốc tế trong sự nghiệp phát triển du lịch nói chung cũng như trong xây dựng và phát triển các sản phẩm du lịch nông nghiệp như: ILO, EU, UNESCO, FIDR... Các tổ chức này đã hỗ trợ hiệu quả các hoạt động đào tạo nguồn nhân lực, công tác tuyên truyền, nâng cao nhận thức cộng đồng về bảo vệ môi trường thiên nhiên, bảo vệ các giá trị, các tiềm năng tại các khu vực nông thôn, làng quê đang phát triển du lịch nông nghiệp.

*Thứ sáu*, tăng cường công tác quản lý nhà nước. Điều này là quan trọng để đảm bảo sản phẩm du lịch nông nghiệp được phát triển bền vững, giữ lại sức hút chính đó là hồn cốt gắn với nét thanh bình của làng quê Quảng Nam. Bên cạnh việc hỗ trợ tích cực cho các doanh nghiệp, ngành Du lịch tỉnh đã thực hiện tốt công tác thanh tra, kiểm tra, mạnh dạn thay đổi, loại những doanh nghiệp, hướng dẫn viên làm ảnh hưởng xấu đến chất lượng, uy tín du lịch địa phương. Cùng với đó là đẩy mạnh liên kết vùng, liên kết sản phẩm, đẩy mạnh công tác quảng bá, xúc tiến sản phẩm du lịch nông nghiệp.

### 2.1.2. Kinh nghiệm phát triển du lịch nông nghiệp của Ba Vì, Hà Nội

Ba Vì là vùng đất nhiều tiềm năng để phát triển du lịch sinh thái, du lịch đồng quê với những vùng sinh thái vườn rừng, đồi chè, nương lúa. Nơi đây còn nổi tiếng với những sản phẩm như sữa tươi Ba Vì, mật ong rừng, gà đồi, dê, cừu và nhiều cây thuốc nam quý có tác dụng tốt cho sức khỏe được nhiều du khách ưa thích. Du khách sẽ được tham gia các làng sản xuất nông nghiệp truyền thống lâu đời, có cảnh quan đẹp, được hưởng thụ các đặc sản thiên nhiên tươi lành trong khung cảnh gia đình ấm cúng, cũng như có cơ hội tham gia trực tiếp vào các hoạt động du lịch nông nghiệp mang đậm dấu ấn văn hóa đồng quê Việt Nam. Cho đến hiện nay, du lịch nông nghiệp tại Ba Vì đã và đang thực sự phát triển bởi vị trí địa lý không chỉ gần thành phố lớn Hà Nội mà còn có tuyến đường giao thông rất thuận tiện, là địa điểm lý thú để các em học sinh, sinh viên đến học hỏi và rèn luyện bản thân. Trong hoạt động công tác quản lý của chính quyền địa phương cũng như các nông trại cho hoạt động du lịch nông nghiệp ngày càng được mở rộng và phát triển, Ba Vì đã và đang thực hiện các chính sách cụ thể như:

*Thứ nhất*, Ba Vì đề nghị thành phố thống nhất với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn về cơ chế khai thác tiềm năng du lịch của Vườn Quốc gia trong tổng thể phát triển du lịch chung của huyện như phát triển du lịch sinh thái, tâm linh, xây dựng hệ thống cáp treo nối sườn Đông (khu du lịch Thiên Sơn - Suối Ngà) và sườn Tây (Đền Trung) lên cốt 1.100 núi Ba Vì để giảm tải giao thông và ô nhiễm môi trường.

*Thứ hai*, các trang trại đồng quê Ba Vì thường xây dựng các chương trình tham quan cho các đoàn du khách: Tour tham quan làng chè Ba Trại với các điểm tham quan như các vườn chè bao quanh các khu nhà đá ong, via khai thác đá ong cổ, bãi ven sông Đà nên thơ và hùng vĩ với cây gạo lớn nhất Hà Nội; hoặc tour tham quan trang trại Bò sữa, trang trại Đà điều, tới Làng thảo dược người Dao Ba Vì,...

*Thứ ba*, tổ chức các sự kiện teambuilding (trò chơi thi theo nhóm) để rèn luyện một số kỹ năng tốt cho đối tượng khách du lịch là các em học sinh khi lựa chọn đến tham quan ở đây như sự nhanh nhạy, khả năng phản xạ nhanh, ứng phó thử thách, nâng cao tinh thần đồng đội. Không

gian và môi trường tổ chức teambuilding khá đa dạng và phù hợp, các hoạt động nông nghiệp thú vị đã cho phép các đoàn khách là học sinh tổ chức các hình thức chơi theo nhóm sinh động và mới mẻ.

*Thứ tư*, phát động phong trào bảo vệ môi trường trong hoạt động du lịch nông thôn. Để đảm bảo cho hoạt động du lịch nông thôn được thực hiện có hiệu quả trên cơ sở đem lại nguồn thu thứ hai cho các hộ nông dân, đồng thời với việc giữ gìn và bảo vệ môi trường tại các khu vực nông thôn, huyện Ba Vì nói riêng và thành phố Hà Nội nói chung cần có những hoạt động và phong trào không vứt rác bảo vệ môi trường xanh, sạch, phát triển du lịch bền vững và có hiệu quả. Những phong trào này được phổ biến rộng rãi trong công chúng, khách du lịch và các bạn sinh viên đến từ các trường đại học.

### 2.1.3. Kinh nghiệm phát triển du lịch nông nghiệp ở An Giang

Du lịch nông nghiệp là loại hình du lịch khá mới mẻ đang được đầu tư phát triển tại An Giang và bước đầu đã mang lại những hiệu quả hết sức thiết thực. Loại hình du lịch tiềm năng này không chỉ giúp khai thác hiệu quả lợi thế du lịch - nông nghiệp dồi dào tại địa phương mà còn tạo nguồn thu nhập thêm cho nông dân, kích thích sự đa dạng về các hoạt động kinh tế và kinh doanh ở khu vực nông thôn, mang lại lợi ích thiết thực cho người nông dân. Một số kinh nghiệm cụ thể đã được An Giang triển khai như:

*Thứ nhất*, huy động sự tài trợ của các tổ chức quốc tế về nông nghiệp nhằm tạo nguồn lực cần thiết cho phát triển. Để khai thác tiềm năng du lịch nông nghiệp tại An Giang, giai đoạn 2007- 2009, thông qua Trung ương Hội Nông dân Việt Nam, Tổ chức Nông dân Hà Lan (Agriterra) đã triển khai đầu tư dự án Phát triển Du lịch nông nghiệp tại tỉnh An Giang. Trên cơ sở đó, Hội Nông dân An Giang đã xây dựng các điểm du lịch nông nghiệp tại 3 xã Mỹ Hòa Hưng (TP. Long Xuyên); Tân Trung (huyện Phú Tân) và Văn Giáo (huyện Tịnh Biên); mỗi xã có từ 10-15 hộ nông dân tham gia làm du lịch. Các dịch vụ bao gồm homestay, ẩm thực đồng quê, du thuyền trên sông, tham quan rừng trà Trà Sư, săn cá bông lau... thu hút nhiều du khách trong và ngoài tỉnh, kể cả khách quốc tế. Kết thúc giai đoạn 1, hầu hết các chuyên gia của Agriterra đều đánh giá hoạt động của dự án ở An Giang đạt hiệu quả cao nhất, những tác động tích cực của chương trình đã tạo nên mô hình phát triển kinh tế - xã hội hữu ích, giúp nông dân tại địa phương có thêm mô hình kinh doanh mới. Bình thường mỗi hộ nông dân thu nhập khoảng 2 triệu đồng/tháng nhưng kể từ khi kết hợp làm du lịch, thu nhập của nhiều hộ tăng lên 10 - 15 triệu đồng.

*Thứ hai*, xây dựng Trung tâm Du lịch nông dân nằm trong Hội Nông dân An Giang, góp phần thúc đẩy và tạo điều kiện thuận lợi cho các hoạt động du lịch nông nghiệp của hội viên, đồng thời tăng thu nhập và tạo thêm việc làm cho nông dân. Hình thành một hệ thống tour du lịch nông nghiệp mang tính liên kết chặt chẽ giữa những điểm du lịch nông dân qua vai trò điều phối của Trung tâm Du lịch nông dân; vừa nâng cao năng lực nông dân các điểm trong giới thiệu, quảng bá hình ảnh sông nước, con người An Giang với du khách trong và ngoài nước vừa giúp nông dân tăng thêm thu nhập gia đình, thay đổi bộ mặt nông thôn theo hướng tiến bộ, bền vững.

*Thứ ba*, từ nguồn kinh phí huy động được từ dự án, An Giang đã mở 30 lớp đào tạo, huấn luyện các hộ dân trên địa bàn làm du lịch; dành 1,5 tỷ hỗ trợ nông dân sản xuất, hoàn thiện sản phẩm du lịch; dành 2 tỷ cho công tác xử lý rác thải, gắn bảng hiệu, hướng dẫn... Riêng địa phương cũng dành một nguồn kinh phí đối ứng để hỗ trợ. Các hộ nông dân còn được nhận kinh



phí để trang bị, xây dựng lại nơi ở, nhà vệ sinh, nhà bếp để phục vụ du khách chu đáo hơn. Du khách có thể lựa chọn ngủ tại nhà dân hoặc ngủ ở khách sạn. Đặc trưng của loại hình du lịch nông nghiệp là cố gắng giữ nguyên nét văn hóa bản địa ở từng địa phương của An Giang. Hội Nông dân tỉnh An Giang kết hợp cùng nông dân làm du lịch bằng chính ngôi nhà, mảnh đất của họ chứ không phá vỡ những hoạt động hằng ngày của nông dân. Ưu điểm của loại hình du lịch này là nông dân ngay trong quá trình hoạt động sản xuất nông nghiệp vẫn có thể tham gia làm du lịch để kiếm thêm nguồn thu, cải thiện đời sống.

*Thứ tư*, để tránh tình trạng chật chém du khách, tỉnh An Giang chủ trương thành lập một tổ hợp tác tại mỗi xã theo Nghị định số 151/2007/NĐ-CP của Chính phủ. Tổ hợp tác này sẽ thường xuyên kiểm tra giấy phép kinh doanh và thuế thu nhập của mỗi hộ nông dân tham gia làm du lịch. Để giảm bớt chi phí đóng thuế, các hộ có thể gộp chung với nhau và xin vào tổ hợp tác với điều kiện khi tham gia là không tự nâng giá mà phải theo giá thống nhất của tổ hợp tác. Để duy trì tính bền vững, tiếp tục nâng cao hiệu quả các loại hình du lịch nông nghiệp hiện có cũng như thiết lập nguồn hỗ trợ tích cực cho người nông dân giai đoạn tiếp theo, tỉnh An Giang đã thành lập Trung tâm du lịch nông dân An Giang gắn với các loại hình du lịch đặc sắc như: du lịch cộng đồng, du lịch miệt vườn, du lịch sinh thái, du lịch làng nghề, du lịch thể thao, du lịch sông nước, du lịch ẩm thực. Trung tâm Du lịch nông dân An Giang thực hiện nhiệm vụ kết nối khách du lịch với nông dân, quảng bá du lịch nông nghiệp, đại diện cho nông dân về mặt pháp lý, tạo điều kiện cho nông dân hợp tác với nhau; đào tạo và hướng dẫn nông dân, quản lý chất lượng, quản lý việc xây dựng các kế hoạch du lịch nông nghiệp và khách du lịch giữa các hội viên nông dân để tránh cạnh tranh không lành mạnh.

Đến nay có 15/156 phường, xã, thị trấn trong tỉnh được chọn tham gia dự án gắn với các danh lam, thắng cảnh, di tích lịch sử. Điển hình như ở xã Mỹ Hòa Hưng, TP. Long Xuyên có Khu Lưu niệm Bác Tôn Đức Thắng, có vườn cây ăn trái..., du khách đến đây sẽ được du ngoạn trên sông bằng thuyền, ra bờ sông Hậu tắm bùn phù sa, mò ốc đặng; thu hoạch hoa màu, trái cây; tát mương, kéo lưới, câu cá; tham gia các trò chơi dân gian; xem ngư dân đánh bắt cá và chế biến, thưởng thức các chiến lợi phẩm đặc sản do ngư dân đánh bắt trên sông Hậu. Mỗi xã có từ 5 đến 10 hộ tham gia dự án, tổng số hộ tham gia hưởng lợi trực tiếp từ 75 - 100 hộ nông dân, chưa kể số hộ được hưởng lợi gián tiếp từ chương trình đào tạo, cùng tham gia các dịch vụ của dự án và bộ mặt nông thôn được thay đổi, phát triển của cộng đồng ở 15 xã trong quá trình triển khai dự án.

Từ sau khi triển khai dự án Phát triển Du lịch nông nghiệp, diện mạo du lịch nông nghiệp An Giang đã có nhiều khởi sắc. Các sản phẩm du lịch nông nghiệp trên địa bàn ngày càng hoàn thiện hơn, nông dân được đào tạo theo hướng chuyên nghiệp, đặc biệt lượng du khách đến với An Giang thông qua loại hình du lịch tiềm năng này có sự gia tăng rõ rệt. Du lịch nông nghiệp không chỉ là kênh tiếp thị hiệu quả quảng bá hình ảnh lịch sử, văn hóa, sông nước, con người An Giang đến với đông đảo du khách trong và ngoài nước mà còn góp phần tích cực giúp nông dân tăng thêm thu nhập, thay đổi bộ mặt nông thôn theo hướng bền vững.

## **2.2. Bài học có thể áp dụng nhằm phát triển du lịch nông nghiệp của huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang**

Lâm Bình là huyện miền núi của tỉnh Tuyên Quang với nhiều điều kiện về tự nhiên, kinh tế, xã hội thích hợp cho việc phát triển loại hình du lịch nông nghiệp, từ đó góp phần phát triển kinh tế - xã hội của địa phương. Qua nghiên cứu kinh nghiệm phát triển du lịch của ba địa

phương diện hình trong cả nước, kết hợp với chuyên khảo sát thực tế tại Lâm Bình từ ngày 29/6/2019 đến ngày 02/7/2019, tác giả mạnh dạn rút ra một số bài học cho Lâm Bình nhằm phát triển du lịch nông nghiệp trên địa bàn huyện, tạo cú huých phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn, mang lại lợi ích cho cả chính quyền, doanh nghiệp, du khách và người dân địa phương. Cụ thể:

*Một là*, cần nhận thức rõ vai trò của du lịch nông nghiệp và có chính sách phù hợp. Du lịch nông nghiệp đóng vai trò như một công cụ để kích thích sự phát triển khu vực nông thôn. Chính vì vậy, chính quyền, doanh nghiệp và người dân địa phương cần nhận thức đúng đắn vai trò của loại hình du lịch này nhằm có những bước đi phù hợp. Chính quyền địa phương cần có những chính sách và định hướng phát triển du lịch nông nghiệp một cách phù hợp, với chiến lược lâu dài. Phát triển loại hình trên cơ sở điều tra khảo sát kỹ về tài nguyên du lịch và các điều kiện hỗ trợ khác. Bên cạnh đó, địa phương cần có chính sách hỗ trợ không chỉ về vốn mà còn phải phổ biến kinh nghiệm và kiến thức về quản lý và kinh doanh các dịch vụ du lịch cho doanh nghiệp và người dân.

*Hai là*, huy động tối đa các nguồn lực cho phát triển du lịch nông nghiệp của địa phương, đặc biệt là sự giúp đỡ của các tổ chức trong và ngoài nước cả về vốn, kiến thức, kinh nghiệm trong phát triển du lịch nói chung, du lịch nông nghiệp của địa phương nói riêng nhằm mang lại hiệu quả cao và bền vững.

*Ba là*, xây dựng và phát triển các sản phẩm du lịch nông nghiệp đặc thù theo hướng mỗi làng, xã một sản phẩm. Để đảm bảo việc phát triển du lịch nông nghiệp mang tính bền vững và góp phần làm đa dạng hóa các sản phẩm du lịch, việc thực hiện chính sách mỗi làng, xã một sản phẩm cần được áp dụng phổ biến ở Lâm Bình trong quá trình phát triển loại hình du lịch nông nghiệp. Chủ trương này sẽ đảm bảo sự hấp dẫn, thu hút khách du lịch đến với mỗi khu vực mà không có sự chồng chéo, nhằm chận trên cơ sở đa dạng hóa được sản phẩm du lịch tại địa phương.

*Bốn là*, phát triển du lịch nông nghiệp gắn với bảo tồn các giá trị định hướng bền vững. Phát triển du lịch nông nghiệp cần gắn liền với việc bảo vệ các giá trị tài nguyên và đồng thời gắn liền với việc xóa đói giảm nghèo tại các khu vực nông thôn. Thể hiện ở các mặt đảm bảo có sự tham gia của người dân địa phương, sử dụng các sản phẩm của địa phương, phương thức lưu trú chủ yếu là hình thức nghỉ tại nhà dân (homestay). Các nhà hàng phục vụ đều được chủ thể kinh doanh là người bản địa, đồng thời việc sử dụng các nông sản phẩm của địa phương để phục vụ khách du lịch là vấn đề cần được quan tâm chú trọng góp phần tăng thu nhập và giải quyết vấn đề việc làm.

*Năm là*, thành lập các tổ, hội, hợp tác xã du lịch nông nghiệp do người dân tự quản nhằm quản lý hoạt động sản xuất, kinh doanh của các hộ gia đình để đảm bảo ổn định giá cả, chất lượng dịch vụ cung cấp. Đồng thời đảm bảo duy trì và chia sẻ lợi ích cho các bên liên quan như chính quyền, doanh nghiệp, người dân địa phương và du khách trong quá trình phát triển du lịch nông nghiệp trên địa bàn huyện.

## **KẾT LUẬN**

Phát triển du lịch sáng tạo và bền vững đang là xu hướng được chú trọng hiện nay của các quốc gia trên thế giới. Trong đó, du lịch nông nghiệp là một trong những loại hình du lịch có nhiều điều kiện để phát triển một cách sáng tạo và bền vững. Với một huyện miền núi có điều kiện tự nhiên, kinh tế - xã hội như huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang thì việc phát triển du lịch nông nghiệp dường như là hướng đi rất phù hợp, vừa khắc phục được những khó khăn trước mắt,

vừa tận dụng được những lợi thế hiện có của địa phương nhằm phát triển du lịch trên địa bàn, tạo động lực phát triển kinh tế - xã hội, đồng thời mang lại lợi ích cho tất cả các bên liên quan. Kinh nghiệm phát triển du lịch nông nghiệp tại một số địa phương thời gian qua đã cung cấp những bài học quý báu và thiết thực. Vấn đề còn lại là chính quyền, doanh nghiệp và nhân dân huyện Lâm Bình cần chung sức, đồng lòng, quyết tâm phát triển du lịch nông nghiệp trên địa bàn huyện trong thời gian tới.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bùi Thị Lan Hương (2010), *Du lịch nông nghiệp và du lịch nông thôn*, Nội san Nghiên cứu khoa học, Trường cán bộ quản lý nông nghiệp và phát triển nông thôn 2, thành phố Hồ Chí Minh.
2. Hilchey, Ducan (1993), *Agritourism in New York State: Opportunities and challenges in farm-based recreation and hospitality*, Farming Alternatives Program, Department of Rural Sociology, Cornell University.
3. Lobo, Ramiro (1993), *Agricultural tourism benefits in San Diego Country*, California Agriculture, Volume 53, No.6,10-12/1999.
4. Sofia Karampela, Thanasis Kizos, Ioannis Spilanis (2016), *Evaluating the impact of agritourism on local development in small islands*, Island Studies Journal.
5. Holly George, Ellie Rilla (2005), *Agritourism and Nature tourism in California*, University of California.

## EXPERIENCE IN AGRICULTURE TOURISM DEVELOPMENT IN LAM BINH DISTRICT, TUYEN QUANG PROVINCE

**To Ngoc Thinh**  
*Thuongmai University*

### Abstract

Agricultural tourism is a relatively new type of tourism and has many development potentials in our country today. Through the actual survey of natural and socio-economic conditions of Lam Binh district, Tuyen Quang province, the author found that this is a local area with many suitable conditions to develop agricultural tourism. On the basis of studying the experiences of successful agricultural tourism development of three typical localities in the country, Tra Que Vegetable Village (Quang Nam), Ba Vi district (Hanoi) and An Giang province, the author draws lessons can be applied to Lam Binh district in order to develop agricultural tourism in the coming time, contributing to tourism development in general and local socio-economic development in particular. The article mainly uses desk-research method and secondary data to clarify the research problem.

### Keywords

Agricultural tourism, types of tourism, experience, develop

# PHÁT TRIỂN DU LỊCH BỀN VỮNG TẠI LÂM BÌNH TỈNH TUYÊN QUANG TRONG BỐI CẢNH HIỆN NAY

Trần Mai Ước

Trường Đại học Ngân hàng Thành phố Hồ Chí Minh

## Tóm tắt

Từ lợi thế về thiên nhiên, con người và bản sắc văn hóa cộng đồng dân tộc thiểu số, huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang có nhiều lợi thế so sánh để phát triển du lịch theo hướng bền vững. Bài viết đi vào phân tích những vấn đề cơ bản có liên quan đến việc phát triển du lịch bền vững tại Lâm Bình trong giai đoạn hiện nay.

## Từ khóa

Du lịch; du lịch bền vững; phát triển; Lâm Bình.

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong bối cảnh hiện nay, du lịch được xem là ngành “triển vọng”, có vai trò then chốt trong sự phát triển kinh tế - xã hội của vùng Đông Bắc Việt Nam nói chung và huyện Lâm Bình tỉnh Tuyên Quang nói riêng. Với vị trí địa lý, tài nguyên thiên nhiên sẵn có, khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang - Lâm Bình có nhiều lợi thế để phát triển du lịch bền vững trong bối cảnh hội nhập hiện nay.

Tỉnh Tuyên Quang, diện tích 5.867,9 km<sup>2</sup>, dân số 760.289 người (năm 2015), có 7 đơn vị hành chính cấp huyện gồm 1 thành phố (Tuyên Quang) và 6 huyện (Sơn Dương, Yên Sơn, Hàm Yên, Chiêm Hóa, Na Hang và Lâm Bình)<sup>5</sup>. Lâm Bình là huyện ở vùng cao phía bắc tỉnh Tuyên Quang, có 78.152,17 ha diện tích tự nhiên và dân số là 29.459 người<sup>6</sup>. Vị trí địa lý từ 21°29' đến 22°42' vĩ bắc, từ 104°53' đến 105° kinh đông. Phía đông giáp huyện Nà Hang (Tuyên Quang), đông bắc giáp huyện Bắc Mê (Hà Giang); tây và tây bắc giáp huyện Vị Xuyên và huyện Bắc Quang (Hà Giang); nam giáp huyện Chiêm Hóa (Tuyên Quang)<sup>7</sup>. Theo đó, huyện Lâm Bình có 07 di tích, danh thắng được xếp hạng cấp Quốc gia: Chùa Phúc Lâm, xưởng Quân khí H52, hang Phia Vài, động Song Long, thác Nặm Me, thắng cảnh Thượng Lâm; Đền Pú Bảo. Với tiềm năng về du lịch tâm linh, du lịch sinh thái, du lịch văn hóa, du lịch danh lam thắng cảnh thắng cảnh đặc trưng riêng của mình, hòa lẫn với văn hóa và con người nơi đây đã tạo cho Lâm Bình - Tuyên Quang có “lực” và “thế” căn bản và quan trọng, có nhiều điều kiện để phát triển tốt các loại hình du lịch theo hướng bền vững trong thời đại công nghệ 4.0.

## 2. NỘI DUNG

### 2.1. Tiềm năng phát triển

Lâm Bình (Tuyên Quang) là huyện có tiềm năng phát triển du lịch, được thiên nhiên ban tặng cho nơi đây hệ sinh thái đa dạng với nhiều cảnh đẹp hùng vĩ, sơn thủy hữu tình, là nơi lưu giữ những giá trị văn hóa truyền thống đặc sắc của các dân tộc.

<sup>5</sup> <https://dantocmiennui.vn/xa-hoi/tuyen-quang-vai-net-tong-quan/151891.html>

<sup>6</sup> [https://vi.wikipedia.org/wiki/L%C3%A2m\\_B%C3%ACnh](https://vi.wikipedia.org/wiki/L%C3%A2m_B%C3%ACnh)

<sup>7</sup> <http://dulichlambinh.gov.vn/DetailView/2756/1/Gioi-thieu-ve-Lam-Binh.html>

Thiên nhiên đã ban tặng cho Lâm Bình hệ sinh thái đa dạng có nhiều cảnh đẹp hùng vĩ, sơn thủy hữu tình. Nổi bật là 99 ngọn núi xã Thượng Lâm được ví như “Hạ Long cạn giữa đại ngàn”, với những dãy núi trùng điệp gắn với truyền thuyết về phượng hoàng bay về và là nơi lưu giữ những giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc. Hay những ngôi đền, chùa có niên đại từ khá lâu, mang đậm nét văn hóa của đồng bào dân tộc vùng cao, trong đó phải kể đến là ngôi đền Pú Bảo, chùa Phúc Lâm...

Trên địa bàn huyện Lâm Bình có 12 dân tộc, mỗi dân tộc lại có những nét văn hóa riêng độc đáo. Quá trình tổ chức ngày hội văn hóa các dân tộc trong ở Lâm Bình đã có sự tham gia vào cuộc của người dân và đặc biệt là người dân mặc trang phục dân tộc khi đến dự lễ hội cũng như tham gia các trò chơi dân gian, du khách và người dân được tham gia trải nghiệm những trò chơi dân gian và các nghi lễ truyền thống. Người dân và du khách đã hòa đồng được nét văn hóa của người bản địa tạo ra sự kết nối, sự giao thoa và sự cộng hưởng tốt, góp phần tạo điểm nhấn đặc sắc cho Lâm Bình.

Bên cạnh đó, để phát triển loại hình sinh hoạt văn hóa, sản phẩm tinh thần của người dân được hình thành và phát triển trong quá trình lịch sử cũng là hình thức giáo dục, chuyển giao cho các thế hệ sau biết giữ gìn, kế thừa và phát huy những giá trị đạo đức truyền thống quý báu của dân tộc theo cách riêng, kết hợp giữa yếu tố tâm linh và các trò chơi đua tài, giải trí... những năm gần đây, huyện Lâm Bình đã cho khôi phục các lễ hội truyền thống như Lễ hội Lồng tồng xã Thượng Lâm, Lãng Can; Lễ hội nhảy lửa của đồng bào dân tộc Pà Thẻn xã Hồng Quang. Các lễ hội của huyện Lâm Bình mang đậm màu sắc dân gian độc đáo đã thu hút đông đảo du khách tham dự.

Phát huy các lợi thế sẵn có, bên cạnh việc xây dựng các tua, tuyến du lịch kể cả đường bộ lẫn đường thủy, gắn với nhu cầu ẩm thực thì nhu cầu lưu trú tại địa phương cũng đang phát triển nhanh, bền vững. Lâm Bình đang phát triển hình thức lưu trú theo mô hình cộng đồng, nghĩa là trực tiếp sống với đồng bào sở tại trong các căn nhà sàn truyền thống, song song với hệ thống khách sạn sẵn có tại địa phương.

Ngoài ra, để thích ứng với sự thay đổi, bắt kịp nhịp với sự phát triển, huyện Lâm Bình thường xuyên tổ chức các lớp tập huấn nâng cao năng lực, kỹ năng làm du lịch cộng đồng; hoàn thành việc chỉnh trang khuôn viên nhà cửa, thành lập các đội văn nghệ, tổ chức tập luyện các tiết mục để phục vụ khách du lịch; hoàn thành xây dựng bản đồ, tua, tuyến du lịch, tập huấn hướng dẫn viên du lịch, bổ sung dịch vụ du lịch như: chèo thuyền kayak, xe đạp, xe máy, bè mảng, câu cá,... để phục vụ du khách, cộng đồng. Theo thống kê, trong 6 tháng đầu năm 2018 đã thu hút trên 22.700 lượt khách thăm quan, du lịch, đạt 81% kế hoạch năm<sup>8</sup>.

## 2.2. Phát triển du lịch bền vững du lịch Lâm Bình trong giai đoạn hiện nay

Thực tiễn đã chứng minh rằng, Lâm Bình là địa phương có nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú, có diện tích rừng nguyên sinh lớn, với hệ sinh thái đa dạng, nhiều danh lam thắng cảnh nổi tiếng; con người có tinh thần đoàn kết, cởi mở, cần cù, sáng tạo, hiền lành, phóng khoáng, cởi mở, giàu lòng mến khách, với tấm lòng hồn hậu của người dân vùng núi và một nền văn hóa đa dạng, giàu bản sắc, với nhiều di sản vật thể và phi vật thể độc đáo, cùng với đó là nền kinh tế đang phát triển. Nhận thức được những ưu thế của mình, từ lợi thế về thiên nhiên, con người và bản sắc văn hóa cộng đồng dân tộc thiểu số nên ngay sau khi thành lập, huyện Lâm

<sup>8</sup> <http://dulichlambinh.gov.vn/DetailView/2858/3/Du-lich-Lam-Binh-tiem-nang-va-dinh-huong-phat-trien.html>

Bình đã thực hiện công tác quy hoạch phát triển tổng thể du lịch của huyện đến năm 2015, định hướng đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030.

Có thể nói rằng, với điều kiện tự nhiên, nền văn hóa, lịch sử thuộc đặc trưng riêng đó du lịch Lâm Bình là vùng đất giàu tiềm năng để phát triển du lịch bền vững, mang đậm bản sắc riêng như các loại hình du lịch: Lịch sử, tâm linh, sinh thái, văn hoá. Và cùng với thời gian du lịch Tuyên Quang, trong đó có du lịch Lâm Bình đã nỗ lực phát triển, đạt được một số thành tựu nhất định, góp phần tích cực vào quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế, vào nỗ lực xóa đói giảm nghèo cho người dân, đảm bảo an ninh, quốc phòng và góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch của tỉnh Tuyên Quang, nâng cao vị thế ngành Du lịch trên cơ sở khai thác có hiệu quả và bền vững những lợi thế về vị trí, tài nguyên của du lịch Lâm Bình. Nhưng trên thực tế tiềm năng du lịch của du lịch Lâm Bình vẫn chưa được sử dụng triệt để, gây lãng phí. Một nhận xét chung về nhược điểm cơ bản của sự phát triển du lịch hiện nay tại các tỉnh miền núi phía bắc, trong đó có Tuyên Quang và du lịch Lâm Bình có thể tóm tắt trong các từ sau: *đơn điệu - manh mún - tự phát - thời vụ*. Đến nay, các điểm thăm quan, du lịch của Tuyên Quang nói chung và của Lâm Bình mới được đầu tư, tôn tạo một phần, hệ thống cơ sở hạ tầng còn yếu kém, chưa đồng bộ nhất là giao thông, nên còn nhiều hạn chế, chưa tạo được sức hấp dẫn mạnh đối với du khách, chưa khai thác tốt tiềm năng, thế mạnh của vùng. Hơn nữa, việc đầu tư phát triển du lịch chỉ dựa trên cái mà mình có sẵn và làm theo cách dễ nhất, chưa chú trọng đến nhu cầu, mong muốn của khách du lịch. Điều này thể hiện cả trong tư duy, hành động lẫn nhận thức của nhiều người làm du lịch hiện nay<sup>9</sup>. Và như vậy, vô hình chung, những điều này đi ngược lại nguyên tắc “phát triển bền vững”, một mục tiêu cơ bản và cần thiết trong xây dựng và phát triển của ngành Du lịch hiện đại.

Lý thuyết về phát triển bền vững xuất hiện những năm 80 và chính thức được đưa ra tại hội nghị của Ủy ban Thế giới về Phát triển và Môi trường (WCED), nổi tiếng thế giới với tên gọi ủy ban Brudtland năm 1987. Tại hội nghị về môi trường toàn cầu RIO-92 và RIO-92+5, quan niệm về phát triển bền vững được các nhà khoa học bổ sung theo đó “*phát triển bền vững được hình thành trong sự hòa nhập, xen cài và thỏa hiệp của ba hệ thống tương tác là hệ tự nhiên, hệ kinh tế và hệ văn hóa xã hội*”. Dưới quan điểm phát triển này, phát triển bền vững được hiểu là kết quả tương tác qua lại và phụ thuộc lẫn nhau của ba hệ thống trên, đồng thời phát triển bền vững là không gây ra sự suy thoái và tàn phá đối với các hệ thống khác hay nói cụ thể hơn thì phát triển bền vững là sự dung hòa các tương tác và sự thỏa hiệp giữa ba hệ thống nói trên.

Hiện nay đa số ý kiến của các chuyên gia trong lĩnh vực du lịch ở trong nước đều cho rằng phát triển du lịch bền vững được hiểu là: “hoạt động khai thác môi trường tự nhiên và văn hóa nhằm thỏa mãn các nhu cầu đa dạng của khách du lịch, có quan tâm đến các lợi ích kinh tế dài hạn đồng thời tiếp tục duy trì các khoản đóng góp cho công tác bảo vệ môi trường và góp phần nâng cao mức sống của cộng đồng địa phương”<sup>10</sup>. Như vậy, có thể nói phát triển du lịch bền vững là một nhánh của phát triển bền vững, hoạt động phát triển du lịch là một thực thể gắn liền với phát triển bền vững.

Ở nước ta, khái niệm du lịch bền vững còn là khái niệm khá mới, tuy nhiên hiện nay đã xuất hiện một số loại hình du lịch sinh thái, du lịch xanh, du lịch về cội nguồn, du lịch lịch sử, du lịch tâm linh, du lịch văn hóa, du lịch danh lam thắng cảnh thắng... mà Tuyên Quang nói chung

<sup>9</sup> Trần Mai Ước (2010), *Một số giải pháp cơ bản nhằm phát triển du lịch bền vững các nước tiểu vùng sông MeKong*, HTKH Quốc tế “Nhật Bản và Tiểu vùng Mekong – Mối quan hệ lịch sử”, ĐHQG TP.HCM và Quỹ Giao lưu quốc tế Nhật Bản, tr.524.

<sup>10</sup> Trần Mai Ước (2011), *Phát triển du lịch tại khu di tích lịch sử Gò Tháp – Những giải pháp cần thiết trong bối cảnh hiện nay*, HTKH kỷ niệm 30 năm thành lập huyện Tháp Mười, Ủy ban nhân dân huyện Tháp Mười

và du lịch lâm Bình nói riêng có rất nhiều lợi thế để phát triển. Đây là những hình thức du lịch đã bước đầu thể hiện sự có trách nhiệm của con người với môi trường, nó có tác dụng giáo dục, nâng cao hiểu biết cho cộng đồng.

### 2.3. Những giải pháp cơ bản hướng đến phát triển du lịch bền vững du lịch Lâm Bình trong giai đoạn hiện nay

Du lịch được xem là một ngành kinh tế tổng hợp, có giá trị lợi nhuận cao, đặc biệt có nhiều đóng góp to lớn về mặt xã hội<sup>11</sup> như tạo ra công ăn việc làm cho người dân, xóa đói giảm nghèo, xây dựng hình ảnh quốc gia, góp phần phát triển kinh tế - xã hội, ổn định chính trị - an ninh,... Do đó, việc phát triển du lịch bền vững càng có nhiều ý nghĩa to lớn đối với huyện Lâm Bình nhằm góp phần giúp nơi này thoát khỏi “vùng trũng” để phát triển đi lên, nhất là trong giai đoạn đổi mới và hội nhập như hiện nay. Trong phạm vi bài viết này, chúng tôi xin đưa ra một số giải pháp cơ bản phát triển du lịch bền vững du lịch Lâm Bình:

**Thứ nhất**, cần tạo ra các sản phẩm du lịch đa dạng, độc đáo, mang bản sắc riêng biệt của du lịch Lâm Bình. Trên cơ sở những tiềm năng vốn có và xu hướng của thị trường, để đạt được mục tiêu đa dạng hóa sản phẩm du lịch, tăng sức hấp dẫn của sản phẩm du lịch nên chú trọng đến các loại hình du lịch hướng về cội nguồn, du lịch lịch sử kết hợp thăm các làng nghề truyền thống của địa phương. Các sản phẩm này không những đáp ứng được nhu cầu của du khách mà còn là những sản phẩm có tỉ trọng đóng góp của cộng đồng rất cao và còn tạo công ăn việc làm cho người dân địa phương, kích thích xuất khẩu tại chỗ, duy trì được các làng nghề truyền thống của người dân địa phương trong huyện Lâm Bình.

**Thứ hai**, chú trọng đào tạo nguồn nhân lực, nâng cao chất lượng dịch vụ. Chúng ta biết rằng, con người là nhân tố quan trọng và quyết định nhất trong tất cả những yếu tố nằm trong lực lượng sản xuất<sup>12</sup> và du lịch là ngành có định hướng con người rõ rệt, nguồn nhân lực trong ngành là một yếu tố rất quan trọng, ảnh hưởng lớn tới hiệu quả hoạt động của ngành cũng như chất lượng dịch vụ cung cấp cho du khách. Chính vì vậy, trong giai đoạn tới cần phải xây dựng kế hoạch tuyển dụng và đào tạo để đáp ứng được yêu cầu về chuyên môn cho từng loại hoạt động.

**Thứ ba**, đẩy mạnh công tác đầu tư và thu hút đầu tư. Để có tiền đề phát triển và thực sự trở thành “ngành công nghiệp không khói”. Huyện Lâm Bình cần có đầu tư hơn nữa cho cơ sở hạ tầng du lịch, đặc biệt xây dựng các tuyến đường bộ thuận lợi hơn nữa để tạo sự “kết nối” tiếp cận các điểm du lịch hấp dẫn, tạo sự liên kết, gắn kết lại giữa các điểm, các tuyến du lịch tạo thành một chỉnh thể thống nhất, hoàn chỉnh. Không chỉ dừng lại ở đó mà cần phải đầu tư vào nhiều lĩnh vực khác như đầu tư vào cơ sở vật chất (nâng cấp và xây thêm nhà nghỉ, khách sạn, các khu resort, nơi vui chơi giải trí, các nhà hàng phục vụ ăn uống...) và đặc biệt là đầu tư cho việc tổ chức các lớp đào tạo, tập huấn nâng cao trình độ hiểu biết về tài nguyên môi trường du lịch, về các phương pháp đánh giá tác động môi trường cho hoạt động phát triển du lịch nhằm có được đội ngũ quản lý, tác nghiệp đáp ứng được yêu cầu, nhiệm vụ đảm bảo phát triển du lịch bền vững.

**Thứ tư**, cần tăng cường đầu tư cho các hoạt động tuyên truyền, nâng cao nhận thức của xã hội, của cộng đồng về du lịch và lợi ích của du lịch, về tài nguyên, môi trường và ảnh hưởng của chất lượng môi trường đến cuộc sống, về phát triển bền vững nhằm có được những nỗ lực chung trong việc bảo đảm môi trường cho hoạt động du lịch. Trên cơ sở hệ thống luật pháp và điều kiện

<sup>11</sup> Trần Mai Ước (2011), *TPHCM – Cần đột phá trong phát triển du lịch*, Báo Sài Gòn Giải Phóng - Đầu tư Tài chính, Số 419/2011, tr.05.

<sup>12</sup> Trần Mai Ước (2011), *Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao*, Báo Sài Gòn Giải Phóng - Đầu tư Tài chính, Số 378/2010, tr.07.

thực tế của từng địa phương trong vùng cần có những chính sách ưu đãi phát triển du lịch nhằm tạo điều kiện cho các thành phần kinh tế trong nước và ngoài nước tham gia đầu tư vốn, kỹ thuật dưới các hình thức đầu tư trực tiếp, liên doanh liên kết, kinh doanh phát triển du lịch theo qui hoạch đơn giản hóa các thủ tục hành chính để thu hút vốn đầu tư vào du lịch Lâm Bình.

**Thứ năm**, chú trọng và có sự đầu tư hơn nữa đối với công tác nghiên cứu, khảo sát định kỳ để có những dự báo phù hợp và tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững của du lịch Lâm Bình.

**Thứ sáu**, tạo cầu nối liên kết chặt chẽ hơn với các doanh nghiệp vừa và nhỏ kinh doanh, hoạt động trong lĩnh vực du lịch tại Hà Nội, TP. HCM. Đây cũng được xem như kênh thông tin hiệu quả để giới thiệu du lịch Lâm Bình, đến với các du khách trong và ngoài nước.

**Thứ bảy**, chúng ta biết rằng, hoạt động quảng bá là một công cụ hỗ trợ rất quan trọng và cần thiết trong kinh doanh nói chung và kinh doanh du lịch nói riêng<sup>13</sup>. Với đặc tính là sản phẩm vô hình, sản phẩm du lịch càng cần phải có sự hỗ trợ của tiếp thị, quảng bá để tạo được hình ảnh về mình. Hiện nay công tác tiếp thị quảng cáo của du lịch Lâm Bình còn có những hạn chế nhất định, du khách, đặc biệt là du khách quốc tế có không nhiều nếu như không muốn nói là họ thiếu thông tin về địa phương, về du lịch Lâm Bình. Để góp phần đẩy nhanh nhịp độ phát triển du lịch Lâm Bình trong thời gian tới cần có sự đầu tư cho công tác tiếp thị và xúc tiến tuyên truyền, quảng cáo du lịch với các nội dung chính như: Tận dụng triệt để mọi khả năng và cơ hội tham gia tích cực vào các hội thảo, hội chợ du lịch trong nước và quốc tế để tuyên truyền, tiếp thị những sản phẩm đặc trưng của vùng Tuyên Quang nói chung và Lâm Bình nói riêng, học hỏi những kinh nghiệm phát triển du lịch của các nước để dần dần tạo một hình ảnh, một ấn tượng, một sự quen thuộc của mình đối với mọi người. Bên cạnh đó, nên biên soạn và phát hành những ấn phẩm có thông tin, hình ảnh chất lượng tốt để giới thiệu về địa lý, tiềm năng du lịch sinh thái, du lịch xanh, du lịch về cội nguồn, du lịch lịch sử, du lịch tâm linh, du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng Homestay, du lịch danh lam thắng cảnh thắng của du lịch Lâm Bình, đi kèm các thông tin cần thiết như khách sạn, nhà hàng, hệ thống điểm tham quan, điểm vui chơi, giải trí.

### 3. KẾT LUẬN

Như vậy, du lịch Lâm Bình là vùng nơi có nhiều tiềm năng để phát triển du lịch bền vững, hy vọng rằng với những tiềm năng sẵn có, định hướng tốt, khai thác một cách khoa học và có nhiều giải pháp đồng bộ, du lịch tại Lâm Bình sẽ không những phát triển nhanh mà còn phát triển bền vững, không chỉ phát triển du lịch gắn với bảo tồn các giá trị tự nhiên và văn hóa mà còn gắn liền với sự nghiệp phát triển kinh tế, chính trị, xã hội của huyện Lâm Bình trong thời gian sắp tới.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Võ Sĩ Khải (2002), *Văn hóa đồng bằng Nam Bộ (di tích kiến trúc cổ)*, Nhà xuất bản KHXH, Hà Nội.
2. Trần Mai Ước (2011), *TPHCM – Cần đột phá trong phát triển du lịch*, Báo Sài Gòn Giải Phóng - Đầu tư Tài chính, Số 419.
3. Trần Mai Ước (2011), *Tăng cường hợp tác, liên kết giữa trường đại học với doanh nghiệp nhằm đáp ứng nhu cầu về lao động cho các doanh nghiệp kinh doanh ngành Du lịch*

<sup>13</sup> Trần Mai Ước (2011), *Những giải pháp cơ bản nhằm phát triển bền vững ngành Du lịch của CHDCND Lào trong giai đoạn hiện nay*, HTKH Quốc tế: “Phát triển kinh tế xã hội Việt Nam và Lào giai đoạn 2011- 2020”, Văn phòng Chính phủ nước CHDCND Lào, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, tr. 356.



trong bối cảnh hội nhập, HTKH “Tăng cường hợp tác và liên kết giữa Trường ĐHKQTĐ với các cơ quan, đơn vị và doanh nghiệp nhằm đáp ứng lao động quản lý có chất lượng cao cho ngành Du lịch”, Trường Đại học KTQĐ Hà Nội.

4. Trần Mai Ước (2011), *Văn hóa đô thị với việc phát triển thủ đô Hà Nội trong thời hội nhập*, Tạp chí Nghiên cứu Văn hóa, Số 3.

5. Trần Mai Ước (2011), *Phát triển du lịch tại khu di tích lịch sử Gò Tháp – Những giải pháp cần thiết trong bối cảnh hiện nay*, HTKH kỷ niệm 30 năm thành lập huyện Tháp Mười, Ủy ban nhân dân huyện Tháp Mười.

6. <https://dantocmiennui.vn/xa-hoi/tuyen-quang-vai-net-tong-quan/151891.html>

7. [https://vi.wikipedia.org/wiki/L%C3%A2m\\_B%C3%ACnh](https://vi.wikipedia.org/wiki/L%C3%A2m_B%C3%ACnh)

## SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN LAM BINH DISTRICT, TUYEN QUANG PROVINCE IN THE CURRENT SITUATION

**Tran Mai Uoc**

*Bank University Ho Chi Minh city*

### **Abstract**

From the advantage of nature, people and cultural identity of ethnic minority, Lam Binh District, Tuyen Quang Province has many comparative advantages to develop tourism in the direction of sustainability. The paper analyzes the basic issues related to the development of sustainable tourism in Lam Binh in the current period.

### **Keywords**

Travel; Sustainable tourism; development; Lam Binh.

## PHÁT TRIỂN DU LỊCH NHẪM XÓA ĐÓI GIẢM NGHÈO Ở HUYỆN LÂM BÌNH, TUYỀN QUANG

Nguyễn Thị Nguyên Hồng  
Trường Đại học Thương mại

### Tóm tắt

Để trở thành ngành kinh tế quan trọng ở nước ta, ngành và các doanh nghiệp du lịch phải thể hiện cả vai trò kinh tế và vai trò xã hội, đồng thời phát triển du lịch bền vững. Du lịch bền vững vì người nghèo chủ yếu được thành lập ở vùng nông thôn, miền núi, nơi thu nhập của người dân còn thấp và điều kiện sinh hoạt còn hạn chế. Vùng du lịch Trung du và miền núi phía Bắc gồm 14 tỉnh, là vùng trọng tâm trọng điểm để phát triển du lịch xóa đói giảm nghèo ở nước ta. Lâm Bình là huyện vùng sâu, vùng xa, vùng cao phía bắc của tỉnh Tuyên Quang có tiềm năng du lịch phong phú, tỉnh cũng đã xác định phát triển du lịch cộng đồng giảm nghèo cho địa phương. Mặc dù vậy, những kết quả này mới chỉ bó hẹp trong những thị trường nhỏ và mới chỉ chiếm một tỷ lệ thấp trong thị trường du lịch. Vì vậy, các ngành các cấp, các doanh nghiệp du lịch cần phải xác định rõ trách nhiệm đối với công cuộc xóa đói giảm nghèo cho dân cư địa phương, tìm hướng đi phù hợp khai thác được tiềm năng của địa phương, tăng thu nhập và việc làm cho người dân.

### Từ khóa

Phát triển du lịch, trách nhiệm xã hội, xóa đói giảm nghèo, huyện Lâm Bình

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch đã và đang trở thành ngành kinh tế mũi nhọn ở nhiều quốc gia bởi những vai trò đóng góp thiết thực trong tổng sản phẩm quốc nội, thu nhập quốc dân và tạo việc làm. Ở Việt Nam, du lịch được Đảng và Nhà nước định hướng trở thành ngành kinh tế mũi nhọn theo Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị. Theo đó, tới năm 2020 Việt Nam sẽ thu hút được từ 17 đến 20 triệu lượt khách quốc tế (so với 10 triệu năm 2016), phục vụ 82 triệu lượt khách nội địa, đóng góp trên 10% GDP, tổng thu từ khách du lịch đạt 35 tỷ USD và tạo ra khoảng 4 triệu việc làm gồm 1,6 triệu việc làm trực tiếp, giá trị xuất khẩu thông qua du lịch đạt 20 tỷ USD.

Để trở thành ngành kinh tế mũi nhọn phải thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp, hướng tới cung cấp sản phẩm, dịch vụ cho khách hàng một cách thuận lợi nhất, chi phí thấp nhất chính là biểu hiện rõ rệt nhất của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0. Điều đó đặt ra thách thức lớn với ngành và các doanh nghiệp du lịch phải thể hiện cả vai trò kinh tế và vai trò xã hội trong nền kinh tế, đồng thời phát triển du lịch bền vững. Phát triển du lịch bền vững là sự phát triển du lịch mang lại những lợi ích hiện tại nhưng không gây phương hại đến những lợi ích trong tương lai. Chương trình Du lịch Bền vững vì người nghèo (SPPT) do SNV hỗ trợ, với nhiệm vụ là sử dụng du lịch như một công cụ phát triển, hỗ trợ Chính phủ Việt Nam trong việc thực hiện Chiến lược Toàn diện về tăng trưởng và xóa đói giảm nghèo, qua nhiều năm triển khai đã thu được những kết quả đáng ghi nhận, góp phần xóa đói giảm nghèo cho dân cư và tạo cơ hội cho cộng đồng nghèo tại các khu du lịch. Mặc dù vậy, những kết quả này mới chỉ bó hẹp trong những thị trường nhỏ và mới chỉ chiếm một tỷ lệ thấp trong thị trường du lịch.

Chương trình Du lịch Bền vững vì người nghèo cung cấp các dịch vụ nhằm sử dụng du lịch như một công cụ phát triển đạt nhiều mục tiêu: cải thiện các cơ hội tạo việc làm và thu nhập cho người nghèo, quản lý bền vững các nguồn tài nguyên tự nhiên và nhân văn, kiện toàn hệ thống quản lý địa phương, nâng cao nhận thức về môi trường và giải quyết vấn đề bình đẳng giới. Có thể xem xét du lịch xóa đói giảm nghèo ở cả hai góc độ cung và cầu. Ở góc độ cung, dân cư góp phần tạo sản phẩm du lịch cung ứng cho khách. Ở góc độ cầu, bản thân họ phát triển nhu cầu đi du lịch, dân cư cũng là những người được hưởng những kết quả do sự phát triển du lịch mang lại. Thực tiễn cho thấy, các doanh nghiệp du lịch Việt Nam đã bắt đầu chú trọng đến trách nhiệm xã hội ở góc độ cung, nhiều dự án, biện pháp đã góp phần đưa sản phẩm sản xuất của người dân trở thành sản phẩm du lịch, qua đó phần nào đã cải thiện được bộ mặt kinh tế - xã hội của dân cư.

Trên thế giới, những nước phát triển du lịch hàng đầu như Pháp, Mỹ, Tây Ban Nha, Italia,... đều có sự phát triển du lịch gắn chặt với những vấn đề thu nhập và việc làm của dân cư. Trong khu vực, các nước Thái Lan, Malaysia, Indonexia,... luôn tạo sự tham gia của cộng đồng dân cư địa phương vào các dự án du lịch. Trong các dự án du lịch tỉnh Nan, dự án phát triển du lịch Kiriwong (Thái Lan), du lịch leo núi Everest (Nepan), những người dân trong làng gần như trở thành hướng dẫn viên và hỗ trợ khách du lịch, du khách ăn ở cùng người địa phương theo loại hình du lịch homestay. Nhìn chung, sự phát triển du lịch của những nước này đều dựa trên sự ủng hộ của cộng đồng dân cư địa phương và mang lại lợi ích cho họ thông qua những lợi ích trực tiếp và gián tiếp như: khuyến khích họ tham gia du lịch, cung cấp sức lao động, cung cấp dịch vụ, đầu tư vào các dự án du lịch. Bên cạnh đó, các tổ chức, các cơ quan du lịch còn có những chiến dịch tuyên truyền quảng bá sâu rộng góp phần nâng cao nhận thức của người dân về những lợi ích của phát triển du lịch bền vững. Đó đều là những kinh nghiệm có thể vận dụng cho phát triển du lịch xóa đói giảm nghèo ở Việt Nam.

Du lịch cộng đồng - Community Base on Tourism (CBT) - đã và đang phát triển nhanh chóng, lan tỏa rộng rãi. Du lịch cộng đồng là một loại hình du lịch do chính cộng đồng người dân phối hợp tổ chức, quản lý và làm chủ để đem lại lợi ích kinh tế và bảo vệ được môi trường chung thông qua việc giới thiệu với du khách các nét đặc trưng của địa phương. Du lịch cộng đồng khai thác những tiềm năng và sản phẩm du lịch địa phương để tạo công ăn việc làm và cải thiện đời sống cho người dân ở những cộng đồng làm du lịch. Du lịch cộng đồng bao gồm các loại hình du lịch được sở hữu và quản lý bởi cộng đồng như: du lịch sinh thái, du lịch văn hóa, du lịch nông nghiệp, du lịch bản địa, du lịch làng,...

Du lịch cộng đồng mang lại nhiều tác động tích cực đến cộng đồng dân cư làm du lịch, cung cấp cơ hội việc làm cho cộng đồng địa phương, tạo điều kiện phát triển kinh tế địa phương thông qua việc bán sản phẩm dịch vụ du lịch, đóng góp bảo tồn và phát triển du lịch, cung cấp thị trường cho hàng hóa và dịch vụ địa phương, quảng bá hình ảnh của địa phương. Hơn nửa số nước nghèo nhất thế giới đã coi du lịch, trong đó có du lịch cộng đồng là công cụ hiệu quả để giúp những nước này tham gia nền kinh tế toàn cầu và giảm đói nghèo. Tuy vậy, du lịch cộng đồng cũng có thể gây ra nhiều tác động tiêu cực như tăng chi phí sinh hoạt và giá đất, ô nhiễm và rác thải, gia tăng tiếng ồn, ách tắc giao thông, nguy cơ gia tăng tội phạm, đánh mất bản sắc cộng đồng,...

Đã có nhiều tác giả trong nước và nước ngoài nghiên cứu về vấn đề phát triển du lịch cộng đồng, du lịch bền vững vì người nghèo, du lịch có trách nhiệm,... như Nguyễn Thị Hồng Nhung, Đại Lâm, Đại Dương, Tim Barlett, các chuyên gia của Viện Nghiên cứu Phát triển ngành nghề nông thôn Việt Nam, UNWTO,... song chưa có tác giả nào nghiên cứu sâu về du lịch xóa đói giảm

nghèo tại một huyện vùng núi kém phát triển như Lâm Bình (Tuyên Quang). Bài viết đề cập đến tiềm năng du lịch của huyện Lâm Bình (Tuyên Quang) và việc khai thác tiềm năng đó nhằm phát triển du lịch xóa đói giảm nghèo cho người dân địa phương, cải thiện kinh tế - xã hội của huyện.

Bài viết chủ yếu sử dụng phương pháp thu thập và phân tích các dữ liệu thứ cấp từ Tổng cục Du lịch Việt Nam, Ủy ban nhân dân huyện Lâm Bình, các dữ liệu thống kê của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch huyện Lâm Bình, từ một số doanh nghiệp dịch vụ du lịch để có những đánh giá, làm cơ sở cho các đề xuất.

## 2. TIỀM NĂNG DU LỊCH HUYỆN LÂM BÌNH, TUYÊN QUANG

Sử dụng du lịch nhằm xóa đói giảm nghèo là biện pháp hữu hiệu để phát triển những vùng vốn có tốc độ tăng trưởng thấp. Du lịch bền vững vì người nghèo chủ yếu được thành lập ở vùng nông thôn, miền núi, nơi thu nhập của người dân còn thấp và điều kiện sinh hoạt còn hạn chế. Vùng du lịch trung du và miền núi phía Bắc gồm 14 tỉnh, là vùng trọng tâm trọng điểm để phát triển du lịch xóa đói giảm nghèo ở nước ta. Lâm Bình là huyện vùng sâu, vùng xa, vùng cao phía Bắc của tỉnh Tuyên Quang, tỉnh cũng đã xác định phát triển du lịch cộng đồng giảm nghèo cho địa phương. Nơi đây có tiềm năng du lịch vô cùng độc đáo, nền văn hóa vừa hiện đại vừa tinh hoa truyền thống, tạo thành một bản sắc văn hóa không thể trộn lẫn, song, đời sống dân cư nhất là đồng bào dân tộc thiểu số vẫn rất khó khăn, chưa khai thác được hết những lợi thế để thu hút khách du lịch. Phát triển du lịch để cải thiện bộ mặt kinh tế - xã hội của vùng đất này là chủ trương hết sức đúng đắn, rút ngắn khoảng cách kinh tế giữa các vùng miền trong quốc gia.

Lâm Bình là huyện vùng cao, vùng sâu, vùng xa nằm ở phía bắc tỉnh Tuyên Quang, diện tích tự nhiên 78.152,17 ha. Phía Đông giáp huyện Na Hang (Tuyên Quang), Đông Bắc giáp huyện Bắc Mê (tỉnh Hà Giang); Tây và Tây Bắc giáp huyện Vị Xuyên và huyện Bắc Quang (tỉnh Hà Giang); Nam giáp huyện Chiêm Hóa (Tuyên Quang). Huyện Lâm Bình cách Hà Nội khoảng 280 km, cách thành phố Tuyên Quang khoảng 120 km.

Huyện có 08 đơn vị hành chính cấp xã, 76 thôn, bản; dân số trên 33 nghìn người với 12 dân tộc cùng chung sống, dân tộc thiểu số chiếm trên 95%, trong đó: Dân tộc Tày chiếm 62%, Dao trên 25%, Mông 6%, Pà Thẻn 2%, còn lại là các dân tộc khác. Đặc biệt, huyện Lâm Bình có dân tộc Pà Thẻn, là một trong dân tộc đặc biệt ít người với Lễ hội Nhảy lửa hết sức huyền bí, có tộc người Thủy, hiện chỉ có 105 người, họ có văn hóa riêng, ngôn ngữ, trang phục, tiếng nói riêng biệt nhưng chưa nằm trong danh sách 54 dân tộc Việt Nam.

Địa hình huyện Lâm Bình hiểm trở, có nhiều núi đá vôi, thấp dần từ bắc xuống nam, núi đất và núi đá xen kẽ nhau tạo nhiều thung lũng lớn, nhỏ, địa hình bị chia cắt bởi nhiều dãy núi cao, độ che phủ rừng chiếm 80%. Sông, suối có tốc độ dòng chảy lớn, nhiều thác, ghềnh, thường có lũ trong mùa mưa. Huyện có diện tích mặt nước lòng hồ Thủy điện Tuyên Quang lớn, có nhiều thác nước tạo nên những thắng cảnh đẹp, hấp dẫn, ngoài cung cấp nguồn nước phục vụ đời sống, sản xuất, còn có nguồn thủy sản khá phong phú thuận lợi cho phát triển du lịch, là đường giao thông quan trọng giữa các vùng.

Do ảnh hưởng của địa hình nên khí hậu của huyện Lâm Bình mang sắc thái khí hậu á nhiệt đới, nhiệt độ cao nhất trong năm khoảng 30°C. Khí hậu trong năm chia làm 4 mùa rõ rệt, nhiệt độ trung bình trong năm là 22°C, độ ẩm không khí khoảng 85%, lượng mưa trung bình 1.800 mm.

Điều kiện tự nhiên tạo cho huyện những thuận lợi để phát triển kinh tế lâm, nông nghiệp. Tuy vậy, sự phức tạp của địa hình gây khó khăn cho phát triển giao thông, liên lạc, xây dựng các trung tâm dân cư, kinh tế - văn hóa - xã hội.

Thiên nhiên ưu đãi cho huyện Lâm Bình hệ sinh thái đa dạng với nhiều cảnh đẹp non nước hữu tình, đặc biệt là 99 ngọn núi được ví như Vịnh Hạ Long trên cạn hay Vịnh Hạ Long thu nhỏ tại xã Thượng Lâm. Hòa quyện với núi rừng xanh thẳm và lòng hồ rộng lớn là các thác nước với nhiều tầng thác như: Thác Bản Lò, Thác Vằng Dân, Tát Trà, Thác Khùng Cho, Thác Hang,... Mỗi con thác đều gắn với một truyền thuyết về nguồn gốc sinh ra và có vẻ đẹp riêng. Đặc biệt, huyện Lâm Bình mới phát hiện một quần thể hang động rộng lớn, nguyên sơ, hầu như chưa có dấu chân con người. Từng hang động có vẻ đẹp kỳ vĩ khác nhau, được các chuyên gia đánh giá rất cao về giá trị khảo cổ, địa chất và giá trị du lịch, tiêu biểu trong số đó là hang Khuổi Pín, hang Nặm Thuôm, hang Giếng trời, hang Khuổi Poóng, động Song Long,...

Với những đặc điểm tự nhiên đặc trưng, riêng biệt trên, hiện nay, tỉnh Tuyên Quang đang lập hồ sơ để đề nghị công nhận Khu bảo tồn thiên nhiên Lâm Bình - Na Hang là Khu danh thắng Quốc gia đặc biệt; đó cũng là phần lõi của bộ phận hợp thành Khu Lâm Bình - Na Hang - Ba Bể đang được tỉnh Tuyên Quang phối hợp với tỉnh Bắc Kạn lập hồ sơ để trình UNESCO công nhận là di sản thiên nhiên thế giới.

Cùng với các danh lam, thắng cảnh, Lâm Bình còn có các di tích lịch sử, khảo cổ, tâm linh: Di tích Quốc gia Đền Pú Bào, Chùa Phúc Lâm, Đền Bà Chúa (Bà Chúa), Chùa Ông, Chùa Bà, Đền Nà Thêm,...

Lâm Bình là vùng đất đa sắc tộc, nhân dân cần cù lao động sản xuất và gìn giữ, phát triển vốn văn hóa truyền thống mang tính bản địa, từ tiếng nói, chữ viết, trang phục, tín ngưỡng, tri thức dân gian, nghề truyền thống (nghề dệt thổ cẩm, nghề thêu, nghề rèn, mây giang đan, nghề làm bún cổ truyền,...), các làn điệu dân ca, dân vũ (hát Then, hát quan làng, hát Páo dung, hát cọi, múa khèn,...), trò chơi dân gian, kiến trúc nhà ở (nhà sàn của người Tày, nhà đất của người Dao, Pà Thèn, nhà trình tường của người Mông...). Đến với Lâm Bình, du khách sẽ cùng hòa mình vào các lễ hội mang đậm màu sắc dân gian, độc đáo, thu hút đông đảo du khách tham gia như: Lễ hội Lồng tồng của dân tộc Tày, Lễ hội Nhảy lửa của dân tộc Pà Thèn, Lễ cấp sắc của người Dao, Lễ giã cối, Lễ mừng cơm mới,... Mỗi lễ hội có một ý nghĩa, nét đẹp văn hóa độc đáo khác nhau, song đều thể hiện khát vọng của người dân cầu trời đất, các bậc thánh thần, tổ tiên phù hộ cho sức khỏe, làm ăn ngày càng phát đạt, bản làng yên vui, hạnh phúc.

Lâm Bình không chỉ được biết đến với nhiều thắng cảnh đẹp, nhiều lễ hội và phong tục độc đáo mà còn là nơi chứa đựng nét văn hóa ẩm thực truyền thống độc đáo hết sức lý thú và hấp dẫn du khách. Nhiều sản phẩm đặc sản của địa phương như: mật ong, nấm hương rừng, chè Khau mút, rượu ngô, rượu thóc men lá,... và các món ăn đặc sản địa phương như: Thắng cố, mèn mèn, thịt chua, cá chua, rêu suối, rau rừng, thịt trâu gác bếp, thảo dược từ rừng cùng với hương vị rượu ngô, rượu thóc men lá,...

Tóm lại, Lâm Bình có tiềm năng để phát triển du lịch. Hệ động, thực vật đa dạng, cảnh quan núi, rừng, lòng hồ hoang sơ, hùng vĩ là điều kiện quan trọng để Lâm Bình phát triển nhiều loại hình du lịch như: du lịch sinh thái, du lịch mạo hiểm, du lịch khám phá,... Cùng với bản sắc văn hóa truyền thống các dân tộc cơ bản được lưu giữ, người dân thân thiện, chân thành, giàu lòng mến khách là yếu tố quan trọng để phát triển du lịch cộng đồng, tạo những điểm nhấn, sản phẩm riêng có mà ít có địa phương nào có được.

### **3. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH XÓA ĐÓI GIẢM NGHÈO TẠI HUYỆN LÂM BÌNH, TUYÊN QUANG**

Để phát triển du lịch nhằm xóa đói giảm nghèo cho địa phương, ngay sau khi thành lập huyện, Lâm Bình đã thực hiện công tác quy hoạch phát triển tổng thể du lịch huyện đến năm

2015, định hướng đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030. Theo đó, huyện đã triển khai khôi phục và duy trì và tổ chức các sự kiện văn hóa như Lễ hội Lồng tồng, nhảy lửa, các nét văn hóa truyền thống của dân tộc, phục dựng chùa Phúc Lâm, khuyến khích các tập thể và cá nhân trong và ngoài tỉnh đầu tư vào các điểm, khu du lịch. Huyện Lâm Bình đã xác định sản phẩm và loại hình du lịch cần tập trung phát triển. Năm 2016, huyện bắt đầu triển khai thực hiện thí điểm mô hình du lịch cộng đồng (Homestay) tại 04 điểm: thôn Nà Tông, Nà Đông (xã Thượng Lâm), thôn Nà Muông (xã Khuôn Hà) và thôn Nặm Đíp (xã Lăng Can) với 15 hộ tham gia. Các dịch vụ cho khách du lịch cũng dần được đa dạng, sức hấp dẫn ngày càng cao. Cụ thể:

- Tìm hiểu văn hóa truyền thống của đồng bào dân tộc Tày, Dao, Mông, Pà Thẻn, Tộc người Thủy, cùng sinh hoạt với đồng bào dân tộc, tham gia lao động cùng người dân địa phương: chăn trâu, nuôi lợn, gà, bắt ốc, bắt cá, trồng rau, vụ ngô, dệt vải,... Tham quan và chiêm bái nơi tâm linh Chùa Phúc Lâm, Đền Pú Bảo,...
- Thường ngoạn danh thắng, thiên nhiên, đi xe đạp, đi bộ tham quan bản làng văn hóa
- Đi bộ treking, dựng lều trại, khám phá rừng nguyên sinh với các loại động thực vật đa dạng, thăm quan các hang động còn nguyên vẻ đẹp hoang sơ, chưa chịu sự tác động của con người như: Hang Khuổi Pín, Giếng Trời, Lũng Nhòì, Nặm Thuôm,...
- Đi tàu, thuyền, bè mảng, kayak,... trên hồ Tuyên Quang đi câu đêm và ngủ trên lòng hồ,...
- Chương trình văn nghệ truyền thống: hát then, cọi, páo dung, đốt lửa trại, múa sạp, múa khèn, chương trình nhảy lửa, Lễ cấp sắc,...
- Thường thức các món ẩm thực truyền thống, đặt mua các sản phẩm về làm quà cho gia đình, bạn bè và người thân.
- Thăm các điểm sản xuất đồ thủ công truyền thống như sản xuất tre và các sản phẩm từ tre của Hợp tác xã An Nhiên Phát, Thượng Lâm; Dệt thổ cẩm đồng bào Tày tại Lăng Can, Hồng Quang; Thêu, vẽ sạp ong trên thổ cẩm tại Phúc Yên; Làm bún cỗ truyền của đồng bào Tày; Nấu rượu ngô, rượu thóc men lá;...

Để triển khai có hiệu quả các chương trình du lịch, huyện Lâm Bình đã hoàn thành xây dựng bản đồ, tour, tuyến và nội dung thuyết minh du lịch; tổ chức hội nghị chuyên đề quán triệt, triển khai và thống nhất nội dung, cách thức thực hiện kế hoạch; thành lập tổ công tác của huyện, phân công nhiệm vụ cụ thể cho từng thành viên phụ trách từng hộ, trực tiếp hướng dẫn, giúp đỡ các hộ thực hiện việc xây dựng mô hình; tổ chức cho các hộ dân thăm quan, học tập kinh nghiệm làm du lịch cộng đồng tại tỉnh Hà Giang, Hòa Bình, Thái Nguyên, đồng thời tổ chức các lớp tập huấn, hướng dẫn nghiệp vụ về du lịch cộng đồng, xây dựng phương án bảo đảm an toàn cho du khách, tuyên truyền, vận động các hộ dân gìn giữ không gian văn hóa đặc sắc của dân tộc, giữ nguyên hiện trạng, cảnh quan, kiến trúc nhà truyền thống, thực hiện chỉnh trang nhà cửa, làm nhà vệ sinh, sưu tầm các công cụ, dụng cụ sinh hoạt hàng ngày,... để phục vụ khách.

Huyện đã đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng chung như bãi đỗ xe, đường giao thông nội bộ, bến thủy, các khu vực tổ chức các hoạt động chung,...; hạ tầng viễn thông, tài chính, ngân hàng, điện, nước sạch,... Nhờ chú trọng đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng gắn với bảo tồn các danh thắng cảnh thiên nhiên, các ngôi chùa cổ, bản sắc văn hóa dân tộc, huyện Lâm Bình ngày càng thu hút được nhiều khách đến thăm quan, trải nghiệm. Một số xã đã có sự chủ động đầu tư phát triển du lịch cộng đồng. Từ cuối năm 2018, Hợp tác xã thanh niên Thượng Lâm đã quyết định đầu tư vào làm du lịch. Quy mô đầu tư phát triển du lịch của Hợp tác xã là xây dựng cơ sở Homestay gắn với không gian văn hóa dân tộc Tày như: Nhà sàn, khu trưng bày các vật dụng, công cụ lao động,

trang phục dân tộc Tày; các dịch vụ nghỉ dưỡng, ẩm thực, du lịch lòng hồ,... Hiện nay Hợp tác xã đã xây dựng xong khu nhà sàn và đang tập trung hoàn thành một số hạng mục phụ trợ để đón khách.

Về đội ngũ nhân lực du lịch, huyện đã thành lập 04 đội văn nghệ, tập huấn các tiết mục để phục vụ khách, thành lập 03 Tổ điều phối tại 03 xã để hướng dẫn khách, tư vấn cho khách tham quan du lịch.

Công tác truyền thông, xúc tiến du lịch cũng đã dần đi vào khuôn khổ, huyện đã xây dựng bảng giá các dịch vụ Homestay, thành lập Website du lịch Lâm Bình, các trang Facebook để tuyên truyền quảng bá du lịch,...

Với sự quan tâm đầu tư phát triển du lịch cộng đồng của huyện Lâm Bình, du lịch đã từng bước hình thành và phát triển. Nếu như năm 2011, huyện đón được 3.500 lượt khách quốc tế, năm 2014 con số này là 8.000 lượt, năm 2016 là 28.000 lượt, năm 2017 là 36.000 lượt, trong đó khách du lịch theo hình thức homestay trên 2.600 người, khách nước ngoài 115 người. Năm 2018, Lâm Bình thu hút trên 50.000 lượt khách du lịch, đạt trên 81% kế hoạch năm. 15 hộ kinh doanh homestay hiện nay (thôn Nà Muông, xã Khuôn Hà - 4 homestay; xã Thượng Lâm - 3; thôn Nà Tông - 3; thôn Nặm Đíp - 5) có khả năng phục vụ 500 khách/đêm với trang thiết bị đạt chuẩn, người dân được đào tạo, tập huấn các kỹ năng phục vụ. Một số xã đã có kết quả đáng khích lệ. Dịp nghỉ lễ 30/4/2019, homestay A Phủ đã tiếp đón trên 100 lượt khách đến nghỉ dưỡng.

Trong thời gian tới, huyện Lâm Bình tiếp tục vận động người dân duy trì, gìn giữ và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống các dân tộc trên địa bàn, đồng thời có sự liên kết với các công ty lữ hành trong và ngoài tỉnh (Công ty Fivestar Travel,...), để kết nối du lịch; Tuyên truyền cho nhân dân có ý thức để bảo vệ môi trường sống và bảo vệ cảnh quan thiên nhiên, định hướng cho các hộ gia đình cách làm du lịch để du khách cảm nhận được nét đặc sắc, nét đẹp trong văn hóa cộng đồng bản địa.

Tuy có những kết quả du lịch khả quan, song, du lịch Lâm Bình thực sự chưa phát triển và còn nhiều bất cập. Lâm Bình là huyện mới thành lập, xuất phát điểm kinh tế còn rất thấp, điều kiện cuộc sống của người dân còn khó khăn. Lâm Bình đang trong quá trình phát triển du lịch, sự phát triển du lịch của Lâm Bình còn chậm so với nhiều nơi khác, chưa tương xứng với tiềm năng, số lượng khách du lịch đến Lâm Bình tăng chậm.

Địa hình tỉnh Tuyên Quang nói chung và huyện Lâm Bình nói riêng là núi cao, dốc lớn, chia cắt mạnh, đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng tốn kém nhưng hiệu quả thấp, giao thông đi lại của dân cư và khách du lịch gặp nhiều khó khăn. Điểm xuất phát của nền kinh tế thấp, thu không đủ chi, cơ cấu kinh tế chuyển đổi chậm, trình độ dân trí rất thấp và không đồng đều giữa các dân tộc.

Manh nha hiện tượng "nhà nhà làm du lịch, người người làm du lịch" đã đem lại sự tăng trưởng về số lượng cho ngành Du lịch của huyện, song về chất lượng lại không đảm bảo. Các dự án đầu tư chưa xem xét nhiều đến lợi ích của cộng đồng dân cư. Chất lượng lao động phục vụ ngành Du lịch còn thấp, chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển. Hầu hết người dân kinh doanh homestay chưa được trang bị đủ các kỹ năng và thái độ phù hợp để đón tiếp và phục vụ khách, hầu hết đều không biết ngoại ngữ để phục vụ khách du lịch quốc tế. Việc giao lưu giữa chủ nhà và khách du lịch do đó rất hạn chế, làm giảm sự hứng thú của khách khi tham gia du lịch cộng đồng. Số lượng cơ sở lưu trú quá ít, không đáp ứng được xu hướng phát triển du lịch của địa phương.

Với các sản phẩm dịch vụ cung cấp cho khách, du lịch huyện Lâm Bình còn nghèo nàn, đơn điệu, toàn huyện chỉ tập trung phát triển loại hình du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái. Các sản phẩm dịch vụ có sự trùng lặp, kém hấp dẫn: nhà ở homestay như nhau, các món ăn có sự trùng lặp giữa các nhà và giữa các ngày. Chưa có nhiều sản phẩm quà lưu niệm bán cho du khách. Ở một số homestay vấn đề vệ sinh chưa đảm bảo, gần chỗ nuôi gia súc gia cầm. Đường vào các homestay còn chật hẹp, xe ô tô khó vào. Cảnh quan ít được đầu tư, người dân chưa có ý tưởng thiết kế sân vườn phù hợp, chủ yếu là tận dụng cảnh quan sẵn có. Các dịch vụ giải trí hầu như không có, khách lưu lại các homestay không nhiều hoạt động giải trí, vì vậy không thu hút kéo dài được thời gian lưu trú của khách.

Hạ tầng tại các điểm danh thắng, di tích lịch sử chưa được đầu tư xây dựng, giao thông kết nối các tour, tuyến chưa đồng bộ, một số nét văn hóa truyền thống có nguy cơ mai một. Các điều kiện cơ sở vật chất phục vụ du khách của các hộ gia đình và hạ tầng du lịch chung còn thiếu, chưa đồng bộ.

#### **4. MỘT SỐ VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH NHẪM XÓA ĐÓI GIẢM NGHÈO Ở HUYỆN LÂM BÌNH, TUYÊN QUANG**

Đứng trước những cơ hội và thách thức đặt ra với những vùng kinh tế - xã hội kém phát triển, các ngành, các cấp và các doanh nghiệp du lịch cần phải nâng cao nhận thức về trách nhiệm xã hội của mình, xác định rõ trách nhiệm đối với công cuộc xóa đói giảm nghèo cho dân cư địa phương. Vấn đề đặt ra cho huyện Lâm Bình, Tuyên Quang trong phát triển du lịch là: trên cơ sở tận dụng tốt cơ sở vật chất hiện có và từng bước đầu tư thêm để phát huy được tiềm năng du lịch tự nhiên và nhân văn thu hút khách du lịch; Phát triển mạnh các loại hình du lịch leo núi, câu cá, cắm trại, đua thuyền với tham quan các danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử và văn hóa các dân tộc; Khuyến khích sự tham gia của cộng đồng dân cư vào các dự án phát triển du lịch dưới các hình thức: cung cấp các ý tưởng du lịch, cung cấp sức lao động, cung cấp sản phẩm dịch vụ; Tăng cường tuyên truyền quảng bá nâng cao nhận thức của người dân về du lịch; Mở rộng liên doanh liên kết với du lịch các tỉnh thành phố tạo thành các tuyến du lịch đặc sắc;...

Các giải pháp cụ thể như sau:

- Tìm hướng đi phù hợp và hỗ trợ các khu vực có tiềm năng của địa phương phát triển là giải pháp quan trọng góp phần xóa đói giảm nghèo cho đồng bào dân tộc. Đây không chỉ là vấn đề đặt ra với các doanh nghiệp du lịch mà còn đặt ra với chính quyền địa phương và các cơ quan hữu quan. Các homestay từ trước đến nay giữ vai trò rất quan trọng trong quá trình phát triển du lịch của huyện, góp phần tạo công ăn việc làm cho đồng bào dân tộc. Hiện nay, du lịch ngày càng phát triển thì sản phẩm đặc thù của từng địa phương sẽ là điểm thu hút đối với du khách và ngược lại đối tượng khách du lịch cũng là lối ra, con đường tiếp thị cho các sản phẩm nông nghiệp, hàng thủ công của địa phương. Xây dựng đề án chương trình phát triển mỗi bản làng một nghề sẽ tạo ra phong trào rộng khắp cả huyện Lâm Bình, phát huy lợi thế, tiềm năng của địa phương về ngành nghề nông thôn, mở rộng thị trường tiêu thụ trong và ngoài nước; thu hút và tạo ra mối liên kết chặt chẽ hơn giữa nhà nước, nhà kinh doanh, nhà khoa học, nhà văn hóa, nhà thiết kế mỹ thuật, nhà du lịch, trong đó, mối quan hệ giữa các hộ làm nghề, cơ sở sản xuất với các doanh nghiệp giữ vai trò chủ đạo.

- Tạo cơ hội để người dân cung cấp hàng hóa và dịch vụ cho du lịch. Các doanh nghiệp cần có quan hệ chặt chẽ với địa phương nhằm hướng dẫn các hoạt động sản xuất của người dân đi vào nền nếp, tổ chức các vùng tập trung chuyên môn hóa nông, lâm nghiệp. Bên cạnh đó, cũng phải xác định rõ các địa bàn sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ như hàng thổ cẩm, mây tre đan



lát,... Điều đó mang lại cho người dân địa phương thu nhập cao hơn và ổn định, người dân tham gia cung ứng sản phẩm cho du lịch sẽ cảm thấy tự hào về truyền thống sản xuất của mình, góp phần giữ gìn và bảo vệ các ngành sản xuất truyền thống của địa phương. Mặt khác, việc sử dụng các nông sản phẩm của địa phương có chất lượng ổn định sẽ giúp các doanh nghiệp du lịch tiết kiệm được chi phí vận chuyển, thu mua nguyên liệu, đồng thời dễ dàng kiểm soát chất lượng nguồn hàng cung ứng.

- Phát triển các tour du lịch đa dạng, độc đáo, hấp dẫn cho khách du lịch, gắn với nền sản xuất, nếp sống của dân địa phương. Không phát triển du lịch theo kiểu mô phỏng sự phát triển du lịch ở các địa phương khác. Sản phẩm rập khuôn sẽ kém hấp dẫn khách du lịch. Cần nghiên cứu tạo những sản phẩm du lịch độc đáo, khai thác, bảo tồn và phát huy vốn văn hóa truyền thống đặc sắc của đồng bào các dân tộc. Khách du lịch có thể tham gia sản xuất trực tiếp, ăn uống và thưởng thức các tiết mục văn hóa truyền thống, giao lưu văn hóa với đồng bào dân tộc. Có thể thiết kế cho khách du lịch các tour đi bộ trong rừng, tắm thác, thăm nhà vườn, tìm hiểu đời sống sản xuất, kỹ thuật canh tác của dân bản địa, cùng cư dân lao động sản xuất, làm sạch môi trường. Hình thành các khu du lịch sinh thái và nghỉ dưỡng, khu dịch vụ văn hóa và giải trí không chỉ tập trung ở trung tâm huyện mà mở rộng ra cả các bản làng. Lập kế hoạch tôn tạo các di tích lịch sử, văn hóa, hỗ trợ xây dựng các tiết mục văn hóa dân tộc có chất lượng, khuyến khích phát triển mô hình "Nông dân - nhà vườn làm du lịch". Dịch vụ lưu trú qua đêm tại nhà dân giúp tăng thêm thu nhập cho đồng bào thiểu số và tạo mối quan hệ mật thiết giữa du khách và cộng đồng.

- Tạo cơ hội việc làm cho dân địa phương thông qua đào tạo nghề và tuyển dụng lao động làm việc trong các cơ sở du lịch. Các chương trình phát triển du lịch vì người nghèo có thể giúp đào tạo nhân lực du lịch là người dân tộc, đào tạo kỹ năng tiếp đón khách, kỹ thuật chế biến món ăn, tổ chức lưu trú cho khách, kiến thức về xây dựng kế hoạch, đào tạo ngoại ngữ cho dân địa phương, giúp người dân có thể biết lập kế hoạch trong tương lai, biết chú trọng vấn đề về giới. Phụ nữ có các nghề sản xuất thủ công, tham gia các chương trình văn nghệ, giao lưu, nấu nướng, dệt thổ cẩm, bán hàng cho khách. Kết thúc các khóa học, người học có thể được tuyển dụng trong các cơ sở dịch vụ, có việc làm, có thu nhập đưa gia đình thoát khỏi cảnh nghèo. Như vậy, ngành kinh tế tổng hợp này không chỉ gắn kết với nhiều hình thức dịch vụ như khách sạn, nhà hàng, giải trí mà còn liên quan chặt chẽ với các cộng đồng dân cư, cộng đồng làng xóm. Bên cạnh đó, huyện có thể hỗ trợ người dân địa phương được đào tạo bằng kinh phí, thời gian và địa điểm đào tạo phù hợp, bằng chương trình đào tạo phù hợp để khai thác tiềm năng du lịch của địa phương.

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp du lịch như Fivestar Travel,... cần mở lớp đào tạo thợ giỏi, huấn luyện kỹ năng thiết kế mẫu cho lao động và xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật sản xuất hàng thủ công truyền thống, tổ chức nhân rộng ra toàn huyện, vừa góp phần giải quyết công ăn việc làm cho nông dân, vừa cải thiện đời sống văn hóa - xã hội của người dân.

- Hỗ trợ người dân địa phương tiêu thụ sản phẩm. Với xu hướng phát triển của du lịch, với yêu cầu tiêu chuẩn hóa dịch vụ du lịch cung cấp cho khách du lịch đã dẫn đến sự phát triển loại hình du lịch "cô lập" (tourism enclave developments), khách du lịch sống trong những điều kiện dành riêng cho họ. Tuy vậy, các khu du lịch có thể dành khu vực riêng cho người dân địa phương bán đồ thủ công truyền thống của họ, có biện pháp quản lý khu vực bán hàng về loại sản phẩm thủ công, chất lượng hàng bán và giá cả cung ứng cho khách. Bên cạnh đó, các cơ sở du lịch có thể giúp người dân địa phương những kỹ năng bán hàng có hiệu quả. Bằng những biện pháp đó sẽ giúp người dân địa phương tiêu thụ được nhiều sản phẩm, tạo nhiều việc làm hơn.

- Tăng cường phối hợp hoạt động giữa các doanh nghiệp du lịch với các doanh nghiệp khác. Mục đích là khai thác một cách có hiệu quả nền văn hóa đa dạng của các dân tộc thiểu số của các

tính nhằm phục vụ cho các hoạt động hưởng thụ văn hóa tinh thần của người dân trong đó có hoạt động du lịch, từ đó góp phần bảo tồn, gìn giữ bản sắc, di sản văn hóa của đồng bào các dân tộc; đồng thời thỏa mãn nhu cầu giao lưu, tìm hiểu văn hóa giữa du khách, cải thiện đời sống, tạo cơ hội việc làm cho người dân địa phương và phối hợp quảng bá nền văn hóa đậm đà bản sắc dân tộc của huyện. Để khai thác tiềm năng phát triển bền vững, các doanh nghiệp và cộng đồng địa phương cần có biện pháp xóa bỏ những tập tục lạc hậu trong sản xuất và đời sống sinh hoạt - là việc làm cần thiết giúp đồng bào dân tộc thiểu số có thể sản xuất ra những sản phẩm có chất lượng bán cho du khách, tham gia cung ứng sức lao động cho thị trường du lịch của địa phương. Yếu tố văn hóa truyền thống là yếu tố không thể thiếu trong du lịch, song những hủ tục lạc hậu cần xóa bỏ, cải thiện đời sống của người dân.

- Tuyên truyền giáo dục nâng cao nhận thức của cộng đồng dân cư địa phương trong việc sử dụng thu nhập nhận được từ việc cung ứng hàng hóa dịch vụ cho du khách, giúp họ hưởng lợi nhiều hơn, nâng cao đời sống vật chất, văn hóa, cải thiện bộ mặt kinh tế - xã hội của địa phương. Các doanh nghiệp cần tăng cường xúc tiến quảng bá, liên kết hợp tác du lịch với các địa phương như Phú Thọ, Hà Giang, tạo những chương trình du lịch liên hoàn và xúc tiến quảng bá chung, tăng lợi thế về vị trí địa lý. Xây dựng thương hiệu chung cho sản phẩm sản xuất của khu vực nhằm tăng tính cạnh tranh cho sản phẩm, bổ sung cho sản phẩm du lịch.

- Hỗ trợ tập huấn nâng cao nhận thức và kỹ năng phát triển du lịch cộng đồng cho cán bộ, học sinh, người dân trực tiếp vận hành. Hỗ trợ đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng ở các khu, điểm du lịch, cụ thể: Điểm du lịch cộng đồng: Nặm Đíp, bản Bon,... và tại một số điểm danh lam, thắng cảnh trên địa bàn huyện.

- Kêu gọi các nhà đầu tư, doanh nghiệp lập các dự án đầu tư, khai thác các khu, điểm du lịch và các loại hình du lịch huyện có tiềm năng, lợi thế; hợp tác đầu tư, chia sẻ lợi ích với các hộ dân trong quản lý, khai thác loại hình du lịch cộng đồng,...

Huyện Lâm Bình, Tuyên Quang thực sự là nơi lý tưởng cho khách du lịch tìm kiếm về du lịch sinh thái, văn hóa, là những vùng đất còn nhiều bí ẩn cho việc khám phá tự nhiên, hòa mình vào văn hóa dân tộc. Khai thác những nguồn lực sẵn có góp phần cải thiện đời sống kinh tế - xã hội của người dân địa phương, đóng góp tích cực vào công cuộc xóa đói giảm nghèo cho huyện Lâm Bình. Nâng cao trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp du lịch trong công cuộc xóa đói giảm nghèo là vấn đề then chốt đặt ra nhưng cần được tiến hành một cách đồng bộ với sự quan tâm của Nhà nước, các ban ngành hữu quan và địa phương. Từ đó sẽ đảm bảo sự tăng trưởng bền vững của du lịch, thực hiện được định hướng trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Tim Barlett, Xác định và tối đa hóa lợi ích phát triển kinh tế từ du lịch: Xu hướng và cơ hội, Hội nghị của Liên Ủy ban Đông Á - Thái Bình Dương và Ủy ban Nam Á lần thứ 22, 2010.
2. Đại Dương, Nhiều lợi ích từ “Du lịch có trách nhiệm”, <http://www.dantri.com.vn>, 2010.
3. Trung Kiên (2017), Lâm Bình với mô hình du lịch cộng đồng.
4. Đại Lâm (2019), Du lịch cộng đồng cần sự kết nối <https://tuoitre.vn/du-lich-cong-dong-can-su-ket-noi-20190214102911355.htm>
5. Nguyễn Thị Hồng Nhung (2015), Du lịch cộng đồng - Con đường phát triển bền vững <http://vtr.org.vn/du-lich-cong-dong-con-duong-phat-trien-ben-vung.html>

6. Thu Thảo (2019), Huyện Lâm Bình (Tuyên Quang) có thêm hai homestay đi vào hoạt động.
7. Tổng cục Du lịch Việt Nam, Kỷ yếu Hội thảo Triển khai Luật Du lịch - vì sự phát triển bền vững và xóa đói giảm nghèo, 2007.
8. UBND Huyện Lâm Bình (2018), Tiềm năng và tình hình phát triển du lịch cộng đồng huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang.
9. UNWTO (2008), Tourism and Community Development - Asian Practices.
10. Viện Nghiên cứu Phát triển ngành nghề nông thôn Việt Nam (2012), Tài liệu hướng dẫn phát triển du lịch cộng đồng.
11. [www.vietnamtourism.gov.vn](http://www.vietnamtourism.gov.vn)
12. [www.dulichlambinh.gov.vn](http://www.dulichlambinh.gov.vn)

## **TOURISM DEVELOPMENT TO ELIMINATE HUNGER AND REDUCE PROVERTY IN LAM BINH DISTRICT, TUYEN QUANG PROVINCE**

**Nguyen Thi Nguyen Hong**  
*Thuongmai University*

### **Abstract**

To develop tourism becomes an important economic sector in Vietnam, it is necessary to promote both economic roles and social roles of the tourism industry and businesses, to develop sustainable tourism. Sustainable pro-poor tourism is mainly performed in rural and mountainous areas, where the income level is low and the living conditions are poor. The Northern Midlands and Mountainous region which consists of 14 provinces, is one of the center-point areas to develop pro-poor tourism in our country. Lam Binh is a remote, mountainous district of Tuyen Quang province with abundant tourism potential. The province has also developed community-based tourism to reduce poverty. However, the tourism market of this province is small, accounts for a low percentage of the total tourism market. Therefore, government offices and tourism businesses need to clearly define responsibilities for poverty alleviation, find appropriate directions to exploit local potentials and increase income and employment.

### **Keywords**

Tourism development, social responsibility, eliminating hunger and reduceing proverty, Lam Binh district

# NHỮNG YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN THU HÚT KHÁCH DU LỊCH CỦA HUYỆN LÂM BÌNH, TỈNH TUYÊN QUANG

**Nguyễn Xuân Thiên**

*Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội*

**Nguyễn Khải Hoàn**

*Trường Đại học Tân Trào*

**Hoàng Thị Thu Giang**

*Trường Đại học Hạ Long*

## Tóm tắt

Huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang được biết đến như một huyện có nhiều tiềm năng về phát triển du lịch. Trong những năm qua du lịch tỉnh Tuyên Quang nói chung và huyện Lâm Bình nói riêng đã có bước phát triển tốt song thực sự chưa tương xứng với tiềm năng và lợi thế vốn có. Để góp phần đưa du lịch huyện Lâm Bình trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, cần phải phân tích và nhận biết rõ các nhân tố ảnh hưởng đến thu hút khách du lịch đến với huyện Lâm Bình; từ đó đề có chính sách phù hợp, kịp thời nhằm khai thác hiệu quả các tiềm năng và lợi thế vốn có. Bài viết sẽ đề cập và phân tích làm rõ những yếu tố ảnh hưởng đến thu hút khách du lịch của huyện Lâm Bình và đưa ra những gợi ý về mặt chính sách, góp phần thúc đẩy và phát triển bền vững ngành Du lịch huyện Lâm Bình trong những năm tới.

## Từ khóa

Yếu tố, ảnh hưởng, thu hút, khách du lịch, Lâm Bình, Tuyên Quang

## 1. BỐI CẢNH VÀ VẤN ĐỀ

Việt Nam nói chung và Tuyên Quang nói riêng đã xác định phương hướng phát triển là đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Phương hướng này hoàn toàn đúng đắn; vừa phù hợp với xu thế phát triển của thế giới và điều quan trọng hơn là khai thác có hiệu quả các nguồn lực bao gồm nguồn lực tự nhiên, kinh tế - xã hội và văn hóa lịch sử. Trong những năm qua hòa chung với sự phát triển du lịch của cả nước; Du lịch Tuyên Quang đã có những bước phát triển mới. Với những tiềm năng và lợi thế vốn có về phát triển du lịch, khách du lịch đến Tuyên Quang có xu hướng tăng. “*Kết quả thống kê 02 năm gần đây cho thấy: Năm 2017, tổng lượt khách du lịch đạt 1.590.900 lượt, đạt 107% kế hoạch năm, tăng 10,4% so với năm 2016... Năm 2018, thu hút 1.760.600 lượt khách du lịch, đạt 105% kế hoạch năm, tăng 10,7% so với cùng kỳ năm trước*” [3]. “*Tổng thu xã hội từ du lịch đạt 2.936 tỷ đồng. Tạo việc làm cho khoảng 14.300 lao động ngành dịch vụ du lịch*”[1].

Con số này đối với Tuyên Quang là lớn nhưng mới chỉ bằng khoảng 25% so với tỉnh Phú Thọ (hàng năm tỉnh Phú Thọ thu hút khoảng 6-7 triệu lượt khách trong nước, chưa tính khách quốc tế). Để đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, Tuyên Quang bên cạnh đẩy mạnh thu hút du khách trong nước, đồng thời cũng cần phải đẩy mạnh thu hút khách nước ngoài. Trong số 7 huyện, thành phố của tỉnh Tuyên Quang thì Lâm Bình có nhiều điều kiện tự nhiên, xã hội và nhiều lợi thế để phát triển du lịch sinh thái và du lịch cộng đồng [8][9]. Theo thông tin mới nhất 6 tháng đầu năm 2019, Lâm Bình thu hút trên 23.000 lượt khách du lịch bao gồm cả khách nội địa và quốc tế [13][15].

Với những tiềm năng và lợi thế vốn có; và với hướng đi đúng, trong những năm qua du lịch Tuyên Quang nói chung và huyện Lâm Bình nói riêng đã có bước phát triển. Khách du lịch đến Tuyên Quang cũng như Lâm Bình có xu hướng tăng. Tuy nhiên, so với tiềm năng và lợi thế thì kết quả đạt được còn rất khiêm tốn. Bằng cách nào để tăng cường thu hút khách du lịch đến Lâm Bình trong những năm tới (đến năm 2025 và tầm nhìn đến năm 2030)? Việc phân tích và làm rõ các yếu tố ảnh hưởng đến thu hút khách du lịch của huyện Lâm Bình sẽ trả lời câu hỏi lớn nêu ra ở trên; đồng thời hy vọng sẽ góp phần đưa du lịch Lâm Bình phát triển bền vững, sớm trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

## 2. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

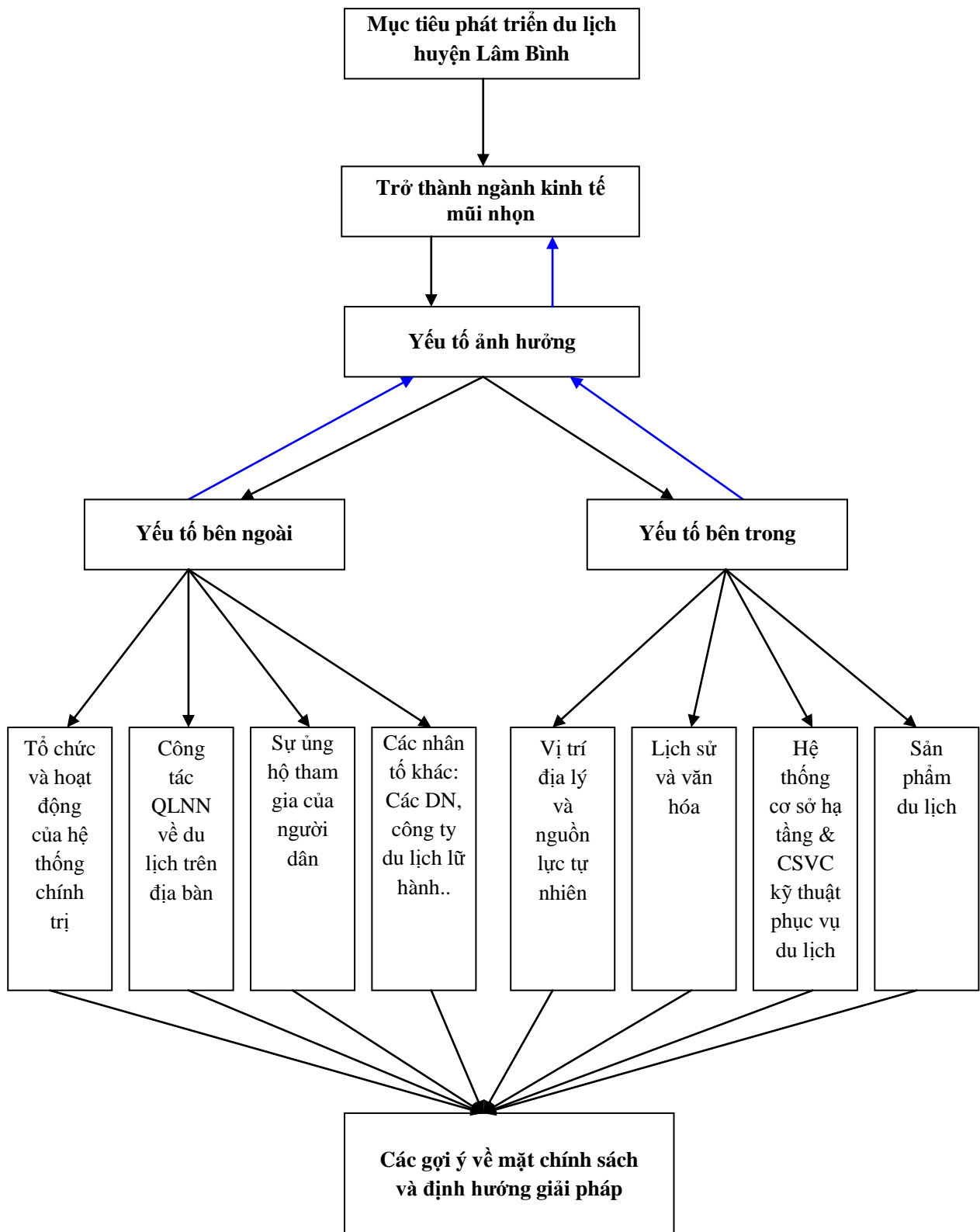
Đã có nhiều bài báo, bài giới thiệu, báo cáo về tình hình phát triển kinh tế - xã hội, báo cáo chuyên đề về phát triển du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang phân tích tiềm năng, lợi thế của huyện Lâm Bình để phát triển du lịch trong đó có du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng; đồng thời cũng cho thấy những kết quả đạt được, kế hoạch phát triển và những khó khăn hạn chế của huyện Lâm Bình trong phát triển du lịch [3][8-15]. Tuy nhiên, vẫn còn thiếu những bài viết dưới góc độ học tập kinh nghiệm của nước ngoài và các địa phương khác của Việt Nam để vận dụng phân tích những yếu tố ảnh hưởng đến thu hút khách du lịch đặc biệt là khách du lịch quốc tế đến huyện Lâm Bình thuộc tỉnh Tuyên Quang. Để đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, phù hợp với tiềm năng và lợi thế của địa phương, Lâm Bình cần phải đẩy mạnh thu hút khách du lịch trong và ngoài nước; Do vậy, việc phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến thu hút khách du lịch của huyện Lâm Bình là rất cần thiết và bổ ích.

### 2.1. Khung phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến thu hút khách du lịch của huyện Lâm Bình tỉnh Tuyên Quang

Để hiểu rõ hơn các yếu tố tác động đến thu hút khách du lịch của huyện Lâm Bình, trước hết cần xác định rõ khung phân tích các yếu tố và quan hệ của các yếu tố ảnh hưởng đó. Khung phân tích này dựa trên nghiên cứu lý thuyết kết hợp với nghiên cứu thực tiễn, bao gồm các yếu tố bên ngoài và các yếu tố bên trong.

Trước hết phải bắt đầu từ mục tiêu phát triển của ngành Du lịch Lâm Bình là trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Để đạt được mục tiêu này cần phải tăng cường thu hút khách du lịch nội địa và quốc tế đến Lâm Bình. Có như vậy mới tạo doanh thu lớn, hiệu quả cao và phát triển bền vững. Về mặt lý thuyết cũng như thực tiễn của các nước có ngành Du lịch phát triển như Thái Lan, Malaysia, Singapore và nhiều nước khác đều cho thấy: Doanh thu từ ngành Du lịch phụ thuộc rất lớn vào số lượt khách du lịch quốc tế đến tham quan du lịch và thời gian lưu trú. Tuy nhiên, dựa trên thực tiễn của Việt Nam và qua phân tích, khảo sát đặc điểm tự nhiên, xã hội và những lợi thế phát triển du lịch của huyện Lâm Bình, Tuyên Quang [3][9][15], chúng tôi đã đưa ra được khung phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến thu hút khách du lịch của huyện Lâm Bình.

Xác định khung phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến thu hút khách du lịch của huyện Lâm Bình được thể hiện qua sơ đồ 2.1.



Sơ đồ 2.1. Khung phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến thu hút khách du lịch của huyện Lâm Bình

## 2.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến thu hút khách du lịch của huyện Lâm Bình

### 2.2.1. Yếu tố bên ngoài

Yếu tố bên ngoài có ảnh hưởng rất lớn đến dòng khách du lịch trong nước, quốc tế đến với Tuyên Quang nói chung và Lâm Bình nói riêng. Đó là các yếu tố bao gồm: (i) Tổ chức và hoạt

động của hệ thống chính trị; (ii) Công tác QLNN về du lịch trên địa bàn; (iii) Sự ủng hộ, tham gia của người dân; (iv) Các nhân tố khác: các doanh nghiệp, công ty du lịch lữ hành, tổ chức, cá nhân... Để đón bắt các cơ hội phát triển và hạn chế mặt tiêu cực, vượt qua các thách thức cần phải nhận biết và hiểu rõ sâu sắc các yếu tố này.

#### 2.2.1.1. Tổ chức và hoạt động của hệ thống chính trị

Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị khóa XII đã xác định rõ quan điểm: “Phát triển du lịch là trách nhiệm của cả hệ thống chính trị, các cấp, các ngành, của toàn xã hội, có sự lãnh đạo, chỉ đạo chặt chẽ của các cấp ủy đảng; phát huy mạnh mẽ vai trò động lực của doanh nghiệp và cộng đồng dân cư, sự quản lý thống nhất của Nhà nước; tập trung nguồn lực quốc gia cho phát triển du lịch”<sup>14</sup>. Tổ chức và hoạt động của hệ thống chính trị chịu sự chi phối, tác động của rất nhiều yếu tố và có mối quan hệ chặt chẽ với nhau, khi một yếu tố thay đổi sẽ kéo theo các nhân tố khác thay đổi. Đó là các yếu tố như cơ cấu, tổ chức, chức năng của các cơ quan QLNN, hành chính, đội ngũ cán bộ, công chức, chế độ công vụ...

Vấn đề chủ yếu trong tổ chức và hoạt động của hệ thống chính trị ở địa phương là sự phân công trong nội bộ hệ thống tổ chức, việc xác định nhiệm vụ cho các cơ quan, đơn vị khác nhau để tạo được sự điều hòa, phối hợp cần thiết nhằm bảo đảm thực hiện được mục tiêu đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Cơ cấu tổ chức hợp lý sẽ tránh được sự chồng chéo, vướng mắc, dễ dàng phối hợp, điều chỉnh công việc trong thực hiện nhiệm vụ, tiết kiệm thời gian; ngược lại nếu cơ cấu bất hợp lý sẽ làm giảm hiệu quả hoạt động, vì vậy cần thực hiện cải cách hành chính một cách đồng bộ, thiết thực, liên tục, tạo thuận lợi cho người dân và doanh nghiệp phát triển du lịch. Bộ máy hành chính là một chỉnh thể và mỗi cơ quan hành chính là một bộ phận, cả bộ máy chỉ hoạt động tốt khi mỗi bộ phận vừa thực hiện tốt nhiệm vụ của mình vừa phối hợp tốt với các bộ phận khác để hoàn thành được mục tiêu đặt ra.

#### 2.2.1.2. Công tác QLNN về du lịch trên địa bàn

Lý thuyết quản lý nói chung và QLNN về du lịch nói riêng cho thấy: (i) Quản lý và chịu sự quản lý là tất yếu khách quan của bất cứ cá nhân và tổ chức nào trong mọi thể chế xã hội; (ii) Quản lý đúng đắn trở thành nhân tố quyết định sự thành công của mọi tổ chức, doanh nghiệp; (iii) Quản lý có trọng tâm, trọng điểm nhưng phải phù hợp với truyền thống và thông lệ quốc tế. Xuất phát từ tính đặc thù của hoạt động QLNN về du lịch, các kỹ năng cần thiết trong hoạt động công vụ được cụ thể hóa thành quy trình, quy phạm đòi hỏi phải được thực hiện một cách thống nhất. Ngoài việc công chức, viên chức phải tinh thông nghiệp vụ, nắm vững trình tự, thủ tục giải quyết công việc, tính chuyên nghiệp của công chức, viên chức còn thể hiện thông qua nhiều khía cạnh khác: khả năng ứng dụng CNTT, truyền thông, khả năng thích nghi, giao tiếp, hợp tác thông qua phối hợp nhóm, tổ, đội.

Cán bộ làm công tác tham mưu QLNN về du lịch trên địa bàn cần có kỹ năng, nghiệp vụ hành chính gắn với chuyên môn đào tạo và kinh nghiệm làm việc. Ngoài ra, văn hóa, đạo đức nghề nghiệp, ý thức tôn trọng và chấp hành kỷ luật, kỷ cương, việc gương mẫu thực hiện văn hóa công vụ là đòi hỏi khách quan, bắt nguồn từ tính chất của hoạt động quản lý, không chỉ là biểu hiện của đạo đức công vụ mà còn là thước đo tính chuyên nghiệp của cán bộ, công chức, viên chức. Để quản lý tốt hoạt động phát triển du lịch ở địa phương, cần trang bị đầy đủ tri thức về quản lý, nghiệp vụ quản lý cả về lý luận và thực tiễn cho các cán bộ quản lý từ cấp huyện đến cấp xã.

<sup>14</sup> Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn

### 2.2.1.3. Sự tham gia và ủng hộ của người dân

Sự tham gia và ủng hộ của người dân trong phát triển du lịch đóng vai trò rất quan trọng và là nòng cốt trong phát triển sản phẩm du lịch tại địa phương. Người dân được đóng góp ý kiến, tham gia tích cực vào các hoạt động phát triển các sản phẩm du lịch, cung cấp nhân lực, vật lực cho doanh nghiệp du lịch, cung cấp thêm nhiều dịch vụ phục vụ cho khách du lịch tại địa phương. Người dân cũng có thể gián tiếp thực hiện việc QLNN thông qua việc tham gia vào hoạt động của các tổ chức xã hội, các hoạt động tự quản ở cơ sở. Thực tiễn cho thấy, sự tham gia, ủng hộ của người dân đối với hoạt động du lịch càng lớn thì hoạt động QLNN về du lịch càng dễ dàng đạt được mục tiêu và chỉ khi nào người dân thực sự đóng vai trò làm chủ trong quá trình hoạt động kinh doanh, phát triển du lịch, dịch vụ thì việc đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn mới thực sự thành công.

Người dân tham gia quản lý hoạt động du lịch trên địa bàn sẽ đảm bảo tính khách quan, công bằng, dân chủ, thông qua đó giúp họ hiện thực hóa địa vị pháp lý cũng như thể hiện nguyện vọng chính đáng, phát huy vai trò làm chủ trong phát triển kinh tế du lịch tại địa phương. Người dân không chỉ có quyền giám sát đối với hoạt động của cơ quan hành chính nhà nước; tham gia giám sát việc thực hiện đầu tư phát triển sản phẩm du lịch của doanh nghiệp du lịch theo đúng quy định của pháp luật, chủ trương của chính quyền địa phương; thực hiện quyền khiếu nại, tố cáo mà còn có quyền tự mình tham gia vào hoạt động phát triển du lịch, trực tiếp thể hiện quyền lợi của mình; thực hiện nếp sống văn minh du lịch và có thái độ lịch sự, thân thiện, mến khách thể hiện trong đón tiếp, giao tiếp với khách du lịch. Bên cạnh đó, cần nâng cao ý thức bảo vệ tài nguyên, môi trường du lịch; giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa truyền thống, giữ gìn an ninh trật tự xã hội, bảo đảm an toàn cho khách du lịch.

### 2.2.1.4. Các nhân tố khác: các doanh nghiệp, công ty lữ hành du lịch và các dịch vụ du lịch khác

Hoạt động của các doanh nghiệp, công ty lữ hành góp phần quảng bá thông tin điểm đến cho du khách, ảnh hưởng đến lựa chọn điểm đến của du khách và phối hợp với các dịch vụ khác: nhà hàng, khách sạn, nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe... tạo thành gói sản phẩm du lịch. Đồng thời, hoạt động của các doanh nghiệp lữ hành không chỉ ảnh hưởng đến truyền thông, góp phần nâng cao chất lượng du lịch mà còn liên quan đến các vấn đề bảo tồn văn hóa, bảo vệ tài nguyên môi trường. Vì vậy, hoạt động của các doanh nghiệp, công ty lữ hành có ảnh hưởng trực tiếp đến sự phát triển bền vững của du lịch.

Theo thống kê của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Tuyên Quang, hiện toàn tỉnh có 288 cơ sở lưu trú với 2.950 phòng, 4.120 giường, trên 200 nhà hàng ẩm thực có quy mô lớn, 10 công ty lữ hành, vận chuyển du lịch phục vụ nhu cầu tham quan, giải trí tạo nên sự đa dạng, phong phú đối với các tour, tuyến du lịch. Trong đó, hoạt động chủ yếu đã được đa số doanh nghiệp lữ hành thực hiện là: thiết kế các tour du lịch thích hợp với từng nhóm du khách, đào tạo hướng dẫn viên, nhân viên có kiến thức cơ bản về nghiệp vụ du lịch, nhà hàng, khách sạn, bàn, buồng, bar... Đồng thời, khuyến khích các hướng dẫn viên thường xuyên phát triển trình độ chuyên môn như tham gia các khóa đào tạo, hội thảo, tập huấn, bồi dưỡng chuyên môn, nghiệp vụ của các chuyên gia hoặc các tổ chức uy tín về kinh doanh, phát triển du lịch.

## 2.2.2. Yếu tố bên trong

Để một quốc gia hay một địa phương phát triển nhanh và bền vững: các cấp lãnh đạo và các nhà quản lý cũng như các doanh nghiệp cần phải biết khai thác tận dụng các nguồn lực (các



yếu tố) từ bên ngoài; đồng thời phải sử dụng tốt, hiệu quả các yếu tố bên trong. Có thể nói các yếu tố bên ngoài có vai trò quan trọng; nhưng khai thác, sử dụng các yếu tố bên trong có vai trò quyết định đến sự phát triển kinh tế - xã hội nói chung và thu hút khách du lịch nói riêng. Trong phạm vi bài viết, chúng tôi chỉ đề cập và phân tích những yếu tố trực tiếp nội tại của huyện Lâm Bình có ảnh hưởng lớn đến thu hút du khách.

#### 2.2.2.1. Vị trí địa lý và nguồn lực tự nhiên

“*Huyện Lâm Bình ở vùng cao phía Bắc tỉnh Tuyên Quang, diện tích tự nhiên 78.152,17 ha; cách Hà Nội khoảng 280 km; cách thành phố Tuyên Quang khoảng 120 km; cách Cao nguyên đá Hà Giang khoảng 150 km; cách Hồ Ba Bể huyện Pác Nặm, tỉnh Bắc Kạn khoảng 130 km và cách hồ Núi Cốc tỉnh Thái Nguyên 180 km*” [9]. Với vị trí địa lý của Lâm Bình có thể kết nối với các trung tâm du lịch của Bắc Kạn, Thái Nguyên, Hà Giang và thành phố Hà Nội. Và từ thành phố Hà Nội lan tỏa ra trong và ngoài nước.

“Là huyện vùng sâu, vùng xa, vùng cao của tỉnh Tuyên Quang, địa hình bị chia cắt bởi nhiều dãy núi cao mà chủ yếu là núi đá vôi và khe sâu; độ che phủ rừng chiếm trên 75% (Diện tích rừng tự nhiên: 58.870,18ha, trong đó: Rừng phòng hộ 39.028,72ha, rừng sản xuất 18.972,96ha); các khu rừng nguyên sinh có hệ động vật, thực vật đa dạng, phong phú, trong đó có nhiều loài quý hiếm như: Pơ Mu, thông tre, thông đỏ, nghiến, trai lý, đinh, sến, dổi, các loài Lan Kim tuyến và một số loài dược liệu quý (cây một lá, Thất diệp nhất chi hoa,...); Động vật có: Voọc đen má trắng, vượn, khỉ, hươu, lợn rừng, mèo rừng, cu li, sóc, cây, nhím,... Từ đó tạo nên những cung đường, những dãy núi, những thung lũng có cảnh quan thiên nhiên hùng vĩ, kỳ thú tuyệt đẹp”[9].

Có thể nói cảnh quan thiên nhiên núi rừng của Lâm Bình đẹp tuyệt vời, hùng vĩ, có nhiều danh lam thắng cảnh nổi tiếng, đan xen giữa rừng và hồ nước, non nước hữu tình; đây có thể coi là lợi thế tuyệt đối của Lâm Bình để thu hút du khách, đặc biệt là du khách quốc tế. Với vị trí địa lý của Lâm Bình, việc di chuyển từ các trung tâm du lịch, và các thành phố lớn như Hà Nội đến Lâm Bình cũng là thuận lợi.

Ngoài các lợi thế tuyệt đối vốn có như sở hữu các nguồn lực tự nhiên, Lâm Bình còn có lợi thế tương đối như chi phí sinh hoạt (lưu trú và các chi tiêu khác) là rẻ tương đối so với các trung tâm du lịch khác.

#### 2.2.2.2. Lịch sử và văn hóa

Lâm Bình là một huyện vùng cao của tỉnh Tuyên Quang; là nơi lưu giữ những giá trị văn hóa truyền thống đặc sắc của các dân tộc. “*Huyện có 08 đơn vị hành chính cấp xã, 76 thôn, bản; dân số trên 33 nghìn người với trên 12 dân tộc cùng chung sống, dân tộc thiểu số chiếm trên 95%, trong đó: Dân tộc Tày chiếm 62%, Dao trên 25%, Mông 6%, Pà Thẻn 2%, còn lại là các dân tộc khác. Đặc biệt, tại thôn Thượng Minh, xã Hồng Quang, huyện Lâm Bình có tộc người Thủy hiện còn 54 hộ, 105 khẩu. Là tộc người ở Việt Nam có duy nhất ở huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang*” [9]. Có thể nói: Lâm Bình là một trong các địa phương hội tụ bản sắc văn hóa của đồng bào dân tộc thiểu số và có nét văn hóa độc đáo, có các lễ hội đặc trưng mà các địa phương khác không thể có được; như Nghi lễ Nhảy lửa huyền bí của dân tộc Pà Thẻn...

Hoạt động kinh doanh, phát triển du lịch trên địa bàn luôn mang tính kế thừa và chịu sự tác động của các yếu tố xã hội như văn hóa, lịch sử, truyền thống, tập quán, thói quen. Sự tác động của các yếu tố này luôn bao hàm cả hai khả năng tích cực và tiêu cực. Vấn đề đặt ra là phải biết

kế thừa, vận dụng, phát huy các yếu tố tích cực, nhất là các giá trị lịch sử, văn hóa, truyền thống đã được kết tinh qua nhiều thời kỳ và hạn chế những yếu tố tiêu cực, lạc hậu làm ảnh hưởng tới việc phát triển du lịch và gìn giữ văn hóa, bản sắc dân tộc ở địa phương, nơi có những lợi thế về phát triển du lịch.

#### 2.2.2.3. Hệ thống hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch

Đảng và Nhà nước đã xác định du lịch là một ngành kinh tế dịch vụ tổng hợp, có tính liên ngành, liên vùng, xã hội hóa cao và mang nội dung văn hóa sâu sắc<sup>15</sup>. Do vậy hệ thống cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch không chỉ bao gồm các yếu tố riêng của ngành Du lịch mà bao gồm cả các yếu tố của các ngành khác được huy động vào hoạt động nhằm tạo ra sản phẩm và dịch vụ du lịch thỏa mãn nhu cầu của con người. Với nội hàm đó có thể thấy rằng hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch, đặc biệt là thu hút du khách quốc tế đến Việt Nam nói chung và Lâm Bình, Tuyên Quang nói riêng đã được đầu tư phát triển khá; nhưng so với yêu cầu thì vẫn còn thiếu và còn hạn chế. Du khách nước ngoài đến Hà Nội, Việt Nam bằng đường hàng không rất thuận lợi; nhưng tuyến đường từ Hà Nội đi Lâm Bình, Tuyên Quang tuy đã được đầu tư nâng cấp, nhưng vẫn còn hạn chế. Cơ sở hạ tầng (đường giao thông) đến các điểm, các khu du lịch chưa được xây dựng một cách đồng bộ.

Hệ thống khách sạn, nhà hàng, các khu vui chơi giải trí, phương tiện vận chuyển... và đặc biệt bao gồm các công trình kiến trúc hỗ trợ đã được đầu tư xây dựng nhưng chưa thật sự gắn kết, hiện đại và sầm uất có tầm quy mô lớn. Thiết nghĩ, nếu khách du lịch quốc tế đến Lâm Bình với tốc độ tăng và nghỉ dưỡng dài ngày thì rất khó có thể đáp ứng được! Tuyên Quang cũng chưa có những khu vui chơi giải trí có tên tuổi đa dạng, phong phú, quy mô lớn như một số tỉnh, thành phố của Việt Nam đã đầu tư xây dựng. Để thu hút khách du lịch quốc tế nhằm thỏa mãn nhu cầu vui chơi giải trí; nên chăng Tuyên Quang nói chung và Lâm Bình nói riêng cũng cần phải đầu tư xây dựng các khu vui chơi giải trí có tầm cỡ quốc gia.

#### 2.2.2.4. Sản phẩm du lịch

Như mục 2.1 đã chỉ ra: một trong những yếu tố ảnh hưởng lớn, hấp dẫn, thu hút lượng khách du lịch quốc tế đến Thái Lan, Malaysia cùng nhiều nước và các thành phố khác trên thế giới là do các nước và các thành phố này đã có nhiều sản phẩm du lịch đa dạng, phong phú, độc đáo và khác biệt. Để góp phần tăng nhanh lượng khách du lịch quốc tế đến Lâm Bình; vấn đề rất cần là phải xây dựng đầu tư ra các sản phẩm du lịch độc đáo và khác biệt phù hợp với tiềm năng và thế mạnh của địa phương. Sản phẩm du lịch bao gồm *cả yếu tố hữu hình và những yếu tố vô hình. Yếu tố hữu hình là hàng hóa, yếu tố vô hình là dịch vụ vui chơi, giải trí.*

Thế mạnh và điểm nổi bật của Lâm Bình là sản phẩm vô hình (văn hóa phi vật thể) độc đáo, khác biệt của đồng bào các dân tộc thiểu số, như: *Nghi lễ Nhảy lửa huyền bí của dân tộc Pà Thẻn, Bơi thuyền Kayak trên hồ Lâm Bình, Tuyên Quang; chiêm ngưỡng những cảnh đẹp thiên nhiên ban tặng với những cánh rừng nguyên sinh, những hang động kỳ ảo và những thác nước tuôn trào...* thường thức các làn điệu dân ca: hát Then, hát Páo dung, hát Cọi, múa Khèn,... Đây là điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch cộng đồng.

Những lễ hội và các dịch vụ vui chơi giải trí hiện nay của Lâm Bình là rất quý, phù hợp với tiềm năng và lợi thế của đồng bào các dân tộc; Tuy nhiên để thu hút du khách trong và ngoài

<sup>15</sup> Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn

nước đến Lâm Bình nhiều hơn nữa, cần phải tạo ra những sản phẩm hàng hóa và dịch vụ, vui chơi giải trí, thư giãn độc đáo và phong phú hơn; cần có những sản phẩm và dịch vụ đặc biệt mà chỉ có Lâm Bình mới có.

### **2.3. Một số gợi ý về mặt chính sách và định hướng giải pháp đối với huyện Lâm Bình**

#### **2.3.1. Định hướng chính sách và nhận thức của người dân**

Khi tiến hành xây dựng chính sách và định hướng nhận thức của người dân cần đặt ra các câu hỏi lớn: (i) Địa phương phải ban hành những chính sách gì? Và phải thực thi các giải pháp gì để đạt được mục tiêu đề ra? Mỗi giải pháp phải được định lượng cụ thể, chỉ rõ trách nhiệm thực hiện và chế tài thực hiện chứ không chỉ mang tính nguyên tắc, chung chung; (ii) Địa phương lấy nguồn lực ở đâu và huy động các nguồn lực như thế nào để hiện thực hóa mục tiêu? Khi nghiên cứu phương án huy động nguồn lực tài chính rất cần xác định rõ nhu cầu làm thế nào để thu hút vốn đầu tư ngoài địa phương gắn với nhu cầu thu hút công nghệ và nhất là thu hút vốn FDI?

Định hướng chính sách, kế hoạch phát triển của chính quyền cấp huyện và nhận thức của người dân là quan trọng nhưng cần có sự hỗ trợ quan tâm giúp đỡ từ các cấp các ngành. Vì du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp, để ngành Du lịch “*cát cánh*” và phát triển, cần có sự quan tâm, phối hợp giữa các ngành, các cấp từ nhận thức đến kinh doanh du lịch. Để du lịch Lâm Bình phát triển bền vững cần phải đầu tư nhằm tăng cường thu hút khách du lịch trong nước và quốc tế; có như thế du lịch Lâm Bình mới trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; đóng góp quan trọng cho phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

Xây dựng và ban hành các chính sách, đề án bảo tồn di sản văn hóa gắn với phát triển du lịch. Xây dựng cơ chế ưu đãi, hỗ trợ và ưu tiên sử dụng ngân sách cho các hoạt động bảo vệ môi trường du lịch và đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch: “*Để phát triển kinh tế, xã hội, xóa đói, giảm nghèo cho đồng bào dân tộc thiểu số trên nguyên tắc phát huy, bảo tồn và bền vững những giá trị thiên nhiên, bản sắc văn hóa dân tộc. Chính quyền và nhân dân các dân tộc huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang luôn xác định những đặc điểm nổi bật trên là một lợi thế để phát triển du lịch và ưu tiên phát triển du lịch cộng đồng*”[9].

Với định hướng chính sách và nhận thức đúng đắn của chính quyền và nhân dân các dân tộc huyện Lâm Bình như đã chỉ ra ở trên; chúng tôi tin rằng hoạt động du lịch của Lâm Bình sẽ phát triển vững chắc và bền vững trong những năm tới.

#### **2.3.2. Coi trọng chính sách sản phẩm**

Theo nhận xét của các chuyên gia kinh tế cũng như của các du khách nước ngoài khi đến Tuyên Quang, cho thấy: sản phẩm du lịch còn nghèo nàn, đơn giản, chưa thể hiện được đặc trưng văn hóa vùng, miền. Sản phẩm du lịch cho du khách theo hai nghĩa: sản phẩm hữu hình và sản phẩm dịch vụ (vô hình). Để tạo ra các sản phẩm du lịch đặc trưng, Lâm Bình phải đầu tư, đặc biệt phải có chính sách thu hút các nhà đầu tư trong và ngoài nước vào các khu du lịch, các dịch vụ mua sắm, vui chơi giải trí trên địa bàn tỉnh và tại huyện Lâm Bình. Cần có những sản phẩm du lịch đặc trưng, độc đáo để tạo ấn tượng sâu sắc cho du khách với những giá trị vật chất và tinh thần, phù hợp với lợi thế và tiềm năng thế mạnh vốn có của Lâm Bình. Đồng thời xây dựng, khai thác sản phẩm du lịch gắn liền với sản phẩm đặc trưng của vùng du lịch miền núi phía Bắc là du lịch văn hóa, sinh thái, tâm linh, gắn với tìm hiểu bản sắc văn hóa các dân tộc thiểu số lấy du lịch cộng đồng và du lịch sinh thái làm trung tâm.

Hỗ trợ kinh phí về đào tạo lao động địa phương làm việc trong doanh nghiệp; xây dựng chính sách ưu đãi tín dụng và huy động vốn; hỗ trợ kinh phí đầu tư cho cá nhân, tổ chức kinh tế tham gia vào sản xuất sản phẩm lưu niệm phục vụ khách du lịch và tạo ra sản phẩm mới mang tính đặc trưng của Lâm Bình, Tuyên Quang; hỗ trợ các hoạt động xúc tiến thương mại và quảng bá sản phẩm trên các trang thông tin điện tử của tỉnh và của ngành Du lịch. Khuyến khích các doanh nghiệp, các công ty du lịch đầu tư sản xuất kinh doanh các sản phẩm du lịch gắn với truyền thuyết và đời sống sinh hoạt của đồng bào các dân tộc. Gợi ý và định hướng: (i) Doanh nghiệp, công ty nên và cần làm sản phẩm gì, với khối lượng bao nhiêu và làm như thế nào hoặc bằng cách gì hay bằng công nghệ nào? Và ai làm, làm khi nào? Tiêu thụ ở đâu? Khi xác định câu hỏi này và tìm cách trả lời nó thì phải xác định được nhu cầu phát triển doanh nghiệp trên địa bàn; (ii) Địa phương trực tiếp sản xuất hay lấy sản phẩm đó ở đâu? Tổ chức sản xuất ra sao? Tổ chức theo chuỗi giá trị sản phẩm hay tổ chức theo cụm liên kết lãnh thổ như thế nào?

### **2.3.3. Đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng**

Trong những năm qua, thực trạng kết cấu hạ tầng của Việt Nam nói chung và Tuyên Quang nói riêng đã có bước phát triển do chính sách và giải pháp đầu tư đúng đắn của Nhà nước, của tỉnh; nhưng so với yêu cầu cho phát triển du lịch trong bối cảnh mới thì còn nhiều hạn chế. Con số ấn tượng trong năm 2017 là Việt Nam đã thu hút gần 13 triệu lượt du khách quốc tế; năm 2018 đón 15.497.791 lượt người [5]; dự báo trong những năm tới khách du lịch quốc tế sẽ đến Việt Nam tăng lên. Theo số liệu đã được công bố trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang “*Hiện có 288 cơ sở lưu trú, hơn 200 nhà hàng ẩm thực có quy mô lớn; 10 công ty lữ hành; hai điểm du lịch đạt tiêu chuẩn cấp biển hiệu phục vụ khách du lịch; dịch vụ vận chuyển khách du lịch đã có sự tham gia của doanh nghiệp, cá nhân trong và ngoài tỉnh*”[1]; Trong số này huyện Lâm Bình có bao nhiêu cơ sở? số phòng đạt tiêu chuẩn của khách sạn 3 sao trở lên là bao nhiêu? Cơ hội đang đến, do vậy, Lâm Bình cần phải ưu tiên đầu tư để xây dựng kết cấu hạ tầng du lịch phù hợp với quy hoạch đã được các cấp có thẩm quyền phê duyệt. Vấn đề là Lâm Bình cần phải từng bước hiện đại hóa cơ sở lưu trú. Cảnh quan thiên nhiên, tài nguyên du lịch là quan trọng; nhưng cơ sở lưu trú cũng không kém phần quan trọng. Người Việt Nam có câu: “*Một đêm nằm bằng một năm ở*”. Vì nơi nghỉ ngơi có tốt, thì khách du lịch mới ở lâu. Cơ sở kinh doanh du lịch tốt mới có nguồn thu. Đa dạng hóa các loại hình dịch vụ, đảm bảo hệ thống cơ sở lưu trú đủ tiện nghi hội nghị, hội thảo, phòng họp, phòng tiệc, phục vụ ăn nhanh, dịch vụ chăm sóc sức khỏe... với chất lượng dịch vụ cao. Đổi mới phương thức và phong cách phục vụ, nâng cao trình độ công nghệ phục vụ.

### **2.3.4. Phát triển nguồn nhân lực**

Nguồn nhân lực du lịch có chất lượng cao là yếu tố cực kỳ quan trọng để đạt năng lực cạnh tranh cao của điểm đến du lịch nói chung và mỗi doanh nghiệp du lịch nói riêng. Để đào tạo và xây dựng được nguồn nhân lực phù hợp với yêu cầu phát triển du lịch và hội nhập quốc tế, huyện Lâm Bình cần:

- Rà soát đội ngũ cán bộ, nhân viên, người lao động trong ngành Du lịch; phân loại trình độ để có kế hoạch đào tạo và bồi dưỡng về chuyên môn và ngoại ngữ, nhằm đáp ứng nhu cầu trước mắt và những năm tới.
- Tổng kết đánh giá về mô hình du lịch cộng đồng tại 04 điểm: thôn Nà Tông, Nà Đông (xã Thượng Lâm), thôn Nà Muông (xã Khuôn Hà) và thôn Nặm Đíp (xã Lăng Can). Từ tổng kết mô

hình du lịch cộng đồng: rút ra những điểm mạnh, điểm yếu và hạn chế, nguyên nhân cần khắc phục.

- Ngoài bồi dưỡng kiến thức cho các hộ gia đình làm du lịch cộng đồng, huyện cần quan tâm bồi dưỡng lực lượng lao động trẻ gửi đi đào tạo tại các cơ sở giáo dục đại học, cơ sở giáo dục nghề nghiệp về kinh doanh du lịch để đón bắt nhu cầu khách du lịch đến Lâm Bình trong những năm tới; đồng thời đây là lực lượng chủ chốt trong hệ thống kinh doanh dịch vụ du lịch của huyện Lâm Bình.

### **2.3.5. Phát triển hợp tác và liên kết vùng trong kinh doanh du lịch**

Để thúc đẩy và tăng cường thu hút khách du lịch trong nước và quốc tế đến với Lâm Bình là phải đẩy mạnh hợp tác và liên kết với các tỉnh, thành trong cả nước trên tinh thần vì lợi ích chung; từ đó có cơ sở mở rộng hợp tác quốc tế để thu hút du khách. Thị trường khách quốc tế có được mở rộng và tăng lên hay không? Điều đó phụ thuộc rất nhiều vào sự hợp tác với các tỉnh miền núi phía Bắc và với các tỉnh, thành phố trong phạm vi cả nước. Lâm Bình phải trở thành một điểm đến quan trọng trong chuỗi giá trị của các công ty kinh doanh du lịch trong nước và quốc tế. Ngoài ra, du lịch Lâm Bình cũng cần mở rộng liên kết, hợp tác với các công ty du lịch lữ hành ở các tỉnh/thành phố khác trong cả nước. Điều đó sẽ góp phần tăng lượng khách du lịch đến với Lâm Bình.

Chính quyền địa phương cần hỗ trợ khởi nghiệp trong kinh doanh phát triển du lịch trên địa bàn. Cụ thể, cần tổ chức các cuộc thi sáng tạo, ý tưởng kinh doanh để các cá nhân, tập thể có động lực, có môi trường thúc đẩy sự sáng tạo và dần hình thành ý tưởng kinh doanh, phát triển các dịch vụ du lịch. Ngay cả các doanh nghiệp khách sạn, nhà hàng hay công ty lữ hành đều có thể tổ chức các cuộc thi sáng tạo nhằm cải thiện chất lượng dịch vụ tại các cơ sở kinh doanh đó. Từ đó, có thể khai thác được các ý tưởng kinh doanh dựa trên các góc nhìn khác nhau và lựa chọn các ý tưởng kinh doanh khả thi để thực hiện và cải thiện chất lượng dịch vụ, hiệu quả kinh doanh.

### **2.3.6. Tăng cường và hỗ trợ công tác xúc tiến quảng bá du lịch**

Lâm Bình có cảnh quan thiên nhiên đẹp tuyệt vời, hiếm có: núi non, hồ, thác, rừng nguyên sinh hòa quyện với nhau gắn liền với cuộc sống của đồng bào các dân tộc thiểu số với những bản sắc văn hóa độc đáo và với những dịch vụ vui chơi giải trí mang đậm dấu ấn của đồng bào dân tộc thiểu số. Lâm Bình có rất nhiều tiềm năng và lợi thế để phát triển du lịch sinh thái gắn với du lịch cộng đồng. Mặt khác Lâm Bình là một bộ phận của tỉnh Tuyên Quang - một tỉnh có rất nhiều tiềm năng và lợi thế để phát triển du lịch. Như vậy, Lâm Bình lại càng có điều kiện thuận lợi để phát triển các loại hình du lịch. Trong những năm qua khách du lịch đến Lâm Bình hàng năm có xu hướng tăng; nhưng so với tiềm năng và lợi thế vẫn còn rất khiêm tốn. Nguyên nhân thì có nhiều; nhưng một trong những lý do là công tác xúc tiến quảng bá du lịch cho du khách nước ngoài của Việt Nam nói chung và Tuyên Quang nói riêng còn chưa tương xứng với tiềm năng và lợi thế để phát triển. Vì vậy, cơ quan quản lý du lịch Tuyên Quang nói chung và Lâm Bình nói riêng cần đóng một vai trò tích cực hơn trong công tác xúc tiến quảng bá du lịch. Về vấn đề này, Lâm Bình ngoài tích cực chủ động quảng cáo hình ảnh: tài nguyên du lịch, chương trình, lễ hội qua các kênh truyền thông của tỉnh; đồng thời năng động phối hợp với Hiệp hội Du lịch Việt Nam và Tổng cục Du lịch Việt Nam để quảng cáo về du lịch Lâm Bình và xúc tiến tìm kiếm thị trường du lịch.

Chúng ta còn thiếu tính tổ chức về các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận với các nguồn tài trợ. Hầu hết các doanh nghiệp trên địa bàn đều phải tự xoay xở nguồn vốn, trong khi đó tại các quốc gia phát triển... họ tổ chức rất bài bản và thành công trong việc khai thác ý tưởng kinh doanh, xúc tiến quảng bá du lịch, cung cấp vốn đầu tư, chia sẻ kinh nghiệm kinh doanh từ các cố vấn chuyên môn để giúp cho các doanh nghiệp khởi nghiệp thành công. Rõ ràng, việc hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp không chỉ cần vốn mà họ cần được tư vấn từ các chuyên gia, do vậy cần phải thiết lập mạng lưới các nhà cố vấn, chuyên gia để giúp cho doanh nghiệp khởi nghiệp.

### 3. KẾT LUẬN

Trong những năm gần đây du lịch Lâm Bình đã có những bước phát triển khá tốt. Khách du lịch đến Lâm Bình có xu hướng tăng. Tuy nhiên so với tiềm năng và lợi thế vốn có, thì kết quả đạt được vẫn còn khiêm tốn. Việc tăng cường thu hút khách du lịch nội địa và quốc tế đến với Tuyên Quang nói chung và Lâm Bình nói riêng chịu ảnh hưởng nhiều yếu tố: nhóm yếu tố bên ngoài và nhóm yếu tố bên trong. Nhìn chung các yếu tố bên ngoài đang tạo ra nhiều cơ hội cho du lịch Lâm Bình cũng như du lịch Tuyên Quang phát triển nhưng cũng đặt ra không ít thách thức. Nhóm yếu tố bên trong (nội tại) có ảnh hưởng lớn và đóng vai trò quyết định; những yếu tố nổi trội đó là: vị trí địa lý và nguồn lực tự nhiên, lịch sử và văn hóa, hệ thống hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch và sản phẩm du lịch. Các lợi thế này, bao gồm cả lợi thế tuyệt đối và lợi thế so sánh. Kết hợp tham khảo kinh nghiệm quốc tế và một số địa phương trong cả nước như tỉnh Phú Thọ, Hà Giang và Thái Nguyên. Báo cáo rút ra một số điểm mạnh và hạn chế của các yếu tố làm ảnh hưởng đến thu hút du khách đặc biệt là du khách quốc tế của huyện Lâm Bình; từ kết quả nghiên cứu, báo cáo đưa ra 6 gợi ý về mặt chính sách nhằm tăng cường thu hút khách du lịch đến với Lâm Bình trong những năm tới; để góp phần đưa du lịch Lâm Bình phát triển bền vững, sớm trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Baonhandan.vn, Thứ Bảy, ngày 31/8/2019, *Tuyên Quang tập trung phát triển du lịch*, Hải Chung.
2. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (năm 2012): *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*, Hà Nội.
3. Nguyễn Khải Hoàn, Nguyễn Phương Thảo, Nguyễn Văn Hiền, *Phát triển du lịch sinh thái ở Tuyên Quang: Nghiên cứu trường hợp huyện Lâm Bình*, Tạp chí Khoa học, Đại học Tân Trào, số 10 tháng 12 năm 2018.
4. Nguyễn Xuân Thiên (2018), *Những yếu tố ảnh hưởng đến thu hút khách du lịch quốc tế của tỉnh Phú Thọ*, Hội thảo khoa học quốc gia: Phát triển kinh tế địa phương: Cơ hội, thách thức và định hướng phát triển trong bối cảnh toàn cầu hóa và cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0, tập II, NXB Lao Động.
5. Tổng cục Du lịch, Du lịch Việt Nam năm 2018 qua các con số, Vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/29932.
6. Top global destination cities in 2013, Forbes.com.
7. UNWTO, 2014. *Tourism Highlights 2013 Edition*.

8. Ủy ban nhân dân tỉnh Tuyên Quang (2019), *Báo cáo sơ kết 2 năm thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*.
9. Ủy ban nhân dân huyện Lâm Bình (2017), *Một số tình hình về du lịch cộng đồng (HOMESTAY) huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang*.
10. Ủy ban nhân dân huyện Lâm Bình (2016), *Báo cáo kết quả thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế-xã hội năm 2016; kế hoạch phát triển kinh tế-xã hội năm 2017*.
11. Ủy ban nhân dân huyện Lâm Bình (2017), *Báo cáo kết quả thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế-xã hội, quốc phòng-an ninh năm 2017; phương hướng, mục tiêu và giải pháp phát triển kinh tế-xã hội, quốc phòng-an ninh năm 2018*.
12. Ủy ban nhân dân huyện Lâm Bình (2018), *Báo cáo kết quả thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế-xã hội, quốc phòng-an ninh năm 2018; phương hướng, mục tiêu và giải pháp phát triển kinh tế-xã hội, quốc phòng-an ninh năm 2019*.
13. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Tuyên Quang (2019), *Báo cáo tình hình phát triển kinh tế du lịch ở nông thôn trên địa bàn tỉnh*.
14. Ủy ban nhân dân tỉnh Tuyên Quang (2011), *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang đến năm 2020, định hướng đến năm 2030*.
15. [Lambinh.tuyenquang.gov.vn/tin-tuc-su-kien/trang-6.html](http://Lambinh.tuyenquang.gov.vn/tin-tuc-su-kien/trang-6.html)

## **FACTORS AFFECT TO ATTRACTING TOURISTS IN LAM BINH DISTRICT, TUYEN QUANG PROVINCE**

**Nguyen Xuan Thien**

*VNU University of Economics and Business*

**Nguyen Khai Hoan**

*Tan Trao University*

**Hoang Thi Thu Giang**

*Ha Long University*

### **Abstract**

Lam Binh district, Tuyen Quang province is known as a district with great potential for tourism development. In recent years, tourism in Tuyen Quang province in general and Lam Binh district in particular have had good development but not really commensurate with the inherent potential and advantages. In order to contribute to bringing Lam Binh district tourism into a key economic sector: it is necessary to analyze and identify clearly the factors affecting tourist attraction to Lam Binh district; from there to have appropriate and timely policies in order to effectively exploit the inherent potentials and advantages. The article will discuss and analyze clearly the factors affecting tourist attraction of Lam Binh district and make policy suggestions. Hoping to contribute to the promotion and sustainable development of Lam Binh tourism industry in the coming years.

### **Keywords**

Factors, influence, attraction, tourists, Lam Binh, Tuyen Quang

# HIỆN THỰC HÓA TIỀM NĂNG ĐỂ PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở HUYỆN LÂM BÌNH, TỈNH TUYÊN QUANG

Nguyễn Thị Hạnh

Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam

## Tóm tắt

Lâm Bình là một huyện miền núi, mới được thành lập, mặc dù kinh tế còn nhiều khó khăn, nhưng huyện Lâm Bình có nhiều tiềm năng, lợi thế về nguồn tài nguyên thiên nhiên để phát triển du lịch. Để hiện thực hóa tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng ở huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang, cần tập trung vào ba nhân tố như sau: nhà nước - doanh nghiệp - cộng đồng. Trong đó, nhà nước đóng vai trò là kim chỉ nam, góp phần định hướng, chỉ đạo sự phát triển kinh tế, du lịch của địa phương thông qua các chủ trương, chính sách và các công cụ luật pháp. Bài tham luận sẽ phân tích, đánh giá tiềm năng, hiện trạng và khả năng thực hiện của ba nhân tố nêu trên, từ đó sẽ gợi mở một số giải pháp nhằm phát huy tốt vai trò của các bên để góp phần phát triển du lịch cộng đồng ở địa phương.

## Từ khóa

Du lịch, cộng đồng, tiềm năng, hiện thực hóa

## 1. GIỚI THIỆU

Huyện Lâm Bình có nhiều tiềm năng và lợi thế về nguồn tài nguyên để phát triển du lịch cộng đồng. Trong đó, huyện không chỉ có nguồn tài nguyên thiên nhiên với nhiều cảnh đẹp núi non hùng vĩ, mà còn có tài nguyên nhân văn với những đặc trưng văn hóa của các dân tộc ở địa phương. Để hiện thực hóa tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng ở huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang, cần tập trung vào ba nhân tố như sau: nhà nước - doanh nghiệp - cộng đồng. Trong đó, nhà nước đóng vai trò là kim chỉ nam, góp phần định hướng, chỉ đạo sự phát triển kinh tế, du lịch của địa phương thông qua các chủ trương, chính sách và các công cụ luật pháp. Bài tham luận trên cơ sở lý luận và thực tiễn về mô hình quản lý di sản ở địa phương để đánh giá khả năng hiện thực hóa tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng của huyện Lâm Bình. Giả thuyết nghiên cứu của tác giả đưa ra là: Lâm Bình có khả năng hiện thực hóa tiềm năng để phát triển du lịch cộng đồng. Trên cơ sở đó, tác giả đưa ra 3 câu hỏi nghiên cứu chính: (1) Lâm Bình có tiềm năng về nguồn tài nguyên gì để phát triển du lịch? (2) Chính quyền địa phương, các doanh nghiệp, nhà khoa học và cộng đồng đã tham gia như thế nào để hiện thực hóa nguồn tài nguyên này cho phát triển du lịch cộng đồng ở Lâm Bình? Những khó khăn, thách thức gặp phải trong thực tiễn? (3) Có thể mô hình hóa để phát huy hiệu quả nguồn tài nguyên cho phát triển du lịch cộng đồng mà vẫn đảm bảo lợi ích giữa các bên và phát triển du lịch bền vững gắn với tăng trưởng kinh tế chung của Lâm Bình không? Bằng các phân tích và minh họa cụ thể, bài viết sẽ phần nào làm sáng tỏ các nội dung nêu trên.

## 2. TIỀM NĂNG VÀ LỢI THẾ VỀ NGUỒN TÀI NGUYÊN CHO PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở LÂM BÌNH

### 2.1. Một số khái niệm

*Hiện thực hóa (actualization):* Hiện thực hóa được hiểu là một quá trình biến hành động thành hiện thực trong những mục tiêu cụ thể và bằng những khả năng vốn có trong tự nhiên.



Maslow định nghĩa, tự thực hiện là "mong muốn tự hoàn thành, cụ thể là xu hướng để anh ta (cá nhân) trở thành hiện thực trong những gì anh ta có khả năng". Điều đó có nghĩa, hiện thực hóa là mong muốn và khả năng tự hoàn thành mục tiêu đặt ra của mình trong thực tế. Hiện thực hóa là một quá trình phát triển đầy đủ tiềm năng cá nhân, tăng trưởng cá nhân do tự nhiên diễn ra trong con người của những gì vốn có trong tự nhiên<sup>16</sup>.

*Tiềm năng*: tiềm năng nghĩa là năng lực tiềm tàng trong cuộc sống, những nguồn năng lượng tiềm ẩn của mỗi sự vật, những thế mạnh còn chưa được khai thác, chưa được biết đến. Tiềm năng là khả năng, năng lực tiềm tàng có thể khai thác về du lịch.

*Du lịch cộng đồng*: Du lịch cộng đồng là một loại hình du lịch do chính cộng đồng người dân phối hợp tổ chức, quản lý và làm chủ để đem lại lợi ích kinh tế và bảo vệ được môi trường chung, thông qua việc giới thiệu với du khách các nét đặc trưng của địa phương (phong cảnh, văn hóa...). Du lịch cộng đồng dựa trên sự tò mò, mong muốn của khách du lịch để tìm hiểu thêm về cuộc sống hàng ngày của người dân từ các nền văn hóa khác nhau. Du lịch cộng đồng thường liên kết với người dân từ thành thị đến các vùng nông thôn để thưởng thức cuộc sống tại đó trong một khoảng thời gian nhất định.

Các loại hình du lịch sau đây phù hợp với du lịch cộng đồng, bởi chúng được sở hữu và quản lý bởi cộng đồng: du lịch sinh thái, du lịch nông nghiệp, nông thôn du lịch, du lịch làng, bản; du lịch tộc người (hay bản địa) và du lịch văn hóa. Trong đó, *du lịch sinh thái* là một hình thức du lịch diễn ra trong khu vực tự nhiên (đặc biệt là trong các khu vực cần được bảo vệ và môi trường xung quanh nó) và kết hợp tìm hiểu bản sắc văn hóa - xã hội của địa phương có sự quan tâm đến vấn đề môi trường. Nó thúc đẩy một hệ sinh thái bền vững thông qua một quá trình quản lý môi trường có sự tham gia của tất cả các bên liên quan.

*Phát triển du lịch cộng đồng*: Hiện nay du lịch cộng đồng đang được coi là loại hình du lịch mang lại nhiều lợi ích phát triển kinh tế bền vững nhất cho khu vực bản địa. Du lịch cộng đồng không chỉ giúp người dân bảo vệ tài nguyên môi trường sinh thái, mà còn là dịp để bảo vệ và phát huy những nét văn hóa độc đáo của địa phương. Một nền du lịch bền vững thì người dân phải được hưởng lợi từ sự phát triển du lịch của địa phương họ.

## 2.2. Đánh giá tiềm năng để phát triển du lịch cộng đồng ở huyện Lâm Bình

Tiềm năng du lịch của huyện Lâm Bình giống như viên ngọc thô, nếu tìm cách đánh bóng thì nó sẽ tỏa sáng.

### 2.2.1. Tiềm năng tự nhiên, tài nguyên thiên nhiên

Lâm Bình là vùng đất có cảnh quan thiên nhiên đẹp hùng vĩ trong khu vực miền núi phía Bắc. Đất Thượng Lâm với danh thắng 99 ngọn núi được ví như vườn treo Babilon. Vùng hồ sinh thái với những thắng cảnh như: núi Cọc Vài, thác Khuổi Slung, động Song Long, hang Phia Vài, ruộng bậc thang Hồng Thái... giống như Vịnh Hạ Long trên núi. Nơi đây có rừng nguyên sinh với thảm thực vật phong phú, bảo tồn được nhiều loại động vật quý hiếm. Đây là những di tích, danh lam thắng cảnh quốc gia, thuận lợi cho phát triển du lịch văn hóa và sinh thái.

Hồ Thủy điện Tuyên Quang trở thành một vùng hồ rộng tới trên 8.000 ha với nhiều cảnh quan thiên nhiên sơn thủy hữu tình, trong đó diện tích chủ yếu nằm trên đất huyện Lâm Bình và

<sup>16</sup> Trích từ cuốn sách J. Feydimena, R. Freiger. "Tính cách và sự phát triển cá nhân" – "Abraham Maslow và tâm lý của việc tự hiện thực hóa".

huyện Nà Hang. Đi dọc lòng hồ giữa cảnh sông nước núi non hùng vĩ, với điểm nhấn là núi Cọc Vài (tiếng Tày nghĩa là cọc buộc trâu) gắn với sự tích chàng Tài Ngào. Đi tiếp nữa là gặp thác Nặm Me (nghĩa là suối mẹ). Từ đoạn hợp lưu giữa sông Gâm với sông Năng là một vùng sông nước, núi non hùng vĩ với những cánh rừng nguyên sinh.

Công viên Địa chất Nà Hang - Lâm Bình, Tuyên Quang được coi là nơi hội tụ nhiều giá trị di sản tự nhiên và văn hóa, đặc biệt là các di sản địa chất - địa đạo, các di tích lịch sử, khảo cổ, đa dạng sinh học... có giá trị nổi bật tầm cỡ quốc gia và quốc tế. Đây sẽ là cơ hội lớn để du lịch Lâm Bình cất cánh.

### **2.2.2. Tiềm năng xã hội, tài nguyên nhân văn**

Vùng đất Lâm Bình đậm đà bản sắc dân tộc với nhiều phong tục tập quán hết sức độc đáo của đồng bào dân tộc Tày, Dao, Mông còn được lưu giữ. Huyện Lâm Bình có 10 dân tộc anh em cùng sinh sống. Văn hóa truyền thống các dân tộc được bảo tồn và phát huy, trở thành động lực cho phát triển kinh tế - xã hội của huyện. Các lễ hội văn hóa như Lễ hội Lồng tồng ở xã Lăng Can (năm 2012, Lễ hội Lồng tồng của dân tộc Tày được công nhận là di sản văn hóa phi vật thể cấp Quốc gia); Lễ hội Nhảy lửa của người Pà Thẻn ở xã Hồng Quang; cùng với các làn điệu dân ca, dân vũ, nghề truyền thống như nghề làm bún, trồng bông dệt vải vẫn được duy trì và phát triển; hệ thống nhà sàn được bảo tồn, tạo điều kiện thuận lợi để huyện Lâm Bình hình thành loại hình du lịch homestay, mang đến cho du khách những trải nghiệm mới mẻ. Du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng tạo ấn tượng với các điểm du lịch tại Nà Hang, Lâm Bình.

Du lịch văn hóa tâm linh là một trong những tiềm năng lớn của huyện Lâm Bình, hiện trên địa bàn còn lưu giữ được những ngôi đền, chùa có niên đại từ khá lâu, mang đậm nét văn hóa của đồng bào dân tộc vùng cao trong đó phải kể đến là ngôi đền Pú Bảo, chùa Phúc Lâm.

Ngoài ra, Lâm Bình còn nhiều tiềm năng du lịch mới mẻ để khai thác như: du thuyền trên hồ, trải nghiệm chèo thuyền kayak cùng với các cô gái Tày, Dao, Mông; hay các điểm du lịch cộng đồng tại các thôn Nà Tông, Nà Đông (Thượng Lâm), Nà Muông (Khuôn Hà) và Nặm Đíp (Lăng Can), Khau Tràng (Hồng Thái) cũng rất thú vị, hấp dẫn.

### **2.2.3. Cơ sở hạ tầng, vật chất phục vụ du lịch**

Lâm Bình là huyện vùng cao mới thành lập, hạ tầng phục vụ ngành Du lịch hầu như còn rất sơ khai. Việc phát triển du lịch trên địa bàn huyện Lâm Bình còn nhiều trở ngại, cơ sở hạ tầng du lịch chưa được đầu tư đồng bộ; các tour, tuyến du lịch chưa được hình thành...

Nhằm khơi dậy tiềm năng, thế mạnh về phát triển du lịch của địa phương, cấp ủy, chính quyền huyện đã tiếp tục vận động nhân dân duy trì, gìn giữ và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống của các dân tộc trên địa bàn. Đồng thời có sự liên kết với các công ty du lịch trong và ngoài tỉnh để kết nối du lịch. Xây dựng kế hoạch, chuẩn bị các điều kiện để tổ chức Lễ hội Lồng tồng, ngày hội văn hóa các dân tộc huyện Lâm Bình xuân Kỷ Hợi năm 2019; Lễ hội Nhảy lửa của dân tộc Pà Thẻn tại xã Hồng Quang và Lễ hội Lồng tồng ở xã Thượng Lâm; Khuyến khích phát triển các dịch vụ ăn uống, nghỉ ngơi, vui chơi giải trí như thuyền du lịch, xe đạp địa hình để phục vụ nhu cầu đi lại, đặc biệt là khôi phục nét văn hóa tại các phiên chợ vùng cao.

Theo quy hoạch phát triển đô thị, trong thời gian tới, Lâm Bình tiếp tục được đầu tư xây dựng các hạng mục công trình hướng tới trở thành đô thị loại 5. Qua đó, hạ tầng kỹ thuật của huyện ngày càng được nâng cấp đáp ứng được các nhu cầu phát triển của các ngành kinh tế trong đó có du lịch. Lâm Bình tập trung hoàn thành quy hoạch chi tiết các khu, điểm du lịch; tổ chức

tốt các lễ hội truyền thống, quảng bá các sản vật đặc sản của địa phương; phối hợp với các đơn vị quản lý, khai thác du lịch tổ chức xây dựng các tour, tuyến du lịch lòng hồ, du lịch văn hóa, sinh thái.

### **3. KHẢ NĂNG HIỆN THỰC HÓA TIỀM NĂNG ĐỂ PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở HUYỆN LÂM BÌNH, TỈNH TUYÊN QUANG**

Để trả lời cho câu hỏi nghiên cứu, “chính quyền địa phương, các doanh nghiệp, nhà khoa học và cộng đồng đã tham gia như thế nào để hiện thực hóa nguồn tài nguyên này cho phát triển du lịch cộng đồng ở Lâm Bình? Những khó khăn, thách thức gặp phải trong thực tiễn?”, bài viết sẽ lần lượt đánh giá vai trò của các bên để thấy rõ khả năng hiện thực hóa tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng ở địa phương như sau:

#### **3.1. Vai trò của Nhà nước, chính quyền địa phương huyện Lâm Bình**

Thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XVI, du lịch Tuyên Quang đã tạo được bước đột phá, phát huy tiềm năng, đưa kinh tế du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng, góp phần tạo việc làm, nâng cao đời sống nhân dân. Ngay sau khi thành lập huyện, Lâm Bình đã thực hiện công tác quy hoạch phát triển tổng thể du lịch huyện đến năm 2015, định hướng đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030. Theo đó, huyện đã triển khai khôi phục và duy trì và tổ chức các sự kiện văn hóa như Lễ hội Lòng tông, lễ nhảy lửa, các nét văn hóa truyền thống của dân tộc. Thời gian qua, huyện đã khôi phục và nâng cấp Lễ hội Lòng tông ở xã Lăng Can thành lễ hội cấp huyện, phục dựng chùa Phúc Lâm; khuyến khích các tập thể và cá nhân trong và ngoài tỉnh đầu tư vào các điểm, khu du lịch.

Nhờ đó, số lượng khách du lịch đến với huyện Lâm Bình ngày một tăng. Năm 2011 huyện đón được 3.500 lượt khách du lịch, đến năm 2014, tổng lượt khách đến với Lâm Bình đạt 8.000 lượt, bằng 190% kế hoạch đề ra. Năm 2017, huyện đã thu hút trên 35.000 lượt khách du lịch, đạt 291,7% kế hoạch, tăng 161,2% so với cùng kỳ năm 2016, doanh thu xã hội về du lịch 21 tỷ đồng, đạt 350% kế hoạch. Có được sự khởi sắc này là nhờ huyện đã mạnh dạn triển khai thực hiện mô hình du lịch cộng đồng homestay. Hoạt động du lịch này đã góp phần quan trọng vào quá trình phát triển kinh tế xã hội của huyện, giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc, bảo vệ môi trường sinh thái, công tác tuyên truyền, quảng bá du lịch được chú trọng, công tác xã hội hóa du lịch từng bước được đẩy mạnh. Đặc biệt thời gian qua, các cơ quan chức năng của tỉnh và Bộ Tài nguyên và Môi trường đã hoàn thành “Đề cương nghiên cứu, xây dựng Công viên Địa chất Nà Hang - Lâm Bình, Tuyên Quang” trình Chính phủ xem xét, công nhận là Công viên địa chất quốc gia.

Năm 2017, huyện Lâm Bình đã thực hiện đề án “*Xây dựng và vận hành mô hình Du lịch cộng đồng*”. Đề án nhằm bảo tồn và phát triển bền vững Làng văn hóa dân tộc Tày các thôn Nà Đông và Nà Tông (xã Thượng Lâm), Nà Muông (xã Khuôn Hà) và Nặm Đíp (xã Lăng Can) với 15 hộ tham gia. Thực hiện đề án, huyện đã tổ chức cho các hộ dân tham quan, học tập kinh nghiệm, làm du lịch cộng đồng tại một số tỉnh bạn; tổ chức các lớp tập huấn nâng cao năng lực, kỹ năng làm du lịch cộng đồng; hoàn thành việc chỉnh trang khuôn viên nhà cửa, thành lập các đội văn nghệ, tổ chức tập luyện các tiết mục để phục vụ khách du lịch; hoàn thành xây dựng bản đồ, tour, tuyến du lịch, tập huấn hướng dẫn viên du lịch, bổ sung dịch vụ du lịch như: chèo thuyền kayak, xe đạp, xe máy, bè mảng, câu cá,... phục vụ du khách.

Huyện tích cực quảng bá, giới thiệu tiềm năng, lợi thế và sản phẩm du lịch của huyện trên Facebook, Youtube bằng tiếng Anh, tiếng Pháp; hoàn thành xây dựng website “*Du lịch Lâm*

*Bình*”; tiếp tục vận động nhân dân duy trì gìn giữ và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống; liên kết với các Công ty Lữ hành du lịch trong và ngoài tỉnh khảo sát, kết nối du lịch; thực hiện đón, tiếp khách quốc tế và trong nước đến tham quan, du lịch. Các điểm du lịch có tiềm năng được tập trung đầu tư từ nguồn vốn *Chương trình mục tiêu quốc gia về hạ tầng du lịch* như khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm.

Đối với hình thức du lịch homestay, cơ sở vật chất không phải vấn đề quá lớn bởi du khách chọn du lịch theo hình thức này tức là chấp nhận điều kiện tiện nghi tối thiểu. Việc áp dụng tốt mô hình này chính là cách làm biến khó khăn thành lợi thế. Để dịch vụ homestay phát triển bền vững vẫn là yếu tố con người. Do vậy huyện Lâm Bình tiếp tục hỗ trợ các hộ gia đình trong việc kinh doanh, quảng cáo tiếp thị, đa dạng hóa sản phẩm du lịch và đào tạo nhân lực.

### 3.2. Vai trò của doanh nghiệp và nhà nghiên cứu

Đây cũng là giai đoạn mà tỉnh Tuyên Quang thu hút nhiều nhà đầu tư đến tìm hiểu, đầu tư và khai thác hoạt động du lịch tại các khu, điểm du lịch nhất từ trước đến nay. Đó là Tập đoàn Mường Thanh đầu tư khách sạn 4 sao Mường Thanh; Tập đoàn Vingroup xây dựng dự án Khu du lịch nghỉ dưỡng Vinpearl tại xã Phú Lâm và Trung tâm thương mại Vincom Plaza Tuyên Quang, được cấp biển hiệu đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch; Dự án Trung tâm lữ hành và dịch vụ du lịch Tuyên Quang của Công ty TNHH Thành Tín; Công ty TNHH Nga Viên tại Khu du lịch sinh thái Na Hang; Công ty TNHH Sông Gâm tại Khu du lịch sinh thái thác Bản Ba...

Theo thống kê của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, toàn tỉnh hiện có 288 cơ sở lưu trú, với 2.946 phòng, 4.116 giường (trong đó có 83 cơ sở lưu trú du lịch được xếp hạng); trên 200 nhà hàng ẩm thực có quy mô lớn, trong đó nhiều nhà hàng đã chú trọng tới việc xây dựng thương hiệu riêng; 7 công ty lữ hành đang hoạt động đưa, đón phục vụ khách du lịch đến Tuyên Quang; dịch vụ vận chuyển khách du lịch đã có sự tham gia của doanh nghiệp, cá nhân trong và ngoài tỉnh với các dịch vụ ưu đãi tốt, giá cả hợp lý.

Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Tuyên Quang phối hợp với Trung tâm Xúc tiến đầu tư tỉnh chủ động mời và hỗ trợ 62 đoàn khảo sát của các doanh nghiệp, đơn vị truyền thông; cung cấp thông tin và tư vấn hỗ trợ kịp thời các công ty lữ hành và du khách khi có yêu cầu tìm hiểu về du lịch Tuyên Quang cũng như xây dựng các tour, tuyến du lịch. Tổ chức liên kết, hợp tác trong hoạt động kinh doanh dịch vụ, khai thác, xúc tiến quảng bá du lịch giữa tỉnh Tuyên Quang với 17 doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ, du lịch ba miền Bắc - Trung - Nam.

Khái niệm “cùng quản lý” nghĩa là việc phối hợp quản lý giữa các cấp chính quyền và người dân địa phương để cùng chủ động tích cực trong việc hợp nhất tri thức địa phương với các công trình nghiên cứu khoa học. Cần phải hình thành các cơ chế quản lý dựa trên tri thức địa phương theo cấp độ thiết chế, mô hình hoặc theo kinh nghiệm đồng thời không được bỏ qua các yếu tố đầu vào theo khoa học. Vai trò của nhà nghiên cứu được đặt bên cạnh các doanh nghiệp với một bên là nhà nước và một bên là cộng đồng. Kết quả nghiên cứu của nhà khoa học sẽ đóng góp quan trọng vào các chính sách đầu tư của doanh nghiệp cũng như việc ưu tiên chiến lược phát triển của chính quyền địa phương. Đồng thời họ sẽ khuyến khích, nâng cao nhận thức cho cộng đồng cùng tham gia phát triển du lịch bền vững.

### 3.3. Vai trò của cộng đồng trong phát triển du lịch

Càng ngày người ta càng ý thức được các nguồn tài nguyên sẽ được phân bổ hợp lý nhất nếu có được sự tham gia chủ động, tích cực của những người dân bản địa - những người sống

chủ yếu phụ thuộc vào các nguồn tài nguyên này để đáp ứng các nhu cầu của họ về dinh dưỡng, kinh tế, văn hóa, xã hội. Để đạt được mục tiêu này, chúng ta phải hình thành các cơ chế quản lý dựa trên cơ sở và ưu tiên người dân bản địa. Họ sẽ được bổ sung kiến thức về môi trường bản địa ở tất cả các cấp độ với ngôn ngữ và đặc ngữ của họ... Đi kèm với các cơ chế quản lý là việc giám sát và người dân địa phương là những người thuận lợi nhất để giám sát tình hình đổi thay của môi trường.

Thời gian gần đây, số lượng khách du lịch đến với Lâm Bình ngày càng tăng. Từ nhu cầu của du khách dẫn đến gia tăng khả năng cung cấp dịch vụ du lịch homestay của cộng đồng. Hiện nay, ngoài 6 hộ làm du lịch cộng đồng Homestay ở thôn Nà Tông và thôn Nà Đông, trên địa bàn xã Thượng Lâm đã có thêm một số doanh nghiệp, Hợp tác xã và hộ gia đình đầu tư vào làm du lịch. Nhận thấy tiềm năng phát triển du lịch của địa phương rất phong phú, bắt đầu từ cuối năm 2018 Hợp tác xã thanh niên Thượng Lâm đã quyết định đầu tư vào làm du lịch. Quy mô đầu tư phát triển du lịch của HTX là xây dựng cơ sở Homestay gắn với không gian văn hóa dân tộc Tày như: Nhà sàn, khu trưng bày các vật dụng, công cụ lao động, trang phục dân tộc Tày; các dịch vụ nghỉ dưỡng, ẩm thực, du lịch lòng hồ,...

Đến nay trên địa bàn xã Thượng Lâm đã có 9 hộ gia đình và HTX đầu tư vào làm dịch vụ du lịch cộng đồng homestay. Với việc cả cộng đồng cùng bắt tay vào làm du lịch, càng có cơ sở để khẳng định tiềm năng du lịch ở huyện Lâm Bình nói chung, xã Thượng Lâm nói riêng sẽ được khai thác có hiệu quả. Qua đó, góp phần quan trọng thúc đẩy triển kinh tế du lịch của địa phương ngày càng phát triển.

#### 4. ĐỀ XUẤT MÔ HÌNH PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở LÂM BÌNH

Để hiện thực hóa và phát huy hiệu quả nguồn lực, tiềm năng của địa phương, giải pháp chúng tôi đưa ra là đề xuất mô hình quản lý di sản văn hóa để phát triển du lịch cộng đồng ở Lâm Bình. Lựa chọn mô hình chính là việc cụ thể hóa những kế hoạch trong công tác bảo tồn di sản văn hóa, từ đó chúng ta sẽ dễ dàng đạt được các mục tiêu, chiến lược phát triển kinh tế, du lịch. *Khái niệm mô hình quản lý di sản được hiểu một cách rộng rãi là những kịch bản được lên kế hoạch có sự đồng thuận của các bên liên quan nhằm quản lý, vận hành di sản hiệu quả*<sup>17</sup>. Mô hình này được thể hiện ở các tiêu chí sau: mục tiêu, nguyên tắc hoạt động, sản phẩm và sự đồng thuận của các bên liên quan bao gồm nhà nước, doanh nghiệp, nhà khoa học và cộng đồng. Ở mỗi tiêu chí này, khi xây dựng mô hình, cần đảm bảo mối quan hệ ràng buộc và lợi ích của các bên, nhưng không mâu thuẫn với mục tiêu chung là phát triển du lịch bền vững, kết hợp du lịch cộng đồng với tăng trưởng kinh tế địa phương.

Hiện nay, hoạt động quản lý, bảo tồn và phát huy di sản ở Lâm Bình - Tuyên Quang đã và đang phát huy được vai trò tham gia tích cực của nhân dân địa phương. Thực tế, công tác quản lý hành chính, mệnh lệnh từ các cấp đã phần nào làm cho vai trò của cộng đồng bị mờ nhạt. Tuy nhiên, cộng đồng vẫn cần có khả năng đáp ứng tốt với yêu cầu bảo tồn, phát huy di sản, kể cả khi bộ máy quản lý nhà nước trở lên độc lập, hành chính hóa. Theo nghĩa đó, “Nhà nước không mất vai trò lãnh đạo xã hội của mình mà tham gia một cách sâu sắc hơn vào các tiến trình phát triển xã hội theo những nguyên tắc coi tham gia cộng đồng là một hình thức dân chủ cơ sở”<sup>18</sup>. Hơn

<sup>17</sup> Cao Trung Vinh. Lựa chọn mô hình bảo tồn di sản- trường hợp chùa Bồ Đà. Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật, số 390, tháng 12- 2016.

<sup>18</sup> Tô Duy Hợp, Lương Hồng Quang (2000). Phát triển cộng đồng: Lý thuyết & Vận dụng. Tr 64.

nữa, bất cứ một di sản nào cũng gắn kết với một cộng đồng nhất định và đang được cộng đồng đó thực hành.

Dựa trên cơ sở đó và những căn cứ từ thực tiễn ở địa phương, tác giả bước đầu phác thảo mô hình hoạt động như sau:

#### 4.1. Định hướng mô hình phát triển du lịch cộng đồng

Các điều kiện tiên quyết cơ bản cho du lịch dựa vào cộng đồng ở huyện Lâm Bình cần phải được kiểm tra dựa trên các tiêu chí sau: Tài nguyên văn hóa, tài nguyên môi trường; chỗ ở; phương tiện và giao thông đi lại; thông tin/ dịch vụ cho du khách trong khu vực du lịch cộng đồng và khu vực lân cận; y tế và an toàn trong khu vực du lịch cộng đồng và khu vực lân cận; nhân sự; mua sắm; dịch vụ du lịch; nước, năng lượng và thoát nước; nguồn tài chính; định hướng quy hoạch phát triển hiện tại của địa phương.

*Xác định các bên liên quan của du lịch cộng đồng:* Các thành phần liên quan là những người tham gia trực tiếp và gián tiếp hoặc bị ảnh hưởng bởi các hoạt động du lịch cộng đồng. Thành viên trong cộng đồng phải cùng phối hợp thực hiện với các đối tác bên ngoài và cán bộ dự án để đạt được mục tiêu chung của cộng đồng phù hợp với du lịch.

Mối quan hệ tương tác giữa các nhân tố tham gia hoạt động phát triển du lịch cộng đồng tại điểm đến gồm có:

- Cơ quan quản lý điểm đến được hiểu là các cơ quan quản lý cấp trung ương, địa phương, cấp tỉnh, huyện, xã... các tổ chức xã hội có liên quan đến việc quản lý và khai thác điểm du lịch.
- Cộng đồng dân cư tại điểm đến được hiểu là thành phần dân cư, các nhóm dân tộc tại điểm đến có tham gia trực tiếp, gián tiếp và chịu ảnh hưởng bởi hoạt động du lịch.
- Tài nguyên du lịch điểm đến bao gồm cả tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên nhân văn.
- Khách du lịch là các đối tượng đi du lịch hoặc kết hợp đi du lịch tại điểm đến.
- Các nhân tố tác động khác bao gồm: Các công ty du lịch, các nhà kinh doanh, các dịch vụ du lịch hỗ trợ, các tổ chức phi chính phủ có dự án hỗ trợ địa phương...

Qua mô hình trên chúng ta có thể thấy rõ vai trò và tác động của các yếu tố thành phần là tương đồng và có vị trí như nhau trong việc thúc đẩy sự phát triển du lịch cộng đồng. Trong đó, cộng đồng địa phương được đề cập đến như là một yếu tố tích cực và có ý nghĩa quyết định bên cạnh các cơ quan quản lý các cấp.

Việc lựa chọn loại hình mô hình nào để phát triển du lịch cộng đồng tùy thuộc vào quyết định của cộng đồng, dựa trên các điều kiện và khả năng hiện tại của cộng đồng. Đồng thời, chủ thể cần tuân thủ đúng theo mục tiêu và nguyên tắc cũng như nội dung hoạt động của mô hình đó. Có ba hình thức tổ chức du lịch cộng đồng được đưa ra là:

- Cộng đồng địa phương tự tổ chức toàn bộ các khâu cung ứng các sản phẩm du lịch.
- Các hãng lữ hành tổ chức bán tour và ký kết hợp đồng với các nhóm cộng đồng cung cấp các dịch vụ du lịch.
- Cộng đồng địa phương liên kết với các công ty du lịch để tổ chức, thực hiện các chương trình du lịch.

## 4.2. Mục tiêu và nguyên tắc lựa chọn mô hình

- Đánh giá tiềm năng, hiện trạng phát triển du lịch cộng đồng ở huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang từ góc độ quản lý di sản và phát triển du lịch cộng đồng bền vững;
- Đánh giá khả năng phát triển mô hình quản lý di sản phù hợp với điều kiện thực tiễn địa phương và các nguyên tắc bảo tồn và phát huy di sản;
- Đề xuất những nguyên tắc, cách tiếp cận và phương pháp tiến hành, xây dựng mô hình quản lý di sản để phát triển du lịch cộng đồng ở huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang.

Một nguyên tắc căn bản trong việc lựa chọn mô hình quản lý di sản nhằm phát triển du lịch cộng đồng ở Lâm Bình - Tuyên Quang đó là vận hành theo cơ chế quản lý của nhà nước. Cần đề cao sự tham gia của các bên liên quan, đặc biệt nhấn mạnh vai trò của cộng đồng. Tập trung vào các di tích, danh lam thắng cảnh quốc gia, thuận lợi cho phát triển du lịch văn hóa và sinh thái; hay dựa trên cốt lõi là các lễ hội truyền thống của Lâm Bình, mang đậm màu sắc dân gian độc đáo để thực hiện xây dựng mô hình hoạt động du lịch cộng đồng từ di sản văn hóa của Lâm Bình.

## 4.3. Xây dựng hệ sản phẩm du lịch cộng đồng ở Lâm Bình

Xuất phát từ mục tiêu tạo ra các sản phẩm du lịch đặc trưng cho Lâm Bình, trên cơ sở tiềm năng du lịch thực tiễn, tác giả sẽ tổng hợp 5 loại hình sản phẩm du lịch cộng đồng như sau:

*Hệ sản phẩm du lịch từ những thắng cảnh đẹp* như: Động Song Long, thác Mặn Me, thác Khuổi Nhi, thác Khuổi Súng; di tích khảo cổ hang Phia Vài... đây là những di tích, danh lam thắng cảnh quốc gia, thuận lợi cho phát triển du lịch văn hóa và sinh thái;

*Hệ sản phẩm du lịch dựa trên cốt lõi là các lễ hội truyền thống* như: Lễ hội Lồng tồng (xã Thượng Lâm, xã Lãng Can), Lễ hội Nhảy lửa của đồng bào dân tộc Pà Thẻn ở xã Hồng Quang... Đây là những di sản văn hóa mang đậm màu sắc dân gian độc đáo của Lâm Bình.

*Hệ sản phẩm du lịch từ ẩm thực* như: những món ăn truyền thống của người Tày, người Dao như cơm lam, thịt chua, thịt trâu khô, cá mắm ruộng, chè Khau Mút, rượu ngô, rượu thóc men lá...

Hệ sản phẩm du lịch từ các môn thể thao, khám phá mạo hiểm như: chèo thuyền kayak, leo núi, đạp xe, câu cá...

*Hệ sản phẩm du lịch từ tiềm năng địa chất, khảo cổ học* như: khám phá công viên địa chất Nà Hang - Lâm Bình, Tuyên Quang.

Từ các hệ sản phẩm đó để xây dựng mô hình du lịch cộng đồng, hoạt động hiệu quả từ các tài nguyên thiên nhiên, di sản văn hóa của Lâm Bình.

## 4.4. Các bước cần thiết để triển khai một mô hình du lịch cộng đồng

Bước 1. Kiểm tra các điều kiện phù hợp để phát triển du lịch cộng đồng

- Trước khi bắt tay vào thực hiện du lịch cộng đồng, cần kiểm tra các điều kiện phù hợp và điều kiện cơ bản của khu vực địa phương xem có đáp ứng được nhu cầu du lịch cộng đồng hay không.
- Tổ chức một cuộc họp với cộng đồng để khởi động các ý tưởng của du lịch dựa vào cộng đồng trong khu vực đã lựa chọn.

Cộng đồng cần phải xác định: i) Họ mong muốn gì từ du lịch cộng đồng - mục tiêu phát triển họ cần hướng tới và ii) những mong muốn nào của họ có thể được chấp nhận và không thể được chấp nhận bởi các bên liên quan.

## Bước 2. Phát triển quy trình và cơ cấu quản lý du lịch cộng đồng

- Xác định cơ cấu quản lý và tổ chức phù hợp: Cơ cấu tổ chức là yếu tố xác định cộng đồng có tham gia vào du lịch cộng đồng và có quyền kiểm soát thực sự hay không. Cần có sự lựa chọn sắp xếp tổ chức phù hợp với mục tiêu của du lịch cộng đồng, ví dụ như hình thức liên doanh giữa cộng đồng và tư nhân.

- Lựa chọn đội ngũ quản lý hiệu quả và nguyên tắc: Chất lượng hoạt động của du lịch cộng đồng cần có một đội ngũ quản lý cam kết, nguyên tắc và có kỹ năng phát triển du lịch cộng đồng. Tất cả các bên liên quan trong cộng đồng cần nhất trí với cách thức quản lý và vận hành ngay từ đầu.

## Bước 3. Phát triển năng lực địa phương nhằm xây dựng và duy trì du lịch cộng đồng bền vững

Du lịch cộng đồng hoàn toàn phụ thuộc vào người dân. Những trải nghiệm của khách du lịch phụ thuộc vào chất lượng dịch vụ do người dân cung cấp - đây là những người đã được đào tạo các kỹ năng và năng lực cần thiết để cung cấp các sản phẩm du lịch cộng đồng.

*Các kỹ năng liên quan đến ban quản lý du lịch cộng đồng:* Các vấn đề pháp lý liên quan đến du lịch cộng đồng (như an toàn lao động, an ninh); Kỹ năng quản lý (đặc biệt về tài chính và quản lý nguồn nhân lực), Kỹ năng làm việc và đàm phán thương mại với các công ty du lịch, Kỹ năng tiếp thị (5P - Product, Prices, Promotion, Places, Partners - Sản phẩm, giá cả, xúc tiến, địa điểm, đối tác), Kỹ năng giám sát và phân tích, Quản lý xung đột và giao tiếp đa văn hóa, Kỹ năng quản lý văn hóa và môi trường, Kỹ năng về ngôn ngữ.

## Bước 4. Phát triển và tiếp thị sản phẩm du lịch cộng đồng

- Phát triển sản phẩm: Khách du lịch luôn kỳ vọng một sản phẩm độc đáo của bất kỳ một điểm du lịch cộng đồng nào đó. Huyện Lâm Bình đã hình thành một số sản phẩm du lịch về ẩm thực có thể mạnh của địa phương như: trứng vịt hồ Lâm Bình, rau bò khai, bún Tày, cá bống, thịt dê Thổ Bình, chè Khau Mút góp phần mang đến cho du khách sự trải nghiệm, khám phá thú vị.

- Xác định thị trường khách hàng mục tiêu: Ban quản lý du lịch cộng đồng địa phương cần xác định được đối tượng khách du lịch là nhóm khách hàng mục tiêu (nhóm khách hàng chính) của mình để từ đó đưa ra các hoạt động marketing phù hợp.

Các đối tượng khách du lịch và các mục đích họ quan tâm được thể hiện ở bảng sau:

Loại khách du lịch	Giá trị du lịch
<b>Trải nghiệm thực tế</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tìm hiểu lịch sử văn hóa của điểm đến trước, trong và sau chuyến du lịch.</li> <li>- Yêu thích các công trình kỳ quan thiên nhiên hùng vĩ</li> <li>- Dễ hội nhập với văn hóa địa phương</li> <li>- Đi du lịch để phát triển kiến thức cá nhân</li> <li>- Dễ hòa nhập với môi trường mới</li> <li>- Tìm cách tự hoàn thiện mình qua việc học hỏi từ những người khác</li> </ul>
<b>Tìm hiểu văn hóa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Du lịch với những người cùng sở thích</li> <li>- Yêu thích lịch sử cổ đại và nền văn hóa hiện đại</li> <li>- Muốn tìm kiếm học hỏi tất cả mọi thứ về một điểm đến</li> <li>- Liên tục thăm dò, luôn luôn lập kế hoạch cho chuyến đi tiếp theo</li> <li>- Tìm hiểu các nền văn hóa hết khả năng có thể</li> </ul>



Loại khách du lịch	Giá trị du lịch
<b>Quan tâm đến lịch sử văn hóa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Muốn tìm kiếm học hỏi tất cả mọi thứ về một điểm đến</li> <li>- Đi du lịch theo sở thích cá nhân</li> <li>- Sự thoải mái quá làm giảm đi những kinh nghiệm thực tế, khách sạn sang trọng không phải là phong cách của họ</li> <li>- Tự lên lịch trình khám phá cho chuyến du lịch mà không cần thuê bất kỳ công ty du lịch nào.</li> <li>- Thích tìm hiểu nền văn hóa quá khứ và bối cảnh hiện tại</li> <li>- Thích đi tham thú du lịch một mình hoặc theo nhóm nhỏ</li> <li>- Thích tìm hiểu các nền văn hóa của người khác hơn là của mình</li> </ul>
<b>Du lịch cá nhân tự khám phá lịch sử</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thích chia sẻ kinh nghiệm với bạn bè thân/ gia đình</li> <li>- Thích nhìn thấy và trải nghiệm mỗi thứ một chút.</li> <li>- Không quan tâm trong việc học về nền văn hóa của người khác</li> <li>- Họ không thích phải đi lại quá nhiều</li> <li>- Mong muốn tìm kiếm và hiểu biết sâu sắc hơn về di sản cá nhân</li> </ul>
<b>Khách du lịch có thu nhập cao</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tìm kiếm sự thoải mái trong một môi trường quen thuộc</li> <li>- Thích lên kế hoạch trước chuyến đi để hạn chế những sự cố có thể xảy ra</li> <li>- Thích sự sang trọng, độc đáo và dịch vụ chăm sóc tốt</li> <li>- Không quan tâm nhiều về những kỷ niệm trong chuyến du lịch</li> <li>- Tập trung vào thư giãn giải trí chứ không phải là văn hóa địa phương</li> <li>- Thích các tour được sắp xếp tổ chức sẵn bởi các đối tượng khác</li> </ul>
<b>Khách du lịch tìm kiếm sự thanh thản</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tìm kiếm một nơi nghỉ để giảm áp lực công việc hàng ngày</li> <li>- Thích sự thoáng đãng và thanh thản của không gian mở</li> <li>- Thích an toàn ở những nơi quen thuộc</li> <li>- Không thích những nơi đông đúc ồn ào</li> <li>- Có nhiều chuyến đi tập trung vào việc đi thăm gia đình và bạn bè</li> <li>- Thích đi theo nhóm và thích giao tiếp xã hội với những người khác</li> <li>- Thích trải nghiệm mỗi thứ một ít</li> </ul>
<b>Khách du lịch tự do</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Đam mê thưởng thức những gì tốt nhất có thể</li> <li>- Liên tục khám phá</li> <li>- Thích hành trình với những người cùng sở thích</li> <li>- Luôn đưa ra những chọn lựa tốt nhất</li> <li>- Linh hoạt và dễ dàng - có cấu trúc và hoạt động tốt theo kế hoạch</li> </ul>
<b>Khách thư giãn</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tìm kiếm một nơi nghỉ để giảm áp lực công việc hàng ngày</li> <li>- Thích môi trường quen thuộc xung quanh</li> <li>- Muốn thoải mái, nhưng không lãng phí</li> <li>- Thích chia sẻ kinh nghiệm với bạn bè thân / gia đình</li> <li>- Quên hết những gì liên quan đến công việc</li> <li>- Thích được chăm sóc tốt</li> </ul>
<b>Khách du lịch thường xuyên</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thích những thú vui đơn giản</li> <li>- Tìm kiếm sự thoải mái trong môi trường quen thuộc</li> <li>- Ít quan tâm đến khám phá nguồn gốc văn hóa, di tích lịch sử</li> <li>- Đi du lịch theo nhóm và tham quan tất cả các địa điểm du lịch không phải là phong cách của họ</li> <li>- Họ thích lên lịch trình của riêng của họ và thực hiện theo lịch trình.</li> </ul>

Nhìn chung khách du lịch đến với du lịch cộng đồng có xu hướng tìm kiếm những giá trị truyền thống tại địa phương. Họ mong muốn được gặp gỡ và tìm hiểu về các tập quán, về văn hóa trong quá khứ và hiện tại của địa phương.

Như vậy, nội dung mô hình phát triển du lịch cộng đồng ở Lâm Bình dựa trên hoạt động quản lý, bảo tồn giá trị di sản là để góp phần vào việc hiện thực hóa và phát huy hiệu quả nguồn lực, tiềm năng của huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang. Hoạt động quản lý, bảo tồn phát huy giá trị hiện tại của di sản văn hóa du lịch của Lâm Bình - Tuyên Quang bao gồm việc xây dựng các kế hoạch cụ thể cho một lộ trình để vận hành quản lý di sản văn hóa du lịch cộng đồng trong điều kiện thực tế. Cùng cố các công cụ quản lý cần thiết từ hệ thống văn bản, quy tắc cho đến các thiết chế liên quan như cơ sở hạ tầng, giao thông... để thực hiện hiệu quả các nội dung hiện thực hóa.

## KẾT LUẬN

Hiện thực hóa tiềm năng để phát triển du lịch cộng đồng ở Lâm Bình, Tuyên Quang sẽ góp phần tôn vinh, quảng bá giá trị di sản, góp phần giáo dục truyền thống, phát triển kinh tế, xã hội ở địa phương. Đặc biệt việc khai thác từ nguồn du lịch cộng đồng sẽ giải quyết công ăn việc làm cho đại đa số người dân bản địa và góp phần nâng cao dân trí, giao lưu văn hóa. Từ việc đánh giá các tiềm năng du lịch của Lâm Bình và khả năng hiện thực hóa thông qua vai trò của các bên là chính quyền địa phương, doanh nghiệp, nhà khoa học và cộng đồng bản địa, tham luận đã đề xuất mô hình hoạt động du lịch cộng đồng gắn với quản lý di sản. Trên cơ sở các định hướng, mục tiêu, nguyên tắc cụ thể, nhiệm vụ xây dựng một mô hình quản lý di sản gắn với phát triển du lịch bền vững ở Lâm Bình, Tuyên Quang, đây là một nhiệm vụ phức tạp, đòi hỏi nhiều vấn đề cần phải giải quyết. Tác giả đã gợi mở 4 bước cần thiết để triển khai một mô hình du lịch cộng đồng. Việc thực hiện mô hình hóa đó còn tùy thuộc vào nhiều yếu tố, tuy nhiên, quá trình xây dựng hệ sản phẩm du lịch cũng như bước thử nghiệm mô hình sẽ giúp cho việc lựa chọn mô hình phát triển du lịch cộng đồng này được đúng hướng và hiệu quả, hoàn thiện hơn trong thực tiễn.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đức Anh (2018). "CBT Travel và những sáng kiến góp phần phát triển du lịch cộng đồng". Tạp chí Du lịch Việt Nam. Số 10. Tr. 40 - 41.
2. Đào Ngọc Anh (2015). Văn hóa tộc người gắn với phát triển du lịch cộng đồng: một số vấn đề lý thuyết. T/c Văn hóa học. Số 1 (17). Tr. 73-78.
3. Cơ sở kinh tế, hành chính, sự nghiệp huyện Lâm Bình qua kết quả tổng điều tra năm 2012. Nxb Thống kê, 2014. 235tr.
4. Nguyễn Văn Lưu (2015). Du lịch và sự phát triển của cộng đồng. T/c Văn hóa học. Số 1 (17). Tr. 66 -72.
5. Phương Nhung (2018). Du lịch cộng đồng: Tạo "đòn bẩy" để phát triển. Tạp chí Thông tin và Truyền thông (Toàn cảnh sự kiện - dư luận). Số 332. Tr. 32-34.
6. Roy Ellen, Peter Parkes, Alan Bicker. Đại học Kent, Centerbury, Anh (Biên tập) (2010). Tri thức bản địa về môi trường và những biến đổi. Các quan điểm nhân học phê phán. Nxb Thế giới. H.
7. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Tuyên Quang. Nguyễn Việt Thanh - Đinh Huyền Trang (biên soạn). Lễ hội ở Tuyên Quang. Nxb Văn hóa dân tộc. H. 2012.
8. Tỉnh ủy- Hội đồng nhân dân- UBND tỉnh Tuyên Quang. Địa chí Tuyên Quang. Nxb Chính trị quốc gia- Sự thật.H- 2014. 1488tr.

9. Nguyễn Ngọc Thanh (ch.b) (2016). Văn hóa truyền thống dân tộc Tày ở Tuyên Quang. Hà Nội. Nxb KHXH.
10. Phan Thị Hiền Thu (2017). Du lịch văn hóa tộc người miền núi và tính chủ động của cộng đồng địa phương. Tạp chí Văn hóa Dân gian. Số 4(172). Tr. 42 – 49.
11. Đặng Thị Diệu Trang (2013). Du lịch dựa vào cộng đồng và vấn đề bảo tồn văn hóa địa phương. T/c Văn hóa Nghệ thuật. Số 8. Tr.25 – 30.
12. Đào Thế Tuấn (2005). Từ du lịch sinh thái văn hóa lịch sử đến du lịch cộng đồng . T/c Xưa & Nay. Số 247. Tr.11-13.

## **ACTUALIZING THE POTENTIAL FOR DEVELOPING COMMUNITY TOURISM IN LAM BINH DISTRICT, TUYEN QUANG PROVINCE**

**Nguyen Thi Hanh**

*Vietnam National institute of Culture and Arts studies*

### **Abstract**

Lam Binh is a newly established mountainous district, although the economy is still difficult, but Lam Binh district has many potentials and advantages in natural resources for tourism development. To actualization the potential of community based tourism development in Lam Binh district, Tuyen Quang province, it is necessary to focus on three factors are as follows: state - business - community. Inside, the state plays a role as a guideline, contributing to orienting and directing the local economic and tourist development through guidelines, policies and legal instruments. The report will decomposed and evaluate the potential, current status and performance of the three above factors, which will suggest some solutions to promote the role of the parties to contribute to the development of community tourism in the locality.

### **Keywords**

Tourism, community, potential, actualizing

# TRUYỀN THÔNG VỀ DU LỊCH LÂM BÌNH BẰNG MẠNG XÃ HỘI, THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

Vũ Quỳnh Loan

*Trường Đại học Tân Trào*

Lê Hồng Mai

*Nhà xuất bản Giáo dục Việt Nam*

## Tóm tắt

Bài viết tập trung nghiên cứu về thực trạng, đánh giá hiệu quả của công tác truyền thông quảng bá về du lịch huyện Lâm Bình qua các kênh mạng xã hội trong những năm gần đây. Từ đó đưa ra một số giải pháp duy trì, phát triển và nâng cao hiệu quả truyền thông của các trang mạng xã hội nhằm thúc đẩy phát triển du lịch huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang.

## Từ khóa

Du lịch, Lâm Bình, truyền thông, mạng xã hội, thực trạng, giải pháp.

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Lâm Bình là huyện vùng cao phía Bắc tỉnh Tuyên Quang, dân số trên 33 nghìn người với 14 dân tộc cùng chung sống, trong đó dân tộc thiểu số chiếm trên 75%. Các tộc người nơi đây về cơ bản vẫn còn giữ nguyên những nét văn hóa truyền thống, từ tiếng nói, chữ viết đến trang phục, tín ngưỡng dân gian, các làn điệu dân ca, dân vũ, trò chơi, ẩm thực, kiến trúc nhà ở, các lễ hội truyền thống... Lâm Bình còn được thiên nhiên ban tặng nguồn tài nguyên thiên nhiên đa dạng và phong phú. Trên địa bàn huyện có nhiều danh lam thắng cảnh đẹp cùng với những sự tích, huyền thoại mang đậm nét đặc sắc văn hóa của các tộc người sinh sống nơi đây. Lâm Bình cũng có các di tích lịch sử, khảo cổ, tâm linh nổi tiếng.

Từ nhiều năm nay, du lịch luôn được xác định là một mũi nhọn trong phát triển kinh tế của tỉnh Tuyên Quang. Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang nhiệm kỳ 2015 - 2020 xác định: “Phát triển du lịch là một trong ba khâu đột phá” với mục tiêu đến năm 2020 thu hút 1,7 triệu lượt khách du lịch. Tỉnh cũng đã ban hành Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Tuyên Quang đến năm 2020, định hướng đến năm 2030. Trong đó, xác định: “Tăng cường hiệu quả quảng bá xúc tiến du lịch” là một trong “các lĩnh vực ưu tiên đầu tư”

Phát huy tiềm năng và lợi thế của tỉnh và của huyện, những năm gần đây, tỉnh Tuyên Quang và huyện Lâm Bình đã đẩy mạnh phát triển du lịch, bước đầu đạt được những thành công đáng ghi nhận.

Tuy nhiên, cho đến nay, du lịch huyện Lâm Bình mặc dù đã được “đánh thức” nhưng vẫn chưa “cất cánh”, doanh thu chưa tương xứng với tiềm năng. Huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang vẫn là mảnh đất còn xa lạ với nhiều du khách. Một trong những khâu quan trọng là truyền thông, quảng bá trên các trang mạng xã hội (MXH) chưa được đầu tư đúng mức, chưa thực sự có những đóng góp tương xứng trong phát triển du lịch.

## 1. THỰC TRẠNG TRUYỀN THÔNG VỀ DU LỊCH HUYỆN LÂM BÌNH THÔNG QUA CÁC TRANG MẠNG XÃ HỘI

### 1.1. Công tác truyền thông, quảng bá du lịch huyện Lâm Bình

Lâm Bình được biết đến là miền đất có nhiều tiềm năng về phát triển du lịch, đặc biệt là du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, du lịch trải nghiệm, khám phá, du lịch văn hóa... Tận dụng ưu thế này, UBND huyện Lâm Bình xây dựng chiến lược quảng bá du lịch bằng nhiều hình thức, phương tiện khác nhau.

Bên cạnh những bài viết về du lịch Lâm Bình thường xuyên được đăng tải trên các phương tiện truyền thông như báo in, báo điện tử, đài phát thanh, truyền hình..., Lâm Bình còn phát hành nhiều tờ gấp, giới thiệu, quảng bá về tài nguyên du lịch của huyện.

Ngoài ra, chính quyền và nhân dân huyện Lâm Bình đã tích cực quảng bá, giới thiệu tiềm năng, lợi thế và sản phẩm du lịch của huyện trên website và các trang Facebook, kênh Youtube.

Hiện nay, Lâm Bình đã xây dựng được nhiều website và các trang MXH để quảng bá hình ảnh địa phương như: Website *du lịch Lâm Bình*<sup>19</sup>, các Fanpage, kênh Youtube. Các website và trang MXH này cập nhật thường xuyên hình ảnh, video, thông tin du lịch địa phương Na Hang - Lâm Bình, từ danh lam thắng cảnh, các hoạt động trải nghiệm, đến cơ sở lưu trú... và nhận được sự tương tác tốt từ phía cộng đồng.

Website *du lịch Lâm Bình* do UBND huyện Lâm Bình quản lý có 354.726 lượt truy cập<sup>20</sup>. Website được thiết kế đẹp, thông tin phong phú, dễ cập nhật, hình ảnh sống động, hấp dẫn, ấn tượng, thể hiện được những nét đặc sắc về tài nguyên du lịch Lâm Bình. Trang *du lịch Lâm Bình* gồm có: trang chủ (gồm vị trí địa lý, tổng quan du lịch Lâm Bình, quy hoạch du lịch Lâm Bình), địa điểm du lịch, tin nổi bật, thông tin du lịch Lâm Bình, ẩm thực, thông báo, mời gọi đầu tư, hỗ trợ du khách, video - clip, thư viện ảnh... Trang *du lịch Lâm Bình* còn được liên kết với các trang khác như: Du lịch Tuyên Quang, cổng thông tin điện tử huyện Lâm Bình, cổng thông tin điện tử tỉnh Tuyên Quang, báo Tuyên Quang Online, Báo Điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam, Lễ hội Thành Tuyên, trang thông tin điện tử của các huyện trong tỉnh, Fanpage du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang... Việc liên kết giữa website và trang MXH cũng đã tận dụng được những lợi thế truyền thông, quảng bá cho du lịch của huyện vùng cao Lâm Bình nói riêng, tỉnh Tuyên Quang nói chung.

### 1.2. Thực trạng truyền thông, quảng bá du lịch huyện Lâm Bình qua các kênh mạng xã hội

Các trang MXH như Facebook, Youtube, instagam, blog, các diễn đàn (forum)... với những ưu điểm vượt trội chính là kênh quảng bá sản phẩm và dịch vụ du lịch hiệu quả, thu hút được sự chú ý cao của du khách. Bên cạnh giải pháp sử dụng website du lịch và các hình thức truyền thông trên các phương tiện thông tin đại chúng, đối với huyện Lâm Bình, việc sử dụng các trang MXH để quảng bá về du lịch cũng có những bước phát triển.

Qua quá trình khảo sát, chúng tôi nhận thấy Facebook và Youtube là hai MXH được các cơ quan, đơn vị, tổ chức, doanh nghiệp và các cá nhân sử dụng nhiều nhất để giới thiệu, quảng bá du lịch huyện Lâm Bình.

<sup>19</sup> <http://dulichlambinh.gov.vn/>

<sup>20</sup> Số liệu trên website và các trang mạng xã hội về du lịch Lâm Bình trong bài viết được cập nhật trong thời gian từ ngày 15/5/2019 – đến 30/6/2019

### 1.2.1. Facebook

Ở huyện Lâm Bình, ngoài việc chính quyền huyện, địa phương chú ý truyền thông, quảng bá cho du lịch, thì chính người dân nơi đây cũng tự chủ động quảng bá tiềm năng du lịch của địa phương. Một số hộ kinh doanh dịch vụ homestay ở Lâm Bình đã nhận thức được vai trò của công nghệ thông tin trong thông tin, quảng bá du lịch, nên bên cạnh việc chuẩn bị chu đáo phòng nghỉ, ăn uống... phục vụ khách, bà con đã bước đầu biết giới thiệu hình ảnh dịch vụ của gia đình qua MXH. Dưới sự hướng dẫn của cán bộ, chuyên viên từ huyện được cử xuống để xây dựng và quản trị, trên những trang fanpage này, các hộ gia đình công khai bảng giá dịch vụ ăn, nghỉ, các hoạt động trải nghiệm dành cho khách khi đến nghỉ tại gia đình, các sản phẩm quà tặng, lưu niệm dành cho khách mang đậm bản sắc văn hóa của địa phương... Đến nay, hầu hết các hộ làm du lịch cộng đồng ở huyện Lâm Bình đã sử dụng MXH trong kinh doanh du lịch như: Homestay Hoàng Tuấn, Homestay Hoàng Việt, Homestay Hà Cát, Homestay Hải Linh, Homestay Tài Ngào, Homestay A Phủ, Homestay Vượng Duy, Homestay Quan Văn Chính, Homestay Quan Văn Dũng, Homestay Quan Văn Sửu, Homestay Anh Thế, Homestay Châu Xuân Việt, Homestay Quan Thị Huynh... Từ MXH, đã có nhiều du khách trong nước và một lượng du khách nước ngoài biết đến Lâm Bình, chọn lựa, đặt lịch nghỉ ngơi; nhiều khách chưa có điều kiện đến thăm quan cũng rất thích thú, ngạc nhiên về cảnh quan, con người nơi đây.

Có thể kể đến những trang fanpage của các doanh nghiệp du lịch Lâm Bình bước đầu đã có những đầu tư, đăng bài đều đặn, thông tin cụ thể về giá cả các loại dịch vụ du lịch như: Fanpage *du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang*<sup>21</sup> (thu hút 5873 lượt like, 6385 lượt theo dõi); Fanpage *Đặc sản Lâm Bình*<sup>22</sup> (thu hút 378 lượt like, 374 lượt theo dõi); Fanpage của Công Ty du lịch Hải Anh thu hút 15.802 lượt like, 16.292 lượt theo dõi... Trên fanpage, ngoài việc đưa thông tin, giới thiệu về các sản phẩm kinh doanh du lịch, còn có nhiều video, hình ảnh, giới thiệu, quảng bá về đẹp các địa danh du lịch Na Hang - Lâm Bình, dẫn nguồn các bài viết ở các website về du lịch Lâm Bình, Na Hang, dẫn nguồn đài truyền hình Việt Nam... Về cơ bản các bài viết được đăng trên trang có chất lượng tốt.

Ngoài ra, còn phải kể đến các trang *Homestay Lâm Bình, Tuyên Quang; Đặc sản Lâm Bình; Du lịch Lâm Bình; Du lịch non nước Lâm Bình - Tuyên Quang; Homestay A Phủ; Homestay Lâm Bình; Homestay Lâm Bình - Tuyên Quang; Homestay Nặm Đíp; Homestay Nà Muông; Homestay Nà Đông; Homestay Nà Tông*... Các Fanpage trên cập nhật thường xuyên hình ảnh, video, thông tin du lịch địa phương Lâm Bình, từ danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử văn hóa, lễ hội, các hoạt động trải nghiệm, đến cơ sở lưu trú... nhận được sự tương tác tốt từ phía cộng đồng mạng.

### 1.2.2. Youtube

YouTube là một trang MXH chia sẻ video lớn nhất thế giới, là công cụ hữu hiệu để các doanh nghiệp giới thiệu và kinh doanh các sản phẩm của mình. Trong những năm vừa qua, kênh truyền thông MXH này cùng với facebook đã góp phần tích cực trong việc quảng bá du lịch cho Tuyên Quang nói chung và huyện Lâm Bình nói riêng.

Trên trang MXH Youtube, chúng tôi sử dụng công cụ tìm kiếm với các từ khóa: *Tuyên Quang, Du lịch Tuyên Quang, Lâm Bình, Du lịch Lâm Bình*, kết quả cho thấy, các trang youtube cũng có rất nhiều video, phóng sự, bản tin, MV ca nhạc... giới thiệu, mô tả về vẻ đẹp

<sup>21</sup> <https://www.facebook.com/HomstayLamBinh/>

<sup>22</sup> <https://www.facebook.com/chauminhkhai93/>

con người, phong cảnh, các giá trị văn hóa, lịch sử của Lâm Bình với hình ảnh, âm thanh chất lượng cao. Tuy nhiên, các video được đăng tải chủ yếu từ các cá nhân và một số cơ sở kinh doanh tại địa phương, chưa thấy các trang đại diện cho cơ quan quản lý về lĩnh vực văn hóa – du lịch của huyện.

*Ném TV*<sup>23</sup>, *Bắp TV*<sup>24</sup> là những kênh có nhiều video đẹp, có chất lượng, được đầu tư nghiêm túc về mặt nội dung và hình thức, nhiều video là những MV ca nhạc của các bạn trẻ đam mê ca nhạc. Video được quay với những thiết bị hiện đại như fly cam, đem đến nhiều cảnh quay rộng với những cảnh đẹp hùng vĩ, nên thơ của các địa danh Tuyên Quang, trong đó có Lâm Bình. Kênh *Coithiki Official*<sup>25</sup>, *Quang Phúc Channel*<sup>26</sup> là Kênh youtube của các nhạc sĩ, ca sĩ trẻ người Tuyên Quang. Các video tập trung minh họa cho những phần sáng tác và biểu diễn của ca sĩ. Các MV ca nhạc như: *Trung thu Tuyên Quang - Coithiki (official music video)*<sup>27</sup> có 112.674 lượt xem, 34.000 lượt chia sẻ; Video *Theo Anh Về Bản*<sup>28</sup> với 1.995 lượt xem, 961 lượt chia sẻ; *Con gái Tuyên Quang remix* 26.954 lượt xem, 1.424 lượt chia sẻ. Các video này đều lấy bối cảnh làng bản, núi non ở Tuyên Quang, nhất là hai huyện Na Hang và Lâm Bình, được quay dựng công phu, đẹp mắt, góp phần vào việc quảng bá, giới thiệu về Tuyên Quang, trong đó có Lâm Bình với du khách trong nước và quốc tế.

Kênh Youtube *Hương vị miền núi*<sup>29</sup> có 328.000 lượt đăng ký của một nhóm bạn trẻ người Tuyên Quang, chủ yếu giới thiệu về ẩm thực miền núi Tuyên Quang và những kinh nghiệm, kỹ năng sinh tồn tự nhiên. Các video được thực hiện mô tả về cách thức các bạn trẻ chế biến các món ăn đặc trưng vùng cao và những kỹ năng sinh tồn khi ở trong rừng hoặc trong những tình huống khó khăn khi gặp phải. Điểm hấp dẫn là các video được quay, thu âm trực tiếp và hầu như không qua khâu biên tập hậu kỳ. Lời thoại nhân vật dung dị, vui vẻ, dí dỏm, hài hước đúng tinh thần tuổi trẻ. Hầu hết các video của nhóm có lượt xem rất cao, từ 500.000 view đến hàng triệu view, trở thành kênh video có lượt đăng ký và lượt view cho mỗi video lớn nhất về du lịch Tuyên Quang, trong đó có huyện Lâm Bình cho đến thời điểm hiện tại.

Các kênh *Đông Bắc Discovery*<sup>30</sup> thu hút 1047 lượt đăng kí; *Khám Phá Lâm Bình*<sup>31</sup>; kênh *xuancuong truong*<sup>32</sup>; *Vương Ngõ*<sup>33</sup>; *Văn hóa dân tộc miền núi*<sup>34</sup>... là những kênh video quảng bá về văn hóa, cảnh vật, con người, du lịch Tuyên Quang và Lâm Bình; những trang quảng bá du lịch lồng ghép với việc kinh doanh các sản phẩm du lịch địa phương... Nhiều video, bài viết có chất lượng tốt về nội dung và hình thức đã góp phần quảng bá du lịch Lâm Bình.

Nhìn chung, video về đất và người xứ Tuyên, trong đó có huyện Lâm Bình tương đối nhiều nhưng thường được thực hiện một cách tự phát, vì yêu thích mà làm. Số lượng video nhiều, một

<sup>23</sup> [https://www.youtube.com/channel/UCBoaINfdmR0pzzV5aImQ4\\_A](https://www.youtube.com/channel/UCBoaINfdmR0pzzV5aImQ4_A)

<sup>24</sup> <https://www.youtube.com/channel/UCYc2s8GDN-KEKjryeDcyCyw/videos>

<sup>25</sup> <https://www.youtube.com/channel/UCXdQfjGO0j5YgrMnqzXS3Uw>

<sup>26</sup> [https://www.youtube.com/channel/UCJF2YA2Bt\\_VmlQcMCXFaA3Q/videos](https://www.youtube.com/channel/UCJF2YA2Bt_VmlQcMCXFaA3Q/videos)

<sup>27</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=vcumpPrF32Q>

<sup>28</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=NYqyVEZo\\_9E](https://www.youtube.com/watch?v=NYqyVEZo_9E)

<sup>29</sup> <https://www.youtube.com/channel/UCZiX5f8qVWajHWWkjCgsD2Q>

<sup>30</sup> <https://www.youtube.com/channel/UCaS8oD0-Potzl3IKrb72DTA>

<sup>31</sup> <https://www.youtube.com/user/kien671/videos>

<sup>32</sup> <https://www.youtube.com/channel/UC8Gc1rbbWRmfhUSszCDJisQ/videos>

<sup>33</sup> <https://www.youtube.com/user/pOpinkUnni/videos>

<sup>34</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=F-H7IthxmPE>

mặt đem đến cho du khách những thông tin chi tiết về các sản phẩm kinh doanh du lịch nhưng đồng thời cũng tạo sự dàn trải, loãng, nhiều; thông tin thiếu tập trung. Youtube chưa có một kênh video chính thức của huyện Lâm Bình.

### 1.2.3. Diễn đàn trực tuyến (forum) về du lịch

Diễn đàn trực tuyến (forum) về du lịch là một trang website về du lịch, nơi mọi người có thể trao đổi, thảo luận, bày tỏ ý kiến về những vấn đề về du lịch nói chung, từ các điểm tuyến, tour du lịch, thông tin về ăn nghỉ, kinh nghiệm du lịch đến đặc trưng mỗi điểm du lịch... Các vấn đề thảo luận được lưu giữ dưới dạng các trang tin. Hiện nay, dưới sự phát triển của facebook, youtube và các trang MXH khác, các diễn đàn trực tuyến về du lịch đã qua thời điểm cực thịnh, tuy nhiên, trong hệ thống mạng xã hội ở Việt Nam, các diễn đàn trực tuyến về du lịch vẫn giữ một vị trí nhất định. Hàng triệu lượt bài viết của hàng trăm nghìn thành viên ở một số các diễn đàn như: *Đi đâu*<sup>35</sup>; *Phuot.vn - Nơi Phượt bắt đầu*<sup>36</sup>; *Hội du lịch*<sup>37</sup>, *Diễn Đàn Du Lịch*<sup>38</sup> là những minh chứng cho thấy, diễn đàn trực tuyến về du lịch vẫn là những công cụ hữu ích cho quảng bá du lịch.

Tuy nhiên, qua khảo sát các forum lớn về du lịch, có thể nhận thấy lượng bài viết quảng bá cho du lịch Lâm Bình trên những diễn đàn trực tuyến còn rất ít. Các bài viết chủ yếu dẫn nguồn từ những trang thông tin điện tử của tỉnh Tuyên Quang, của ngành Du lịch.

Các forum về du lịch là nơi tập trung, quy tụ của những người yêu thích du lịch, trong đó có không ít thành viên tham gia thực sự có nhu cầu tìm hiểu thông tin về các điểm du lịch mà họ quan tâm, ngoài ra đây cũng là nơi để du khách tìm kiếm thêm những địa danh du lịch mới... Vì vậy, việc sử dụng các forum làm công cụ quảng bá, giới thiệu các sản phẩm du lịch là một cách thức hiệu quả.

## 2. ĐÁNH GIÁ VỀ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG, QUẢNG BÁ DU LỊCH HUYỆN LÂM BÌNH QUA CÁC KÊNH MẠNG XÃ HỘI

### 2.1. Mặt tích cực

#### 2.1.1. Sự chủ động, tích cực sử dụng MXH của người dân và các đơn vị kinh doanh du lịch

Sức mạnh của MXH trong lĩnh vực kinh doanh và marketing online là vô cùng lớn. Năm bắt được xu hướng và trào lưu của MXH, các cơ sở kinh doanh và người dân trên địa bàn huyện Lâm Bình đã chủ động, tích cực tìm hiểu, sử dụng mạng xã hội, coi đó là một trong những cách thức quảng bá, giới thiệu sản phẩm của mình đến với du khách một cách hữu hiệu.

Kết quả khảo sát cho thấy, bên cạnh website *du lịch Lâm Bình* (do UBND huyện Lâm Bình quản lý) được kết nối với trang mạng facebook *du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang*, còn có rất nhiều đơn vị kinh doanh du lịch sử dụng mạng xã hội để giới thiệu, quảng bá cho du lịch Lâm Bình như: *Homestay Lâm Bình* của cơ sở kinh doanh Quan Văn Sứ; *Homestay Châu Văn Tụy - Nà Muông, Khuôn Hà, Lâm Bình, Tuyên Quang* của cơ sở kinh doanh Châu Văn Tụy; *Du Lịch Homestay Thượng Lâm Huyện Lâm Bình Tỉnh Tuyên Quang* của cơ sở kinh doanh Quan Thị Nhạ; *Homestay Châu Xuân Việt* của cơ sở kinh doanh Châu Xuân Việt; *Homestay Lâm Bình - Tuyên Quang* của cơ sở kinh doanh Hoàng Văn Tọng; *Homestay Hoàng Tuấn* của cơ sở kinh doanh Quan Thị Thúy... Các trang facebook kể trên nhận được sự tương tác tốt từ phía cộng đồng.

<sup>35</sup> <http://didau.org/forum/forum.php>

<sup>36</sup> <https://www.phuot.vn/forums/>

<sup>37</sup> <https://hoidulich.com/kinh-nghiem-du-lich/kinh-nghiem-du-lich-tuyen-quang/>

<sup>38</sup> <http://diendandulich.net.vn/>



Cá nhân và doanh nghiệp làm du lịch tại Lâm Bình đã chủ động, tích cực sử dụng MXH để kinh doanh. Điều này cho thấy marketing du lịch hiện đại đã được người dân và các đơn vị kinh doanh du lịch nơi đây hướng tới.

### 2.1.2. Về nội dung và hình thức của các trang MXH

#### a. Về mặt nội dung

Nhiều trang Facebook và Youtube cập nhật thông tin về du lịch Lâm Bình chính xác, khá đầy đủ, hữu ích đối với khách du lịch. Cách truyền tải nội dung trên các trang mạng đã có sự sáng tạo, thu hút được du khách trong nước và quốc tế đến với Lâm Bình. Nhiều bài viết về đặc trưng văn hóa khác biệt của địa phương, vùng miền rất tiện lợi cho việc tìm hiểu của du khách. Các trang Fanpage có nội dung khá đa dạng, phong phú. Các nội dung thường liên quan đến phong cảnh đẹp, hành trình của tour, chi phí, thuê khách sạn, kinh nghiệm đi các điểm du lịch.

#### b. Về hình thức, thẩm mỹ

Nhiều trang MXH đăng tải hình ảnh về Lâm Bình sống động, hấp dẫn, thể hiện được đặc trưng, nét nổi bật, giá trị cốt lõi của từng loại tài nguyên du lịch và sản phẩm du lịch.

Nhiều video, hình ảnh trên các trang MXH được đầu tư khá kỹ lưỡng, giao diện ấn tượng. Chất lượng thiết kế, chất lượng hình ảnh video cao, đảm bảo tính thẩm mỹ, truyền tải được hình ảnh một Lâm Bình đẹp hùng vĩ, nên thơ với màu sắc chủ đạo của núi rừng thiên nhiên trong xanh, tạo cảm giác thoải mái và thấy được sự yên bình trong cuộc sống của con người Lâm Bình.

### 2.1.3. Đã có sự phối hợp các loại hình truyền thông đại chúng và MXH

Website du lịch và MXH đặc biệt có ưu thế trong việc phối kết hợp các loại hình, hình thức truyền thông. Người sử dụng có thể khai thác nhiều nguồn tài nguyên từ các loại hình truyền thông khác nhau đăng tải và chia sẻ trên trang MXH. Các video của đài truyền hình về du lịch Lâm Bình, các bài viết về du lịch Lâm Bình, các review của các nhà du lịch học, khách du lịch, ảnh của nhiếp ảnh gia, các thước phim của những người yêu du lịch... đều có thể được đăng tải, chia sẻ, có dẫn nguồn.

Việc ứng dụng công nghệ thông tin, trong đó có kết nối MXH để quảng bá và kinh doanh du lịch đã góp phần tăng số lượng khách du lịch. Kết quả, trong năm 2018 Lâm Bình đã thu hút trên 30.000 lượt khách, đạt doanh thu xã hội từ du lịch hơn 18 tỉ đồng. (Theo số liệu của Phòng Văn hóa - Thông tin huyện Lâm Bình).

## 2.2. Tồn tại, hạn chế của truyền thông về du lịch huyện Lâm Bình qua các kênh MXH

### 2.2.1. Được lập ra tự phát nên nhiều trang MXH thiếu định hướng

Cho tới thời điểm người nghiên cứu thực hiện khảo sát, huyện Lâm Bình chưa có văn bản quy định chính thức về việc sử dụng mạng xã hội trong giới thiệu, quảng bá và kinh doanh du lịch.

Những MXH đã có ở Lâm Bình đều được lập ra một cách tự phát nên còn nhiều hạn chế. Một số trang không hiển thị thông tin, số điện thoại cá nhân và đơn vị quản lý, không có kết nối với các website nên tính chính thống không cao, không đủ uy tín đối với những du khách muốn thực sự tìm hiểu thông tin về du lịch. Có một vài fanpage đăng tải bài viết khá đa dạng, phong phú nhưng lại tùy tiện, thiếu chọn lọc nên mặc dù có lượng người like cao nhưng hiệu quả tích cực về giới thiệu quảng bá du lịch có những chỗ cần phải bàn, thông tin “loãng” hoặc “sạn”.

### 2.2.2. Sự liên kết truyền thông giữa các doanh nghiệp và các tổ chức xúc tiến du lịch chưa thường xuyên

Một vấn đề tồn tại trong truyền thông, quảng bá du lịch ở Lâm Bình là hệ thống quảng bá kinh doanh du lịch của các doanh nghiệp chưa đạt được hiệu quả cao, dữ liệu thông tin thiếu hệ

thông, sự liên kết truyền thông giữa các doanh nghiệp và các tổ chức xúc tiến du lịch chưa thường xuyên. Các cơ quan quản lý Nhà nước về du lịch thiếu sự phối hợp đồng bộ với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch, cũng như với các hộ dân làm du lịch cộng đồng trên địa bàn huyện.

Do sự liên kết truyền thông giữa các doanh nghiệp và các tổ chức xúc tiến du lịch chưa thường xuyên, nên du lịch ở Lâm Bình chưa xây dựng được những trang MXH thực sự mạnh và chuyên nghiệp để có thể cung cấp đầy đủ thông tin về du lịch Lâm Bình, đáp ứng nhu cầu của du khách trong nước và quốc tế.

### 2.2.3. Tính quốc tế của trang MXH và việc khai thác các trang MXH khác còn hạn chế

Do các trang MXH của các cơ sở kinh doanh du lịch ở Lâm Bình chỉ sử dụng kênh tiếng Việt, chưa sử dụng tiếng Anh hay một tiếng nước ngoài nào khác nên tính quốc tế của trang chưa cao. Đây là một trong những nguyên nhân khiến cho tính tương tác và khả năng lan truyền thông tin đến du khách quốc tế qua các MXH bị hạn chế.

Khả năng khai thác triệt để các thế mạnh của các trang MXH ở Lâm Bình chưa cao, chưa sử dụng hết các tính năng của trang mạng.

Các cơ sở kinh doanh du lịch huyện Lâm Bình chủ yếu dùng MXH Facebook hoặc Youtube mà chưa khai thác các kênh MXH khác như: Twitter, Instagram, Zalo, Forum (các diễn đàn)...

## 3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP DUY TRÌ, PHÁT TRIỂN VÀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ TRUYỀN THÔNG CỦA CÁC TRANG MẠNG XÃ HỘI NHẪM THÚC ĐẨY PHÁT TRIỂN DU LỊCH HUYỆN LÂM BÌNH

### 3.1. Thành lập bộ phận chuyên trách có kiến thức, kỹ năng, thành thạo về MXH và Internet marketing để xây dựng và quản trị các trang mạng xã hội về du lịch Lâm Bình

Bộ phận chuyên trách gồm những người có kiến thức sâu về văn hóa - du lịch, giỏi ngoại ngữ và có khả năng viết nội dung (content) chuẩn SEO, thành thạo về MXH và Internet marketing để xây dựng, phát triển nội dung, hình thức các trang mạng; quản trị hoạt động truyền thông của các trang mạng.

Khi xây dựng, phát triển, quản trị các trang MXH về du lịch Lâm Bình cần chú ý đến các yếu tố sau:

- Xây dựng các trang Page là địa chỉ chính thống về du lịch Lâm Bình.
- Định hướng phát triển nội dung trang mạng một cách bài bản, lâu dài, quan tâm đến những nội dung có khả năng tạo sức thu hút và lưu giữ cộng đồng mạng. Bài viết được cập nhật liên tục (Có kế hoạch cụ thể về thời lượng cập nhật bài viết); thông tin phải chính xác, đầy đủ, chọn lọc và xâu chuỗi liền mạch, hữu ích đối với du khách. Luôn có những bài viết về đặc trưng văn hóa khác biệt vùng miền của Lâm Bình để tiện lợi cho việc tìm hiểu của du khách.
- Nội dung được thể hiện dưới hình thức song ngữ Việt - Anh.
- Trong công tác quản trị, cần khai thác tối đa những tính năng từ MXH đối với các hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch.
- Liên kết truyền thông MXH giữa các doanh nghiệp và các tổ chức xúc tiến du lịch thường xuyên; Liên kết giữa website về du lịch với các trang MXH của doanh nghiệp và người sử dụng MXH; Kiểm tra các thông tin, hình ảnh, video không chính xác để xử lý kịp thời tránh gây những hiểu lầm không đáng có và để page hoạt động hiệu quả, toàn diện.

## 3.2. Giải pháp về truyền thông, tiếp cận công chúng

### 3.2.1. Quảng cáo Facebook

Với những ưu điểm vượt trội trong quảng bá hình ảnh, thương hiệu, sản phẩm tới người dùng MXH, quảng cáo trên Facebook là một trong những cách thức truyền thông hiệu quả trong kỷ nguyên 4.0 hiện nay. So với kinh phí cho những hoạt động truyền thông đã được huyện Lâm Bình sử dụng như phí duy trì website, phí in ấn và xuất bản các loại hình truyền thông truyền thống như tờ rơi, catalog, đĩa hình... thì phương thức quảng cáo trên Facebook có kinh phí hợp lý, đem lại hiệu quả truyền thông khá cao. Ngoài ra, hiệu quả truyền thông của quảng cáo Facebook còn ở độ phủ nhanh, rộng, không có giới hạn vị trí địa lý, vùng lãnh thổ.

### 3.2.2. Tổ chức các sự kiện online

Để người dùng tham gia như cuộc thi chia sẻ ảnh, cuộc thi ảnh đẹp, cuộc thi viết review về các sản phẩm du lịch Lâm Bình,... nhằm quảng bá rộng rãi những tiềm năng du lịch của Lâm Bình đến với du khách.

### 3.2.3. Cử cán bộ chuyên trách

Cử cán bộ chuyên trách đăng ký thành viên và tham gia viết bài giới thiệu, quảng bá tại các forum về du lịch trong và ngoài nước

Sự ra đời của các trang MXH đã phần nào làm giảm đi vị thế của các diễn đàn trực tuyến, tuy nhiên sức ảnh hưởng của những diễn đàn về du lịch trong cộng đồng mạng nói chung và cộng đồng mạng du lịch nói riêng vẫn còn rất lớn. Các diễn đàn quốc tế lớn về du lịch như: *TripAdvisor - Travel Forum*<sup>39</sup>, *Lonely Planet Community*<sup>40</sup>, *Couchsurfing - Meet and Stay with Locals All Over the World*<sup>41</sup>... trung bình có tới gần 5 tỷ lượt truy cập mỗi năm. Một số diễn đàn về du lịch có hàng triệu thành viên trong nước như *Diễn Đàn Du Lịch*, *Đi đâu*, *Phuot.vn - Nơi Phượt bắt đầu*... là nơi quy tụ của những thành viên đam mê, khám phá du lịch, những nhà du lịch học thực sự, trong đó có không ít người là những cây viết nổi tiếng thế giới về văn hóa, du lịch, tôn giáo, lễ hội, nghệ thuật... Ngoài ra, các diễn đàn này còn chính là những kho tư liệu khổng lồ về văn hóa, du lịch trên khắp thế giới. Việc cử những cán bộ chuyên trách đăng ký trở thành thành viên của diễn đàn để đưa thông tin, giới thiệu và quảng bá về du lịch Lâm Bình ra với du khách trong nước, quốc tế là cách thức truyền thông hiệu quả, vượt qua phạm vi về không gian, lãnh thổ và ngôn ngữ, không chỉ kết nối với khách hàng tiềm năng mà còn có thể mở ra những những cách thức liên kết kinh doanh du lịch với các công ty du lịch lớn và uy tín trên thế giới.

### 3.2.4. Thông qua những người nổi tiếng tạo ảnh hưởng đến cộng đồng

Theo báo cáo xu hướng The Influencer Effect Q2 2017, khoảng 47% người từ độ tuổi 13-34 sẽ mua những sản phẩm mà người nổi tiếng giới thiệu và đánh giá tốt. Những người có ảnh hưởng (influencers) sẽ xây dựng niềm tin với người tiêu dùng bằng những trải nghiệm chân thực của mình. Trải nghiệm của họ được truyền tải qua các phương tiện truyền thông, trong đó có mạng xã hội.

Trong ngành Du lịch cũng vậy, không chỉ đánh giá về sản phẩm, dịch vụ du lịch, người có ảnh hưởng còn chia sẻ những trải nghiệm thú vị về chuyến đi, những câu chuyện về cảnh đẹp và

<sup>39</sup> [www.tripadvisor.com/ForumHome](http://www.tripadvisor.com/ForumHome)

<sup>40</sup> [www.lonelyplanet.com/thorntree/forums](http://www.lonelyplanet.com/thorntree/forums)

<sup>41</sup> [www.couchsurfing.com](http://www.couchsurfing.com)

cuộc sống của người dân bản địa, cũng như những kinh nghiệm hay giúp bạn đọc chuẩn bị cho chuyến đi sắp tới một cách trọn vẹn nhất. Người theo dõi sẽ được tiếp nhận các nguồn thông tin hữu ích, đáng tin cậy từ những người nổi tiếng đó. Một ví dụ có thể áp dụng đối với du lịch Lâm Bình có thể kể đến đó là mời cầu thủ Lương Xuân Trường, Nguyễn Thành Chung - những cầu thủ sinh ra và lớn lên ở mảnh đất xứ Tuyên, rất được nhiều người hâm mộ Việt Nam, Hàn Quốc và Thái Lan yêu mến đến Lâm Bình để trải nghiệm, quảng bá, giới thiệu về du lịch Lâm Bình.

### 3.2.5. Tổ chức cho các đoàn báo chí, blogger du lịch nổi tiếng trong nước và thế giới đến trực tiếp trải nghiệm và viết bài giới thiệu du lịch Lâm Bình (presstrip)

Đây là cách quảng cáo đã được nhiều tổ chức kinh doanh du lịch trên thế giới áp dụng và đã được thừa nhận về tính hiệu quả cao so với nhiều cách quảng cáo khác. Thực tế, nhận thấy hiệu quả của cách thức này, tại Việt Nam, thời gian qua các công ty lữ hành hoặc các địa phương đã mời một số đoàn presstrip hoặc famtrip (đại diện các hãng lữ hành kết hợp với đại diện một số hãng thông tấn, báo chí) đến khảo sát tiềm năng du lịch tại địa phương hoặc quảng bá cho sản phẩm mới cho công ty.

### 3.2.6. Đặt các dịch vụ và thanh toán trực tuyến

Hiện nay xu hướng du lịch là du lịch tự do, nơi mà du khách ít khi sử dụng các tour mà thay vào đó là tự thiết kế tour cho riêng mình với các sản phẩm riêng lẻ. Nắm bắt xu hướng này, các doanh nghiệp lữ hành cần nhanh chóng đưa ra các hình thức kinh doanh phù hợp, hay sản phẩm, dịch vụ phù hợp để khách hàng lựa chọn. Thanh toán trực tuyến thông qua uy tín của các trang MXH là điều kiện bắt buộc, giúp đơn giản hóa quá trình lựa chọn mua dịch vụ.

## KẾT LUẬN

Để từng bước đưa du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế quan trọng, tỉnh Tuyên Quang và huyện Lâm Bình đã thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp thúc đẩy phát triển du lịch, trong đó, có tăng cường, đổi mới hoạt động quảng bá du lịch. Việc sử dụng phối kết hợp các loại hình truyền thông là một trong những giải pháp mà những người làm du lịch ở Lâm Bình thực hiện và có được những hiệu quả nhất định. Lướt khách du lịch đến Lâm Bình năm sau tăng hơn năm trước. Có được hiệu quả đáng ghi nhận này, không thể phủ nhận sự đóng góp của truyền thông, quảng bá du lịch qua các kênh mạng xã hội như Facebook, Youtube... Tuy nhiên, bên cạnh những mặt đã làm được, việc truyền thông, quảng bá về du lịch huyện Lâm Bình bằng các trang MXH cũng còn có những tồn tại, hạn chế.

Từ kết quả nghiên cứu về thực trạng truyền thông, quảng bá tiềm năng du lịch Tuyên Quang, trong đó có huyện Lâm Bình bằng phương tiện MXH, đánh giá hiệu quả của công tác truyền thông về du lịch Lâm Bình qua các kênh MXH, chỉ ra những tồn tại, hạn chế, chúng tôi đề xuất một số giải pháp duy trì, phát triển và nâng cao hiệu quả truyền thông của các trang MXH nhằm thúc đẩy phát triển du lịch huyện Lâm Bình - một trong những điểm du lịch nhiều tiềm năng và thế mạnh.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

### \*Tài liệu trong nước

[1] Chí Cường, du lịch Lâm Bình - tiềm năng và định hướng phát triển, Nguồn: <http://lambinh.tuyenquang.gov.vn/tin-tuc-su-kien/du-lich-the-thao/du-lich-lam-binh-tiem-nang-va-dinh-huong-phat-trien-808.html>, cập nhật: ngày 01/10/2018.

[2] Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang, Nghị quyết Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang lần thứ XVI, nhiệm kỳ 2015-2020.

[3] Media Z (2019), *Social Media - Bí quyết bứt phá tăng trưởng trên mạng xã hội*, Nhà xuất bản Thế Giới.

[4] Media Z (2019), *Facebook Marketing từ A - Z*, Nhà xuất bản Thế Giới

[5] Huỳnh Khánh Mỹ, Cách tiếp cận người tiêu dùng trên diện rộng của các doanh nghiệp du lịch thông qua Facebook, Nguồn: <http://digimarkvn.com/cach-tiep-can-nguoi-tieu-dung-tren-dien-rong-cua-cac-doanh-nghiep-du-lich-thong-qua-facebook>, cập nhật: ngày 01/10/2018.

[6] Đỗ Chí Nghĩa (Chủ biên, 2014), *Đình Thị Thu Hằng*, Báo chí và mạng xã hội, NXB Lý luận Chính trị.

[7] Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2018), Luật Du lịch (Có hiệu lực thi hành từ ngày 01/01/2018), NXB Lao động.

[8] Quang Sơn, Họp bàn ứng dụng giải pháp du lịch thông minh tỉnh Tuyên Quang, nguồn: [http://www.tuyenquang.gov.vn/n25747\\_hop-ban-ung-dung-giai-phap-du-lich-thong-minh-tinh-tuyen-quang](http://www.tuyenquang.gov.vn/n25747_hop-ban-ung-dung-giai-phap-du-lich-thong-minh-tinh-tuyen-quang), cập nhật: ngày 01/10/2018.

#### \* Tài liệu nước ngoài

[1] Benjaporn Damapong and Pannee Suanpang, 2012, Strategic use of social networking for the tourism industry: A case study of Thailand, Thái Lan.

[2] Coltman MM (1989). *Tourism Marketing*, New York: Van Nostrand Reinhold.

[3] Kotler Philip, 2016, *Marketing Management*, Pearson Education, New Delhi,.

[4] Benjaporn Damapong and Pannee Suanpang, 2012, Strategic use of social networking for the tourism industry: A case study of Thailand, Thái Lan.

[5] World Economic Forum, 2015, *Travel & Tourism Competitiveness Report 2015*.

## COMMUNICATION ABOUT LAM BINH TOURISM BY SOCIAL NETWORKS, SITUATION AND SOLUTION

Vu Quynh Loan

Tan Trao University

Le Hong Mai

Vietnam Education Publishing House

### Abstract

This paper focuses on current situation, assessing the effectiveness of the communication and promotion of tourism in Lam Binh district by social media channels in recent years. Hence, we have proposed some solutions to maintain, develop and improve the communicative efficiency of social networking sites in order to promote tourism development in Lam Binh district, Tuyen Quang province.

### Keywords

Tourism, Lam Binh, communication, social network, situation, solution

## XÂY DỰNG THÍ ĐIỂM HAI TRANG MẠNG XÃ HỘI NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ TRUYỀN THÔNG VỀ DU LỊCH LÂM BÌNH

**Đinh Quang Mạnh**

*Trường Đại học Tân Trào*

### Tóm tắt

Trong bài viết này, người viết xây dựng thí điểm hai trang mạng xã hội Fanpage du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Binh tourism và kênh Youtube du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Binh tourism với mục đích khắc phục những mặt hạn chế, tồn tại của những trang mạng xã hội (MXH) Facebook và YouTube truyền thông, quảng bá về du lịch Lâm Bình. Kết quả của nghiên cứu này đồng thời chính là một giải pháp cụ thể nâng cao hơn nữa hiệu quả truyền thông về du lịch bằng phương tiện MXH đối với huyện Lâm Bình nói riêng, tỉnh Tuyên Quang nói chung.

### Từ khóa

Du lịch Lâm Bình, Lam Binh tourism, truyền thông, mạng xã hội.

### ĐẶT VẤN ĐỀ

Lâm Bình là một huyện miền núi phía Bắc của tỉnh Tuyên Quang với nhiều tiềm năng du lịch. Trong những năm gần đây, Lâm Bình có nhiều hình thức khác nhau để truyền thông, quảng bá, phát triển du lịch và đã có những hiệu quả nhất định, trong đó có vai trò không nhỏ của các MXH. Tuy nhiên, bên cạnh những mặt đã thực hiện tốt, việc truyền thông, quảng bá về du lịch huyện Lâm Bình bằng các trang MXH cũng còn có những hạn chế nhất định. Để nâng cao hơn nữa hiệu quả của các trang MXH trong việc truyền thông về du lịch đối với huyện Lâm Bình người viết đã xây dựng và thực hiện thí điểm hai trang MXH: Fanpage Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Binh tourism<sup>42</sup> và kênh Youtube Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Binh tourism<sup>43</sup>. Hai trang mạng MXH này đảm bảo được những yêu cầu quan trọng, cần thiết để khắc phục những hạn chế mà những trang MXH về du lịch Lâm Bình trước đây gặp phải.

### 1. XÂY DỰNG, THÍ ĐIỂM CÁC TRANG MẠNG XÃ HỘI CÓ TIỀM NĂNG PHỔ RỘNG TIẾP CẬN CÔNG CHÚNG

Trang MXH được xây dựng thí điểm sử dụng các kỹ năng khai thác và tối ưu hóa các tính năng, thuật toán được thiết lập trên nền tảng tự động của các trang MXH nhằm khắc phục những mặt hạn chế, tồn tại của những trang MXH Facebook và YouTube về du lịch Lâm Bình đã và đang tồn tại như: chưa khai thác tối đa những tính năng từ MXH đối với các hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch; thiếu định hướng phát triển nội dung một cách bài bản, lâu dài; chưa quan tâm đến những nội dung có khả năng tạo sức thu hút và lưu giữ cộng đồng mạng quan tâm đến trang mạng truyền thông du lịch; sự liên kết truyền thông MXH giữa các doanh nghiệp và các tổ chức xúc tiến du lịch chưa thường xuyên; thiếu sự liên kết giữa website về du lịch với các trang MXH của doanh nghiệp và người sử dụng MXH; tính quốc tế của các trang MXH chưa cao. Những tồn

<sup>42</sup> <https://www.facebook.com/Lambinhtourism/>

<sup>43</sup> <https://www.youtube.com/channel/UCBP72tjWROs224qxCFvP-Q>

tại nêu trên thực chất là hệ quả của việc chưa thực hiện đầy đủ các yếu tố cơ bản trong xây dựng, quản lý và vận hành các trang MXH, tập trung ở 4 yếu tố: tên trang, nội dung, hình thức thẩm mỹ và công tác quản trị.

### 1.1. Fanpage “Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Binh tourism”

Fanpage Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang – Lam Binh tourism được khởi tạo ngày 05/10/2018 nhưng chính thức vận hành và đi vào hoạt động vào ngày 05/3/2019. Để đạt được hiệu quả cao nhất về mặt truyền thông, quảng bá, có tiềm năng phổ rộng tiếp cận đến công chúng, Fanpage được xây dựng đáp ứng đầy đủ bốn yếu tố: tên trang, nội dung, thẩm mỹ và công tác quản trị.

#### a. Tên trang

Fanpage du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang – Lam Binh tourism đã đáp ứng được các tiêu chí về lựa chọn tên hiệu quả như: thể hiện rõ ngành nghề, lĩnh vực hoạt động; có yếu tố phân biệt; chứa từ khóa có lượng tìm kiếm cao. Việc đặt tiêu đề song ngữ Việt - Anh, một ngôn ngữ phổ biến trên thế giới sẽ làm tăng sự tiếp cận đối với du khách nước ngoài.

Người viết đã tiến hành thử nghiệm trên công cụ tìm kiếm Google, Facebook với các từ khóa liên quan đến du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang – Lam Binh tourism như: “du lịch Lâm Bình”, “du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang”, “Lam Binh tourism”, kết quả như sau:

- Trên công cụ tìm kiếm Google

+ Đối với 2 từ khóa “du lịch Lâm Bình”, “du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang” không đạt được hiệu quả tìm kiếm bởi đó là 2 cụm từ khóa đã được sử dụng phổ biến trên các phương tiện truyền thông internet.

+ Từ khóa “Lam Binh tourism” đã cho ra kết quả rất tốt: Trang đã lên top đầu tiên của công cụ tìm kiếm Google.

- Trên công cụ tìm kiếm của Facebook

Các cụm từ khóa “du lịch Lâm Bình”, “du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang”, “Lam Binh tourism” lần lượt đều cho ra kết quả tìm kiếm là trang Fanpage Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Binh tourism người viết lập ra đều xuất hiện ở top đầu tiên.

Thông qua công cụ tìm kiếm Google và công cụ tìm kiếm trên Facebook, có thể thấy rằng việc sử dụng tên trang “du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Binh tourism” là sự lựa chọn đúng đắn. Sự lựa chọn này tạo ra hiệu quả tìm kiếm tốt đối với du khách trong nước và quốc tế.

#### b. Nội dung

\* Thông tin, chủ đề các bài viết

Các bài viết trên trang đã cập nhật thông tin đầy đủ, chính xác, chi tiết về du lịch Lâm Bình theo những chủ đề sau:

- Giới thiệu tổng quan chung về du lịch Lâm Bình với các bài viết: Vùng đất huyền thoại và không gian đậm chất cổ thi, ngày đăng 19/4/2019; Không chỉ là điểm "sống ảo" lung linh, giới trẻ được sống thật rực rỡ tại Lâm Bình, ngày đăng 18/4/2019; Mùa hè đáng nhớ dành cho cả gia đình, ngày đăng 17/4/2019; Lễ này bạn đi đâu? ngày đăng 13/4/2019; Bước chân ngược miền cổ tích, ngày đăng 05/4/2019; Ảnh Phong cảnh Lâm Bình, ngày đăng 05/3/2019...

- Giới thiệu về lòng hồ sinh thái Na Hang - Lâm Bình với đặc điểm thời tiết mát lành có các bài viết: Rủ nhau đi trốn nắng hè, đăng ngày 12/6/2019; Hồ thủy điện Tuyên Quang: Điểm đến trữ tình, đăng tải ngày 25/4/2019; Chờ đợi một bộ phim bom tấn ở Cọc Vài - Lâm Bình, ngày đăng 09/4/2019; Lạc giữa thiên đường trên sóng nước, ngày đăng 04/4/2019...

- Giới thiệu về cảnh đẹp nổi tiếng của Lâm Bình có các bài: Xa xa là Pắc Tạ, Gần bên anh là em, ngày đăng 26/5/2019; Du lịch kết hợp chụp ảnh cưới, đăng ngày 21/5/2019; Chào ngày mới với một video tuyệt đẹp về Na Hang, Lâm Bình, đăng ngày 19/5/2019; Khám phá hang Khuổi Pín, Lâm Bình, đăng ngày 14/5/2019; Thác Mơ hùng vĩ tuổi hồng, ngày đăng 05/4/2019...

- Giới thiệu về thổ cẩm, trang phục và cách thức dệt, tạo hoa văn thổ cẩm của của bà con dân tộc Tày, Pà Thẻn nơi đây với các bài viết: Dệt nên miền cổ tích, đăng ngày 10/6/2019; Yêu những sắc màu Lâm Bình, đăng ngày 07/6/2019...

- Giới thiệu về nghệ thuật ẩm thực, âm nhạc truyền thống của bà con dân tộc thiểu số với các bài: Trở về đại ngàn với Then, đăng ngày 08/6/2019; Những món ăn độc đáo ở Lâm Bình, đăng ngày 08/5/2019; Độc đáo bánh trứng kiến của người Tày, đăng tải 26/4/2019...

- Giới thiệu về mảnh đất, con người, tập quán sinh hoạt của bà con dân tộc thiểu số có các bài: Hè rồi, đến Bản Bon, Lâm Bình tắm suối, mò cua, bắt cá... thôi, đăng ngày 05/6/2019; Rộn ràng mùa vàng, đăng ngày 25/5/2019; Cạn nước - bánh xe của thời gian, đăng ngày 10/5/2109; Độc đáo làng chài vùng rừng núi, đăng ngày 22/4/2019; Vẻ đẹp của người Pà Thẻn ở Lâm Bình, đăng ngày 22/4/2019; Thiếu nữ Tày ở Lâm Bình, đăng ngày 05/3/2019...

- Giới thiệu về những hoạt động du lịch trải nghiệm thú vị có các bài: Đánh bắt cá vó đèn trên lòng hồ Na Hang, đăng ngày 02/6/2019; Ai cá đi!!! đăng ngày 23/5/2019; Những kiểu du lịch thú vị nên trải nghiệm ít nhất một lần trong đời, đăng ngày 09/5/2019...

- Giới thiệu về các homestay và các dịch vụ tại Lâm Bình có các bài: Các homestay tại Lâm Bình, đăng ngày 31/5/2019; Những homestay đáng để đến tại Lâm Bình, đăng ngày 17/5/2019...

- Giới thiệu về các hoạt động lễ hội, vui chơi giải trí của bà con dân tộc thiểu số có các bài: Đánh yến - thương nhau thì về với nhau, đăng ngày 29/5/2019; Các trò chơi khi đi du lịch Lâm Bình, đăng ngày 02/5/2019; Lễ hội Lồng tồng Lâm Bình, đăng ngày 11/4/2019...

- Giới thiệu về đặc điểm thời tiết Lâm Bình có bài: Mùa nào đến Lâm Bình cũng phù hợp, đặc biệt là mùa hè, đăng ngày 13/5/2019.

- Giới thiệu cách để du khách đi từ Hà Nội lên Lâm Bình, từ Tuyên Quang lên Lâm Bình có bài: Đường đi đến Lâm Bình - Tuyên Quang, ngày đăng 23/4/2019.

- Giới thiệu về những hoạt động xúc tiến, nâng cao chất lượng các dịch vụ du lịch Lâm Bình có bài: Học nấu ăn để chiêu lòng du khách, ngày đăng 24/5/2019.

Ngoài ra, để tăng thêm sự phong phú và tạo sự hấp dẫn cho Fanpage, quản trị viên đã đưa vào một số bài viết là những sự kiện thời sự được quan tâm, chú ý như: Theo chân đội tuyển bóng đá Việt Nam tham gia King's cup tại Thái Lan; những bộ phim hot với nội dung vui vẻ, hóm hỉnh; chia sẻ kinh nghiệm du lịch phù hợp với trào lưu của giới trẻ như: Tặng người Thái nôi lẩu siêu cay khổng lồ, đăng ngày 06/6/2019; Chúc cả nhà bữa trưa vui vẻ, Bí kíp bỏ túi để có ảnh đẹp khi đi du lịch, đăng ngày 15/5/2019).



Với số lượng 74 bài viết cùng các chủ đề phong phú, có thể nói, trang du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Binh tourism đã cung cấp một lượng thông tin đầy đủ, chính xác về du lịch Lâm Bình: du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, du lịch trải nghiệm, du lịch văn hóa. Về đẹp thiên nhiên, con người cùng các giá trị văn hóa truyền thống bản địa được bà con nơi đây gìn giữ và trao truyền qua các thế hệ như tiếng nói, trang phục, tín ngưỡng dân gian, các làn điệu dân ca, dân vũ, trò chơi dân gian, văn hóa ẩm thực, kiến trúc nhà ở, các lễ hội truyền thống, tập quán sinh hoạt... được hiện lên qua những hình ảnh, trang viết. Thông tin được chọn lọc, xâu chuỗi liền mạch từ thông tin về thời tiết, địa điểm, giao thông, cơ sở lưu trú, ẩm thực, để khách có sự chuẩn bị và lựa chọn hợp lý nhất cho những chuyến đi của mình.

#### \* Cách viết

Với mục tiêu hướng tới những đối tượng du khách đam mê du lịch, những người đang tìm kiếm thông tin du lịch và gợi ý về một điểm đến du lịch đối với một người dùng MXH bất kỳ... Và trong bối cảnh xã hội hiện đại, lượng thông tin cần được tinh lọc một cách ngắn gọn, cô đọng nhưng đầy đủ để trong một khoảng thời gian ngắn nhất, người dùng MXH có thể tiếp cận và hiểu ngay thông điệp mà bài viết gửi đến, các bài viết trên Fanpage hầu hết có nội dung không dài và thường bắt đầu bằng những cụm từ có khả năng tạo ấn tượng, khơi gợi cảm xúc tích cực một cách nhanh nhất, thông tin khái quát nhất đến với du khách, có thể kể đến như: Lạc vào cõi mộng (Lòng hồ Na Hang - Lâm Bình, Tuyên Quang) - Lost in dreamland (Na Hang - Lam Binh ecological lake, Tuyen Quang, Vietnam); Rủ nhau đi trốn nắng hè - escape summer sunshine; Dệt nên miền cổ tích - Weaving the fairy land; Trở về đại ngàn với Then - Return to the big mountain with Then music; Yêu những sắc màu Lâm Bình - Love the cultural colors of Lam Binh; Hồ thủy điện Tuyên Quang: Điểm đến trữ tình - Tuyen Quang hydropower reservoir: Land romantic.

Một số bài viết được thể hiện dưới hình thức kể một câu chuyện để tăng hiệu ứng, khơi dậy cảm xúc của người xem: Vùng đất đậm màu cổ tích - Lâm Bình hiện lên qua: Đánh yến - thương nhau thì về với nhau. Câu chuyện bắt đầu bằng: “trương truyền rằng đánh yến có nguồn gốc từ câu chuyện về một chàng trai ở “Mường Trời”...”.

Ngoài ra, một số bài viết có sử dụng các dữ liệu từ những nghiên cứu thực tế về lịch sử, văn hóa tộc người, như: Về đẹp của người Pà Thẻn ở Lâm Bình - Pathen peoples in Lam Binh; Vùng đất huyền thoại và không gian đượm chất cổ thi - The regional land area and beautiful space. Cách thức này đưa đến cho du khách một cảm nhận tin cậy về một page có tiếng nói và những hiểu biết sâu sắc về con người, giá trị văn hóa truyền thống nơi đây.

#### \* Ngôn ngữ

Với mục đích thông tin, quảng bá không chỉ đến với du khách trong nước, du khách trên khắp thế giới cũng chính là đối tượng tiềm năng để page hướng tới. Trang Fanpage Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Binh tourism sử dụng song ngữ Anh - Việt cho những bài viết của mình, đây chính là điểm khác biệt và là yếu tố quan trọng mở ra hướng mới trong việc tiếp cận những du khách quốc tế đến với Lâm Bình.

#### c. Hình thức, thẩm mỹ

Fanpage Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Binh tourism sử dụng hình ảnh, video chất lượng cao, đảm bảo tính mỹ thuật, đồng thời truyền tải được hình ảnh về một Lâm Bình hùng vĩ, đượm chất huyền thoại và phong phú sắc màu văn hóa của những người dân bản địa sống quần cư nơi đây.

Những bài viết giới thiệu tổng quan chung về du lịch Lâm Bình được sử dụng hình ảnh, video với nhiều góc quay từ đại cảnh, trung cảnh, cận cảnh. Nhịp độ nhanh mạnh, xen lẫn với những đoạn slowmotion (quay chậm), trên nền những bản nhạc mang âm hưởng truyền thống bản địa (theo xu hướng dựng phim hiện đại trên nền chất liệu truyền thống), tạo nên ấn tượng cho người xem.

Những bài viết có nội dung giới thiệu về lòng hồ sinh thái Na Hang - Lâm Bình, cảnh đẹp nổi tiếng của Lâm Bình sử dụng hình ảnh, video chủ yếu được quay chụp ở những góc cao rộng, đại cảnh, sử dụng phương tiện thiết bị quay chụp hiện đại như flycam đã làm cho cộng đồng MXH bất ngờ về sự hùng vĩ, đẹp nên thơ của vùng đất được ví như “Hạ Long giữa đại ngàn”, “Nàng tiên xanh giữa đại ngàn”...

Các bài viết về mảnh đất, con người, tập quán sinh hoạt của bà con dân tộc thiểu số sử dụng nhiều những bức ảnh đẹp với những gam màu rực rỡ, tính đặc tả cao.

#### *d. Quản trị Fanpage*

Xây dựng những bài viết nội dung thỏa mãn nhu cầu tìm kiếm của người dùng (chuẩn SEO - Search Engine Optimization) để bài viết lên top trên bảng kết quả tìm kiếm. Đồng thời có thể kéo lượng lớn lượt truy cập từ bộ máy công cụ tìm kiếm. Bước đầu tiên trong việc thực hiện viết bài chuẩn SEO đó chính tạo cụm từ khóa bởi phần lớn người dùng thường tìm kiếm những từ khóa cụ thể về nhu cầu của họ trên internet. Fanpage Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Bình tourism sử dụng những cụm từ khóa “du lịch Lâm Bình”, “du lịch Tuyên Quang”, “lòng hồ thủy điện Na Hang”, “hồ sinh thái Na Hang”, “Lễ hội Lồng tồng” do phạm vi khoanh vùng cụ thể nên có được vị trí khá tốt trong kết quả tìm kiếm của các công cụ tìm kiếm Google, và của Facebook. Ngoài ra, Fanpage nhắm đến đối tượng người dùng quan tâm đến du lịch sinh thái, du lịch trải nghiệm, du lịch văn hóa, du lịch miền núi, du lịch Lâm Bình, du lịch Tuyên Quang... Vì vậy, cụm từ khóa “du lịch sinh thái”, “du lịch trải nghiệm”, “du lịch văn hóa”, “du lịch miền núi”... được trang ưu tiên lựa chọn. Tuy nhiên, thực tế là những cụm từ khóa kể trên đã được sử dụng phổ biến trên các công cụ tìm kiếm Google và Facebook, nên cho đến thời điểm hiện tại, các cụm từ khóa đó chưa thực sự phát huy hiệu quả tìm kiếm đối với trang Fanpage Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Bình tourism bởi trang có thời gian hoạt động chưa đủ dài và lượng bài chưa nhiều. Ngoài ra, cũng phải kể đến yếu tố du lịch Lâm Bình chưa phải là địa danh du lịch nổi tiếng như Hạ Long, Sa Pa, Tam Đảo... nên việc sử dụng những từ khóa nói trên chưa phát huy tác dụng cũng là điều “thiệt thòi” trong công cụ tìm kiếm đối với du lịch Lâm Bình. Để cụm từ khóa đó phát huy tác dụng Fanpage cần tiếp tục được chăm sóc và duy trì sao cho lượng bài, lượt tương tác tăng lên và thời gian đủ để các thuật toán của những công cụ tìm kiếm trên nhận diện hoặc phải chạy quảng cáo, và địa danh du lịch Lâm Bình cần có một vị trí quan trọng hơn trong bản đồ du lịch Việt Nam. Với mục tiêu tăng tính phổ rộng cho du lịch Lâm Bình, người viết tiếp tục sử dụng các cụm từ khóa mới giúp thu hút người dùng. Các cụm từ khóa được bổ sung đảm bảo hai tiêu chí: 1- Phù hợp với tài nguyên du lịch Lâm Bình; 2- Phổ biến theo nhu cầu tìm kiếm của khách du lịch. Ví dụ: homestay miền núi, lòng hồ, thác nước, nghỉ mát, hồ trên núi, nhà sàn, đua thuyền kayak, hồ sinh thái...

#### *\* Tạo quảng cáo*

Để thúc đẩy trang phát triển, tăng lượt like Fanpage nhằm tăng độ phổ rộng của thông tin, Fanpage đã tiến hành các chiến dịch quảng cáo. Một số hình thức quảng cáo trên Facebook mà đơn vị, tổ chức, doanh nghiệp thường áp dụng đó là quảng cáo tăng like cho Fanpage (Page Likes), quảng cáo cho bài viết (Page Post Engagement), quảng cáo thu hút truy cập đến website

(Clicks to Website) và quảng cáo video (Video Views). Tác giả đã sử dụng 02 chiến dịch quảng cáo cho bài viết, mỗi chiến dịch 7 ngày:

Chiến dịch 1: từ ngày 31/5/2019 đến ngày 07/6/2019, ngân sách 138.694 VNĐ; Kết quả: Lượt thích Trang 170; Số người đã tiếp cận bài viết 3.993.

Chiến dịch 2: từ ngày 11/6/2019 đến ngày 18/6/2019; ngân sách 627.760 VNĐ; Kết quả: Lượt thích Trang 613; Số người đã tiếp cận bài viết 16.113.

Đối tượng hướng tới của cả 2 chiến dịch: người dùng từ 18 đến 44 tuổi; vị trí quảng cáo hướng tới là tỉnh Tuyên Quang và TP. Hà Nội.

Sau khi sử dụng tính năng quảng cáo cho bài viết trên Fanpage với 2 chiến dịch, tổng số người đã tiếp cận bài viết tính tại thời điểm thống kê (14/6/2019) là 20.052/29.215 (chiếm 68,6%); tổng số lượt người like Fanpage tăng lên trong thời gian các chiến dịch quảng cáo chạy quảng cáo là: 783 lượt/1970 lượt (chiếm 39,7%). Như vậy sau 2 chiến dịch quảng cáo với tổng số 21 ngày, lượt tiếp cận trả phí bài viết tăng với con số ấn tượng và chiếm đến 68,6% tổng tiếp cận bài viết (Tổng lượt tiếp cận = lượt tiếp cận trả phí + lượt tiếp cận tự nhiên). Đây là những con số cho thấy tính năng quảng cáo trên Fanpage đóng vai trò quan trọng trong sự phổ rộng thông tin trang đến với người dùng. Để trang Fanpage Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Bình tourism phát triển và là công cụ hiệu quả trong truyền thông quảng bá du lịch Lâm Bình, ngoài việc sử dụng các tính năng quản trị Fanpage ra, kinh phí cho các chiến dịch quảng cáo trên Fanpage cũng là điều quan trọng và cần được đặt ra. Tuy nhiên, cũng phải nói thêm rằng so với kinh phí cho những hoạt động truyền thông đã được huyện Lâm Bình sử dụng như phí duy trì website, phí in ấn và xuất bản các loại hình truyền thông truyền thống như tờ rơi, catalog, đĩa hình,... thì phương thức quảng cáo trên Facebook có kinh phí hợp lý, đem lại hiệu quả truyền thông cao.

\* Liên kết với các kênh/website khác

Fanpage đã khai thác tính năng liên kết với kênh YouTube Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang – Lam Bình tourism và website Du lịch Lâm Bình<sup>44</sup>.

Sự liên kết đối với kênh YouTube Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Bình tourism được thiết lập bằng cách thức:

- Gắn đường link của kênh, của các video trên kênh YouTube Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Bình tourism vào nội dung các bài viết để người dùng Facebook có thể click chuột vào link của kênh, link đó sẽ đưa người dùng đến thẳng trang chủ của kênh YouTube Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Bình tourism. Tại đó, người dùng có thể xem và tiếp tục tương tác với các video trên kênh.

- Trong một số bài viết trên Fanpage và trên giao diện trang chủ của Fanpage Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang – Lam Bình tourism, mục Giới thiệu có đặt đường link website Du lịch Lâm Bình. Tại đây, người dùng có thể click chuột vào link của website, link đó sẽ đưa người dùng đến thẳng trang chủ website Du lịch Lâm Bình. Tại đó, người dùng có thể xem toàn bộ các nội dung thông tin trên website.

\* Về việc tương tác với cộng đồng mạng

<sup>44</sup> <http://dulichlambinh.gov.vn>

Về phương diện quản trị, việc theo dõi tương tác với người xem, với khách hàng có vai trò rất quan trọng. Admin phải theo dõi thường xuyên, trả lời kịp thời, thông tin chính xác, thỏa mãn nhu cầu của người quan tâm. Để đạt được hiệu quả tương tác, không chỉ theo dõi thường xuyên các bình luận, người quản trị Fanpage cần chuẩn bị sẵn một số nội dung cơ bản, ngắn gọn để trả lời kịp thời (tài nguyên, thông tin tour, tuyến...). Trang Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang – Lam Bình tourism đã thực hiện được điều này.

## 1.2. Kênh YouTube “Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Binh tourism”

Trong quá trình xây dựng, quản lý và vận hành kênh YouTube Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Binh tourism, bốn yếu tố: tên, nội dung, hình thức thẩm mỹ và công tác quản trị trong quá trình xây dựng, quản lý và vận hành kênh cũng được người viết áp dụng thực hiện tương tự như đối với trang Fanpage Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Binh tourism. Tuy nhiên, đối với YouTube, thế mạnh của nó nằm ở tính tối ưu hóa sự phát tán thông tin dạng video thì các yếu tố về quản trị kênh ngoài những điểm tương đồng so với Fanpage vẫn có những khác biệt.

### a. Tên Kênh YouTube

Kênh YouTube Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Binh tourism cũng được lựa chọn sử dụng vì đáp ứng đáp ứng được các tiêu chí về lựa chọn tên hiệu quả như đối với tên của trang Fanpage Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang – Lam Binh tourism.

### b. Nội dung

Triển khai thực hiện 9 video bao gồm 08 video giới thiệu về các điểm nổi bật và 01 video tổng thể về du lịch Lâm Bình:

- Lễ hội Lồng tồng Lâm Bình<sup>45</sup> (Long Tong - Festival of rice fields), xuất bản ngày 07/6 2019.
- Phụ nữ Lâm Bình đua tài dệt thổ cẩm<sup>46</sup> (Lam Binh women weave fabric with patterns), xuất bản ngày 07/6/ 2019.
- Lễ hội Nhảy lửa người Dao ở Lâm Bình<sup>47</sup> (Fire dance festival of Dao people in Lam Binh), xuất bản ngày 07/6/2019.
- Cảnh đẹp hồ thủy điện Na Hang - Lâm Bình, Tuyên Quang<sup>48</sup> (Great beauty of Na Hang - Lam Binh lake), xuất bản ngày 11/6/ 2019.
- Cảnh đẹp Lăng Can, Lâm Bình, Tuyên Quang<sup>49</sup> (Beautiful scenery of Lang Can commune, Lam Binh), xuất bản ngày 11/6/ 2019.
- Xuân Lập mùa vàng<sup>50</sup> (Golden rice season at Xuan Lap), xuất bản ngày 11/6/2019.
- Chèo thuyền Kayak ở Lâm Bình<sup>51</sup> (Kayak in Lam Binh), xuất bản 14/6/ 2019.
- Kỳ thú hang động Lâm Bình<sup>52</sup> (Great caves in Lam Binh), xuất bản 15/6/ 2019.

<sup>45</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=20qWTRNrssY&list=UUBP72tjjWROs224qxCFvP-Q&index=9>

<sup>46</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=YfXuJbtsTXU&list=UUBP72tjjWROs224qxCFvP-Q&index=8>

<sup>47</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=YO145\\_H7nok&list=UUBP72tjjWROs224qxCFvP-Q&index=7](https://www.youtube.com/watch?v=YO145_H7nok&list=UUBP72tjjWROs224qxCFvP-Q&index=7)

<sup>48</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=ulWxsj994qY>

<sup>49</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=P\\_1dgo1cK94](https://www.youtube.com/watch?v=P_1dgo1cK94)

<sup>50</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=-vElN4cePFk>

<sup>51</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=tq6Me83FuVQ>

<sup>52</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=8-VIXF7a\\_LY](https://www.youtube.com/watch?v=8-VIXF7a_LY)

- Lâm Bình - Lời gọi mời<sup>53</sup> (Lam Binh - Invitation) xuất bản ngày 19/6/2019.

Ngoài ra, các video được đăng tải, dẫn nguồn từ nhiều kênh video khác nhau đã cập nhật thông tin đầy đủ, chính xác, chi tiết về du lịch Lâm Bình theo những chủ đề sau:

- Giới thiệu tổng quan chung về du lịch Tuyên Quang trong đó có huyện Lâm Bình với các video: Khám phá Tuyên Quang - Discover Tuyen Quang, xuất bản ngày 29/5/2019; Khám phá du lịch Na Hang - Lâm Bình, Tuyên Quang - Discover Na Hang - Lam Binh, Tuyen Quang tourism, xuất bản ngày 29/5/2019; Vẻ đẹp tại khu du lịch sinh thái Na Hang - Lâm Bình, Tuyên Quang - Beauty at Na Hang - Lam Binh, Tuyen Quang eco-tourism area, xuất bản ngày 29/5/2019; Danh thắng cảnh Quốc gia Na Hang - Lâm Bình (Na Hang - Lam Binh National Scenic Area), xuất bản ngày 29/5/2019; Vẻ đẹp Lâm Bình - Bình minh nơi “bồng lai tiên cảnh” (Beauty of Lam Binh - sunrise in heaven), xuất bản 29/5/2019.

- Giới thiệu về lòng hồ sinh thái Na Hang – Lâm Bình, cảnh đẹp nổi tiếng của Lâm Bình với các video: Lạc giữa thiên đường trên sóng nước - Lost in paradise on water waves, xuất bản ngày 02/5/2019; Lòng hồ sinh thái Na Hang - Lâm Bình, Tuyên Quang (Na Hang - Lam Binh, Tuyen Quang ecological lake), xuất bản ngày 07/5/2019; Khám phá vẻ đẹp hồ sinh thái Na Hang - Lâm Bình (Discover the beauty of Na Hang - Lam Binh ecological lake), xuất bản 29/5/ 2019; Chiêm ngưỡng vẻ đẹp thác Khuổi Nhi, Na Hang - Lâm Bình (Admire the beauty of Khuoi Nhi waterfall, Na Hang - Lam Binh), xuất bản ngày 28/5/2019; Cảnh đẹp xã Lãng Can, Lâm Bình, Tuyên Quang (Beautiful scenery of Lang Can commune, Lam Binh, Tuyen Quang), xuất bản ngày 11/6/2019; Xuân Lập mùa vàng - Golden rice season at Xuan Lap, xuất bản ngày 11/6/2019; Kỳ thú hang động Lâm Bình (Interesting cave of Lam Binh), xuất bản ngày 15/6/2019.

- Giới thiệu về thổ cẩm, trang phục và cách thức dệt, tạo hoa văn thổ cẩm của bà con dân tộc Tày, Pà then nơi đây với các video: Phụ nữ Lâm Bình đua tài dệt thổ cẩm (Lam Binh women weave fabric with patterns), xuất bản ngày 07/ 6/2019.

- Giới thiệu về nghệ thuật âm nhạc truyền thống, của bà con dân tộc thiểu số với các bài: Trở về đại ngàn với Then (Return to the big mountain with Then), xuất bản ngày 25/5/2019.

- Giới thiệu về mảnh đất, con người, tập quán sinh hoạt của bà con dân tộc thiểu số với các bài: Cọn nước - bánh xe của thời gian (Water wheels - wheel of time), xuất bản ngày 07/5/2019; Khám phá Bản Bon, Phúc Yên, Lâm Bình (Visit Bon village, Phuc Yen, Lam Binh), xuất bản ngày 29/5/2019.

- Giới thiệu về những hoạt động du lịch trải nghiệm thú vị với các bài: Đánh bắt cá vó đèn trên lòng hồ Na Hang, xuất bản ngày 29/5/2019; Lâm Bình bùng hot vì du lịch homestay, xuất bản ngày 29/5/2019.

#### \* Ngôn ngữ

Kênh Youtube Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Binh tourism sử dụng song ngữ Anh - Việt. Như đã nói, đây chính là điểm khác biệt so với các trang mạng khác về du lịch Lâm Bình.

#### c. Hình thức, thẩm mỹ

Kênh Youtube Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang – Lam Binh tourism sử dụng video chất lượng cao. Trong đó, những video giới thiệu tổng quan chung về du lịch Lâm Bình hình ảnh, âm thanh có sự hòa quyện giữa yếu tố hiện đại và truyền thống tạo nên sức hấp dẫn, ấn tượng đặc biệt cho

<sup>53</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=2x2pupw\\_IyY&t=200s](https://www.youtube.com/watch?v=2x2pupw_IyY&t=200s)

người xem; những video có nội dung giới thiệu về lòng hồ sinh thái Na Hang - Lâm Bình, cảnh đẹp nổi tiếng của Lâm Bình là những video mà hình ảnh chủ yếu được quay chụp ở những góc cao rộng, đại cảnh, sử dụng phương tiện thiết bị quay chụp hiện đại như flycam đã làm nổi bật nên sự hùng vĩ, vẻ đẹp nên thơ của vùng đất nhuộm màu cỏ tích; các video về mảnh đất, con người, tập quán sinh hoạt của bà con dân tộc thiểu số sử dụng nhiều hình ảnh, sắc màu chân thực, người xem bị lôi cuốn bởi một điểm đến như còn xa ngái, hoang sơ nhưng đậm sắc màu văn hóa.

#### d. Công tác quản trị

\* Tối ưu hóa thể mô tả của các video

Kênh cũng sử dụng những cách thức tối ưu hóa công cụ tìm kiếm trên Youtube tương tự như đối với Fanpage Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Binh tourism, đó là tạo cụm từ khóa “du lịch sinh thái”, “du lịch trải nghiệm”, “du lịch văn hóa”, “du lịch miền núi”, “du lịch Lâm Bình”, “du lịch Tuyên Quang”, “Lòng hồ thủy điện Na Hang”, “hồ sinh thái Na Hang”, “Lễ hội Lòng hồ”...

\* Liên kết với các kênh/website khác

Khai thác tính năng liên kết với trang Fanpage Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Binh tourism và website Du lịch Lâm Bình.

\* Giới hạn độ dài video dưới 5 phút

Theo các số liệu báo cáo của Comscore, độ dài trung bình của đa số các đoạn clip trên YouTube là 4.4 phút. Đối với những nhà sáng tạo nội dung, thì đây là một nguyên tắc vàng. Khi thực hiện các video, tác giả thực hiện mỗi video kéo dài từ 2 phút đến 4 phút, riêng video về tổng thể vẻ đẹp Lâm Bình “*Lâm Bình - Lời gọi*” mời với nội dung và hình ảnh giới thiệu chung về du lịch Lâm Bình đưa đến cho du khách lượng thông tin đầy đủ về cảnh đẹp, con người, các giá trị văn hóa nên có độ dài 10 phút.

### 1.3. Kết quả thí điểm

Với tổng số 24 video, trong đó 09 video do tác giả xây dựng kịch bản và thực hiện, 15 video được sử dụng ở các nguồn khác nhau. Qua một thời gian thí điểm, chúng tôi đưa ra các thông số và những đánh giá sơ bộ như sau:

#### 1.3.1. Fanpage “Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Binh tourism”

Ngày bắt đầu hoạt động: 05/3/2019; ngày thống kê 14/6/2019; tổng số bài viết: 74 bài.

Bảng thông kê người like trang theo quốc gia (Do công cụ thống kê Thông tin chi tiết của Facebook thống kê vào 21h30 ngày 14/6/2019).

TT	Quốc gia	Fan của bạn	TT	Quốc gia	Fan của bạn	TT	Quốc gia	Fan của bạn
1	Việt Nam	1.399	16	Malaysia	8	31	Colombia	2
2	Myanmar	158	17	Philippin	8	32	Đức	2
3	Ấn Độ	158	18	Ả-rập Xê-út	8	33	Nigeria	2
4	Pakistan	45	19	Lybia	6	34	Papua New Guinea	2
5	Ai Cập	17	20	UAE	6	35	Nga	2
6	Công gô	15	21	Bangladesh	6	36	Tunisia	1

TT	Quốc gia	Fan của bạn	TT	Quốc gia	Fan của bạn	TT	Quốc gia	Fan của bạn
7	Algeria	14	22	Cuba	6	37	Bỉ	1
8	Iraq	14	23	Hàn Quốc	6	38	Đài Loan (Trung Quốc)	1
9	Thái Lan	18	24	Li Băng	4	39	Argentina	1
10	Thổ Nhĩ Kỳ	19	25	Mexico	4	40	Tây Ban Nha	1
11	Indonesia	15	26	Syria	4	41	Singapore	1
12	Trung Quốc	12	27	Úc	3	42	Ý	1
13	Hoa Kỳ	11	28	Campuchia	3	43	Bahrain	1
14	Brazil	9	29	Lào	3	44	Canada	1
15	Ma-rốc	8	30	Azerbaijan	2	45	Palestine	1

Phân tích các số liệu trên, có thể thấy Fanpage Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang – Lam Bình tourism sau 131 ngày hoạt động có lượt người dùng thích trang là 2009; lượt người dùng thích trang trung bình/ngày: 15,3 người; Lượt người dùng thích là người nước ngoài: 610 người (chiếm 28.6%, đến từ hơn 40 quốc gia trên thế giới); Lượt người dùng thích là người Việt Nam: 1399 người chiếm 69.6%; Lượt người dùng tiếp cận trang: 16.928 người.

So sánh với các Fanpage đang hoạt động về Du lịch Lâm Bình như: Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang<sup>54</sup>, Homestay Lâm Bình - Tuyên Quang<sup>55</sup>, Lâm Bình quê tôi<sup>56</sup>, Homestay Nậm Đíp & Bản Bon, Lâm Bình, Tuyên Quang<sup>57</sup>; Homestay A Phủ<sup>58</sup> theo bảng số liệu:

Tên trang	Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang	Homestay Lâm Bình - Tuyên Quang	Lâm Bình quê tôi	Homestay Nậm Đíp & Bản Bon, Lâm Bình, Tuyên Quang	Homestay A PHỦ	Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Bình tourism
Ngày bắt đầu hoạt động	27/7/2016	5/12/2017	28/ 6/2014	18/4/2017	9/4/2019	5/3/2018
Tổng số ngày hoạt động đến 14/6/2019	1052	556	1815	790	69	104
Tổng số lượt like trang	5.894	607	584	559	787	2130
Trung bình lượt like trang/ngày	5,6	1,1	0,3	0,7	11,4	20,4
Số lượt like có xuất xứ từ những tài khoản nước ngoài (chiếm tỷ lệ %)	163 <sup>59</sup> (chiếm 2,76%)	Không có số liệu	Không có số liệu	Không có số liệu	Không có số liệu	610 (chiếm 28,6%)

<sup>54</sup> <https://www.facebook.com/HomstayLamBinhh/>

<sup>55</sup> <https://www.facebook.com/homestayhoangtuan/>

<sup>56</sup> <https://www.facebook.com/L%C3%A2m-bi%CC%80nh-qu%C3%AA-t%C3%B4i-694179667303216/>

<sup>57</sup> [https://www.facebook.com/dulichlambinh/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/dulichlambinh/?ref=br_rs)

<sup>58</sup> <https://www.facebook.com/Homestay-A-PH%E1%BB%A6-1201458006681835/>

<sup>59</sup> Số liệu do admin trang Fanpage Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang cập ngày 14/6/2019

Ta nhận thấy: 1) Trung bình lượt like tăng/ngày của Fanpage Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Binh tourism có chỉ số vượt trội so với các Fanpage còn lại; 2) Tỷ lệ của số lượt like trang có xuất xứ từ những tài khoản nước ngoài của Fanpage Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Binh tourism cao hơn nhiều so với Fanpage Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang.

Điều đó cho thấy những hoạch định nhằm khắc phục những tồn tại hạn chế của các trang MXH đang sử dụng về du lịch Lâm Bình và công tác xây dựng, thí điểm quản lý và duy trì trang là đúng đắn, bước đầu có hiệu quả.

### 1.3.2. Youtube “Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Binh tourism”

Ngày bắt đầu hoạt động: 2 thg 5, 2019; Ngày thống kê 17/6/2019; 1.128 người đăng ký (Subscribe); 38.448 lượt xem; trong đó có 34.714 lượt xem là của người dùng có tài khoản vị trí nước ngoài.

\* So sánh với các kênh Youtube có nhiều video về hoạt động du lịch ở các địa phương trong tỉnh Tuyên Quang, huyện Lâm Bình, huyện Na Hang như: Văn hóa và du lịch Tuyên Quang<sup>60</sup>, Đông Bắc Discovery<sup>61</sup>, Du lịch Na Hang<sup>62</sup>, Kien vlog Discover nature<sup>63</sup>; Văn hóa dân tộc miền núi<sup>64</sup> theo bảng số liệu sau:

Tên trang	Văn hóa và du lịch Tuyên Quang	Đông Bắc Discovery	Du lịch Na Hang	Kien vlog Discover nature	Văn hóa dân tộc miền núi	Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang – Lam Binh tourism
Ngày bắt đầu hoạt động	21/8/2017	26/11/2011	11/7/2016	22/10/2011	22/1/2012	02/5/2019
Tổng số ngày hoạt động đến 18/6/2019	666	2761	1072	2796	2704	49
Lượt người đăng ký	285	1.254	232	172	345	1248
Lượt xem	69.695	69.318	66.904	16.027	77.189	42.502
Trung bình lượt đăng ký trang/ngày	0,4	0,5	0,2	0,1	0,1	25,5
Trung bình lượt xem trang/ngày	104,6	25,1	62,4	5,7	28,5	867,4

Bảng số liệu cho thấy: Trong một khoảng thời gian rất ngắn trang du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Binh tourism có tỉ lệ người xem và lượt đăng ký vượt trội so với các trang Youtube về du lịch Tuyên Quang và du lịch lâm Bình khác.

## KẾT LUẬN

Hai trang MXH Fanpage Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Binh tourism và kênh Youtube Du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang - Lam Binh tourism được xây dựng thí điểm sử dụng các kĩ năng khai thác và tối ưu hóa các tính năng, thuật toán được thiết lập trên nền tảng tự động của các trang MXH, nhằm khắc phục những mặt hạn chế, tồn tại của những trang MXH FB và

<sup>60</sup> <https://www.youtube.com/channel/UCflnmdP-F2rzLPjvO7o65YA>

<sup>61</sup> <https://www.youtube.com/channel/UCaS8oD0-Potzl3IKrb72DTA>

<sup>62</sup> [https://www.youtube.com/channel/UCSuyFsGtiUSFmBxhIK\\_TtQ/videos](https://www.youtube.com/channel/UCSuyFsGtiUSFmBxhIK_TtQ/videos)

<sup>63</sup> [https://www.youtube.com/results?search\\_query=Kien+vlog+Discover+nature](https://www.youtube.com/results?search_query=Kien+vlog+Discover+nature)

<sup>64</sup> <https://www.youtube.com/user/huan84tq/featured>



YouTube về du lịch Lâm Bình đã và đang tồn tại. Hai trang mạng truyền thông do chúng tôi thực hiện đảm bảo được những yêu cầu quan trọng, cần thiết của bốn yếu tố cốt lõi: tên trang, nội dung thông tin, hình thức và thẩm mỹ, quản trị trang.

Với kết quả nghiên cứu ban đầu đạt được, nghiên cứu đã bước đầu rút ra những bài học, đồng thời cũng chính là những giải pháp cụ thể về nội dung và cách thức truyền thông, tiếp cận công chúng bằng các trang MXH, nhằm tiếp tục duy trì, phát triển và nâng cao hơn nữa hiệu quả truyền thông về du lịch đối với huyện Lâm Bình nói riêng, tỉnh Tuyên Quang nói chung.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Chí Cường, Du lịch Lâm Bình - tiềm năng và định hướng phát triển, Nguồn: <http://lambinh.tuyenquang.gov.vn/tin-tuc-su-kien/du-lich-the-thao/du-lich-lam-binh-tiem-nang-va-dinh-huong-phat-trien-808.html>, cập nhật: ngày 01/10/2018.
2. Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang, Nghị quyết Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang lần thứ XVI, nhiệm kỳ 2015-2020.
3. Media Z (2019), Social Media - Bí quyết bứt phá tăng trưởng trên mạng xã hội, Nhà xuất bản Thế Giới.
4. Media Z (2019), Facebook Marketing từ A - Z, Nhà xuất bản Thế Giới
5. Huỳnh Khánh Mỹ, Cách tiếp cận người tiêu dùng trên diện rộng của các doanh nghiệp du lịch thông qua Facebook, Nguồn: <http://digimarkvn.com/cach-tiep-can-nguoi-tieu-dung-tren-dien-rong-cua-cac-doanh-nghiep-du-lich-thong-qua-facebook>, cập nhật: ngày 01/10/2018.
6. Quang Sơn, Hội bàn ứng dụng giải pháp du lịch thông minh tỉnh Tuyên Quang, nguồn: [http://www.tuyenquang.gov.vn/n25747\\_hop-ban-ung-dung-giai-phap-du-lich-thong-minh-tinh-tuyen-quang](http://www.tuyenquang.gov.vn/n25747_hop-ban-ung-dung-giai-phap-du-lich-thong-minh-tinh-tuyen-quang), cập nhật: ngày 01/10/2018.
7. UBND tỉnh Tuyên Quang, Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030.
8. Website: [www.tuyenquang.gov.vn](http://www.tuyenquang.gov.vn), [www.dulichlambinh.gov.vn](http://www.dulichlambinh.gov.vn)
9. Benjaporn Damapong and Pannee Suanpang, 2012, Strategic use of social networking for the tourism industry: A case study of Thailand, Thái Lan.
10. Kotler Philip, 2016, Marketing Management, Pearson Education, New Delhi.

## CONSTRUCTING TWO SOCIAL NETWORKS TO IMPROVE COMMUNICATIVE EFFICIENCY ON LAM BINH TOURISM

**Dinh Quang Manh**  
*Tan Trao University*

### Abstract

In this article, the writer constructs two social networks Fanpage Du lịch Lam Bình, Tuyên Quang - Lam Bình tourism and Youtube channel Du lịch Lam Bình, Tuyên Quang - Lam Bình tourism with the purpose of overcoming the limitations, existence of the communicative social networks, Fanpage and YouTube channel, promoting Lam Bình tourism. The result of this study is also a specific solution to further improve communicative efficiency on tourism by social networks for Lam Bình district in particular and Tuyên Quang province in general.

### Keywords

Lam Bình tourism, social networks, communication

## POTENTIAL OF COMMUNITY - BASED ECOTOURISM IN NA HANG - LAM BINH NATURE RESERVE

**Nguyen Khoa Huy**

*Nong Lam University - Ho Chi Minh City*

### **Abstract**

Na Hang - Lam Binh Nature Reserve of Tuyen Quang Province is an ideal tourist destination. However, it is newly put into operation, the issue of tourism exploitation here is still not commensurated with the potential, especially community-based ecotourism has not yet developed strongly. Based on documents, data as well as many research methods, the author analyzed the basic contents of the type of community-based ecotourism. Then, we continue to contact and analyze the potential of Na Hang - Lam Binh Nature Reserve today. Not only the article does affirm the potential of tourism development in Tuyen Quang Province in general, community-based ecotourism in Na Hang - Lam Binh Nature Reserve in particular but contributes to the promoting Vietnam's tourism development as well.

### **Keywords**

Nature Reserve; ecotourism; Tuyen Quang Province

### **1. INTRODUCTION**

Community-based ecotourism is a new form of ecotourism that increases interests and development in many countries around the world. Catching the trend, Vietnam tourism has constantly learned and gradually expanded this form. Recently, there are many provinces initially built community-based ecotourism, including Tuyen Quang Province. With the potential and interest in tourism management, Tuyen Quang Province in general, and Na Hang - Lam Binh Nature Reserve in particular has grown and affirmed its position. Going into research and analyzing the potential of community-based ecotourism in this nature reserve, we will better understand.

### **2. COMMUNITY-BASED ECOTOURISM**

#### *a) Definition*

Community-based ecotourism is defined in various ways. Each definition highlights one of its different aspects.

According to Potjana Suansri: "Community Based Tourism is a unique type of tourism with characteristics quite different from mass tourism... Community Based Tourism emerges from a community development strategy, using tourism as a tool to strengthen the ability of rural community organizations that manage tourism resources with the participation of the local people" (Potjana Suansri, 2003).

According to Sally Asker: "Community Based Tourism is commonly understood to be managed and owned by the community, for the community. It is a form of 'local' tourism, favouring local service providers and suppliers and focused on interpreting and communicating the local culture and environment" (Sally Asker, Louise Boronyak, Naomi Carrard and Michael Paddon, 2010).

After researches and studies, Vo Que introduces the concept of developing tourism based on the community: “Community-based tourism is a method of developing tourism in which the local communities involve into delivering services in order to develop tourism, while participate in the conservation of natural resources and environment. At the same time, the local residents are able to get physical and spiritual benefits from tourism development and nature conservation” (Vo Que, 2006).

In summary, community-based ecotourism is a type of tourism organized by the community, based on local nature and culture, with the goal of environmental protection. Community-based ecotourism promotes local controlling, and attention to widely allocating benefits and improvement of the life quality for the community. For tourists, it creates opportunities to learn and to raise awareness of the environment and cultural exchanges, experience the local daily life of the community.

#### *b) Conditions for developing community-based ecotourism*

Natural and human resources are potential conditions, which is the key for developing community-based ecotourism.

Condition 1: Community factors

Condition 2: Domestic and international markets

Condition 3: Reasonable policy

Condition 4: Support and assistance from government, non-government organizations and foreign associations

#### *c) Objectives*

It contributes to protecting natural and cultural resources.

It supports the development of local economy.

It requires the increase of local communities' participation.

It delivers the tourism services with environmental and social responsibility.

#### *d) Introduction about Na Hang – Lam Binh Nature Reserve*

The name Na Hang originates from the two words ‘Nà Hang’. According to the Tày ethnic language, it means “the last field”, which stretches over rice fields alternating with limestone mountains and primeval forests, especially lakes on the mountain, creating charming scenery.

Na Hang - Lam Binh Nature Reserve is a nature reserve, established under Decision 274/UB-QD of May 9, 1994 of the People's Committee of Tuyen Quang Province. Located in the communes of Khau Tinh, Con Lon, Son Phu and Thanh Tuong of Na Hang district, Tuyen Quang Province.

Coordinates: 22° 16' - 22° 31' North latitude; 105° 22 - 105° 29' East longitude

Area: 22,401.5 ha

On February 13, 2019, Na Hang - Lam Binh Nature Reserve is recognized as a special national monument. The Provincial Party Committee, People's Council and People's Committee of Tuyen Quang Province were honored to receive the Prime Minister's ranking certificate.

### 3. POTENTIAL FOR DEVELOPING COMMUNITY-BASED ECOTOURISM OF NA HANG

#### 3.1. Natural tourism resources

##### *a) Topography and climate characteristics*

Below 300m terrain accounts for 30%; 300m to 800m accounts for 60% and over 900m, accounts for 10% Na Hang terrain is mostly small valleys with streams and green rice fields, interspersed with limestone mountains and primeval forests. The Na Hang ecological lake is formed by the surges of the hydroelectric dam, which is considered as a striking fairy picture in the middle of giant green paddy field. This is one of the largest freshwater lakes in the North of Vietnam.

Around the area of Na Hang lake, there are many beautifully natural landscapes with strange natural rock, along with famous waterfalls such as Khuoi Sung, Khuoi Nhi and Mo waterfall. Phieng Bung forest area is considered as the Hanging Gardens of Babylon.

With highland climate, the reserve has an average temperature of over 28°C. In summers, the temperature is relatively cool, suitable for tourism activities to explore Na Hang conservation area. In winters, the temperature becomes lower. Frost may appear, and there has been snowfall in recent years.

The river system is average with two large rivers flowing through the Gam River (West of Tat Ke) and Nang River (East of Na Hang). The network of small rivers is quite thick, but the water regime is not constant between seasons.

##### *b) Biological resources*

The reserve lies between the vast forest along the banks of the Gam River and Nang River. It has a diverse ecosystem with many rare and precious species, unique and interesting cave systems. There are rich and diverse fauna systems in composition, species, as well as the number of individuals. So far, scientists have identified more than 2,000 species of plants, many of which are listed in the Vietnam Red Data Book such as: *Cupressus torulosa*, *Gacinia fagraeoides*, *Chukrasia tabularis*, *Makhamia stipulata*, *Podocarpus pilgeri*, *Aquilaria crassna*, orchids, and precious medicinal plants.

With overall investigation, the reserve is initially recorded with 88 mammal species, 294 bird species, 30 reptile species and 18 amphibian species, 300 butterfly species, 40 bat species, and thousands of fish species, including: *Semilabeo obscurus*, *sinilabeo lemassoni*, *Spinibarbus denticulatus*, *Hemibagrus guttatus*, *Bagarius yarelli*.

Many species in the reserve are recorded in the Vietnam Red Data Book and World Red Data Book. There are 8 species of monkeys, including the *Rhinopithecus*, *Trachypithecus francoisi* are rare ones. World Wide Fund For Nature of the U.S has identified the reserve as one of the highest-valued biodiversity ecosystems in the world.

#### 3.2. Humanities tourism resources

##### *a) Residential, ethnology*

Not only unique with charming natural marine landscapes, Na Hang is also known for the unique attraction of a multi-ethnic cultural area with 12 ethnic groups such as Tay, Dao and

Mong. The ethnic groups in Na Hang have created a unique folk music area with then, sli, luon... along with a trumpet that captivates audiences. Na Hang also attracts tourists by the authentic dishes such as sour pork, fish salad...

#### *b) Historical and cultural monuments*

The reserve has 52 relics and scenic spots, including: 32 scenic spots, 7 archaeological relics, 9 architectural monuments, 4 cultural and historical relics.

In this area, archaeologists have also discovered many archaeological sites of ancient Stone Age and Metal Age. There are also many relics and vestiges of art architecture during the Tran, Le and Nguyen dynasties. This is also the land of the Tay, Dao, Mong, and many other ethnic groups with many diverse and rich cultural traditions and customs associated with mountain forests and Na Hang - Lam Binh Nature Reserves.

### **3.3. Infrastructure and material-technical facilities for tourism**

#### *a) Transportation*

Highways: Total length: 340.6 km. Including 4 highways.

Highway 279: From Hong Quang Commune, Chiem Hoa District to Da Vi Commune, Na Hang District, 96 kilometers long.

Provincial roads: Including 6 routes, total length of 392.6 km in which:

Route DT. 190: At the beginning of km 166 Highway 2 (Thai Son Commune, Ham Yen District), the end point of Thuong Gia Commune, Na Hang District, length: 116 km.

District roads: are roads connecting district's administrative center with administrative centers of communes, commune clusters or administrative centers of neighboring districts; roads connecting provincial roads with commune administrative centers or commune cluster centers. The total length of district roads in the province is 579.8 km. Include Na Hang District, including 11 routes=122.5 km.

Gam River: 109+70 km long, central management: 33 km (N3 Lo Gam - Chiem Hoa) 33 km (ships, boats < 40 tons), Tuyen Quang manages: 76 km (Chiem Hoa - Thuy Loa) 37 km (Chiem Hoa - Na Hang) Boat < 5 tons.

#### *b) Material - technical facilities*

Restaurants and hotels are improved to meet the needs of visitors. Up to now, the whole district has 12 motels, hotels with 127 rooms, 249 beds, 9 restaurants, 1 high-speed train, 45 tourist boats combined with freight for tourists. Some agricultural products such as Con Lon sticky rice, soybean, Yen Hoa, Thuong Nong, Hong Thai clean vegetables and Con Lon goose have initially been formed to meet the shopping needs of tourists.

### **3.4. Guidelines and policies for the development of community-based ecotourism**

#### *a) Code*

Tourism Law of the National Assembly in 2017, No. 09/2017/ QH14

Article 19. Development of community-based tourism:

1. “Individuals and households where community-based tourism is developed are preferential and encouraged to provide accommodation and catering services; guide tourists to visit, experience culture, life in the community; producing goods, traditional crafts and other services for tourists.

2. Provincial People’s Committee organizes researches and surveys, and selects the places with potentials for community-based tourism development; provides policies to support initial necessary equipments, knowledge and skills to serve tourists to participate in providing tourist services; support promotion of community-based tourism products.

3. Commune People’s Committee organizes propaganda, dissemination and awareness in order to raise of the community awareness; presides over building community commitment to preserve cultural identity, protect the environment and civilize behavior with tourists.

4. Organization and individuals exploiting, developing community-based tourism are responsible for respecting culture, lifestyle and sharing benefits from tourism activities with the community.”

*b) Government Decree, Government Decision*

Action program No. 15-CTr/TU dated on 27/06/2017 of the Provincial Standing Committee implementing the Politburo Resolution No. 08-NQ/TW dated on 16/01/2017 on tourism development to become an spearhead economic sector.

“Focusing on developing Tuyen Quang tourism into an important economic sector of the province, striving to gradually become a spearhead economic sector, creating a driving force for promoting local socio-economic development and contributing to realization, currently winning the goal of making Vietnam tourism become a key economic sector”

“Create favorable conditions and support people to directly participate in business and benefit from tourism; support community tourism development” (Provincial Policy Committee documents, People’s Council and Provincial People’s Committee Tuyen Quang, 2018)

Decision No. 1685/ QD-TTg dated on 05/12/2018 of the Prime Minister approving the scheme “Restructuring the tourism industry to meet the requirements of developing into a spearhead economic sector”

“Restructuring tourism industry towards sustainability, environmental protection, developing both width and depth, attaching importance to high quality and high value tourism products; promote the connection of professions, fields, localities, businesses, business households and communities to form a tourism value chain; ensuring the benefit sharing of communities, businesses and visitors who benefit from tourism”

Tuyen Quang Provincial People’s Committee has some decisions and schemes in the field of natural resource conservation, indigenous cultural values, community development tourism:

Decision No. 715/QD-UBND, dated on 28/06/2016 of the Chairman of the Provincial People’s Committee on the announcement of the List of 25 administrative procedures in the tourism sector under the jurisdiction of the Department of Culture, Sports and Tourism Tuyen Quang Province.

Decision No.1096/QD-UBND, dated on 27/09/2018 of the Provincial People's Committee, promulgating the List of 22 administrative procedures in the field of physical training and sports under the jurisdiction of the Department of Culture, Sports and Tourism Tuyen Quang Province.

Decision No. 1554/QD-UBND, dated on 20/12/2018 of the Chairman of the Provincial People's Committee on strengthening the Provincial Steering Committee on tourism.

Official dispatch No. 264/UBND-TNMT, dated on 31/01/2019 of the Provincial People's Committee on promoting the control of the trade and consumption of endangered wildlife species and the release of invasive alien species.

“Requesting relevant agencies and units of the province to direct officers, civil servants and workers to strictly abide by and disseminate the provisions of the law on biodiversity conservation, especially endangered, precious and rare wild animals that are prioritized for protection” (Tuyen Quang Provincial gazette, 2019).

### 3.5. Advertise

In the first 9 months of 2017, tourists to Na Hang reached “more than 84,600 people, increases 32.7% compared to the same period last year” (Quy Khang, 2017). This is the result of the right steps in the district's tourism development.

In recent years, the image of Na Hang tourism has been widely promoted on the mass media. This District cooperates with Vietnam Television to build a program to promote scenic spots and cuisine with a duration of 30 minutes on Na Hang eco-tourism area on VTV2 and VTV4 channels; build the content of “S Vietnam - Taste Life” program to promote and introduce the potential and image of Na Hang eco-tourism area broadcast on VTV1 channel.

## 4. CONCLUSION

Through the above analysis, we have obtained a more objective, comprehensive and accurate view of the potentials to develop community tourism in Na Hang - Lam Binh Nature Reserve. This is a great, valuable and unique potential of Na Hang - Lam Binh Nature Reserve. It is also a favorable condition to expand the scale of tourism to meet not only domestic demand but also foreign ones. In the coming time, if the People's Committee of Tuyen Quang Province knows how to exploit, expand and manage effectively, it will definitely bring great results contributing significantly to promote Vietnam's tourism to the world level.

## REFERENCES

1. Potjana Suansri (2003). *Community Based Tourism Handbook*. Thailand: Responsible Ecological Social Tour-REST, p11.
2. Sally Asker, Louise Boronyak, Naomi Carrard and Michael Paddon (2010). *Effective Community Based Tourism: A Best Practice Manual*. Griffith University QLD 4222 Australia: Sustainable Tourism Cooperative Research Centre 2010, p2.
3. Vo Que (2006). *Community tourism theory and application*, Episode 1, Ha Noi: Science and Technology Publishing House, p9.
4. Vietnam Law (2017), Tourism Law 2017 of the National Assembly, No. 09/2017/QH14, Retrieved on June 1<sup>st</sup> 2019 from <https://luatvietnam.vn>

5. Provincial Policy Committee documents, People's Council and Provincial People's Committee Tuyen Quang (2018). Action Program No. 15-CTr/TU, Retrieved on May 1<sup>st</sup> 2019 from <http://vanban.baotuyenquang.com.vn>.

6. Tuyen Quang Provincial gazette (2019), Official dispatch No.264/UBND-TNMT, Retrieved on May 3<sup>rd</sup> 2019 from <http://congbaotuyenquang.gov.vn>

7. Quy Khang (2017), Development step of Na Hang tourism, Retrieved on May 8<sup>th</sup> 2019 from <http://baotuyenquang.com.vn>

8. Nguyen Quyet Thang (2017), Community-based ecotourism development in some Asean countries - lessons learned for Vietnam, *Foreign Economic Journal*, No. 97 (97), 23-34.

9. Tran Thi Mai (2005). *Community tourism – ecotourism*, Hue: A guide issued by Panda and WWF Greater Mekong 11/2005.

## TIỀM NĂNG DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG TẠI KHU BẢO TỒN THIÊN NHIÊN NA HANG - LÂM BÌNH

Nguyễn Khoa Huy

*Trường Đại học Nông Lâm Thành phố Hồ Chí Minh*

### Tóm tắt

Khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang - Lâm Bình ở tỉnh Tuyên Quang là một điểm du lịch lý tưởng. Tuy nhiên, do mới được đưa vào hoạt động nên vấn đề khai thác du lịch ở đây vẫn chưa tương xứng với tiềm năng của nó, đặc biệt là du lịch sinh thái cộng đồng còn chưa phát triển mạnh. Trên cơ sở các tư liệu liên quan, số liệu thống kê cũng như sử dụng nhiều phương pháp nghiên cứu, tác giả đi vào phân tích các nội dung cơ bản về loại hình du lịch sinh thái cộng đồng, từ đó liên hệ và phân tích các tiềm năng của khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang - Lâm Bình hiện nay. Bài viết không chỉ khẳng định tiềm năng phát triển du lịch ở tỉnh Tuyên Quang nói chung, du lịch sinh thái cộng đồng tại khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang - Lâm Bình nói riêng mà còn góp phần thúc đẩy du lịch Việt Nam ngày càng phát triển.

### Từ khóa

Khu bảo tồn thiên nhiên; du lịch sinh thái; tỉnh Tuyên Quang



# PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG THÔNG QUA DU LỊCH SÁNG TẠO DỰA VÀO CỘNG ĐỒNG BẢN ĐỊA: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP ĐIỂM ĐẾN LÂM BÌNH, TỈNH TUYẾN QUANG

Đào Minh Ngọc, Hoàng Thị Lan Hương

*Trường Đại học Kinh tế Quốc dân*

Mai Hiên

*Trường Đại học Thủ đô Hà Nội*

## Tóm tắt

Bài viết đề cập tới bản chất, khái niệm và những ý tưởng phát triển du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng bản địa ở điểm đến du lịch nông thôn. Những đề xuất của bài viết hướng tới việc tăng cường các điều kiện phát triển du lịch sáng tạo của một điểm đến thông qua việc nhận thức rõ tiềm năng tự nhiên và văn hóa cộng đồng bản địa. Trong bài viết, điểm đến Lâm Bình (Tuyên Quang) được lựa chọn làm trường hợp nghiên cứu dựa trên những giá trị đặc sắc, độc đáo của tài nguyên tự nhiên và văn hóa bản địa ở nơi này. Bài viết cũng chỉ ra làm thế nào để du lịch sáng tạo có thể mang lại sự phát triển và nguồn lợi bền vững cho các cộng đồng nhỏ ở vùng nông thôn như Lâm Bình.

## Từ khóa

Du lịch sáng tạo, du lịch dựa vào cộng đồng.

## 1. MỞ ĐẦU

Du lịch dựa vào cộng đồng (Community - Based Tourism) là một phương thức phát triển du lịch hướng tới sự tham gia và hưởng lợi từ du lịch của người dân địa phương ở các điểm đến trên cơ sở mang lại cho du khách những trải nghiệm về tự nhiên và văn hóa bản địa (Hall, 1996). Du lịch cộng đồng dựa trên những nguyên tắc: tạo ra sự bình đẳng xã hội, tôn trọng văn hóa địa phương và các di sản thiên nhiên, chia sẻ lợi ích công bằng, đảm bảo quyền sở hữu và tham gia của địa phương (ESRT, 2013). Tuy nhiên, càng ngày các điểm đến du lịch cộng đồng càng phải đối mặt với nhiều vấn đề về ô nhiễm môi trường, biến đổi văn hóa, xung đột lợi ích, cạnh tranh và trùng lặp sản phẩm, trở thành kiểu hình phát triển thiếu tính bền vững. Do đó, việc thay đổi phương thức phát triển du lịch cộng đồng để có thể giải quyết những vấn đề trên đang là một nhiệm vụ quan trọng của các điểm đến ở khu vực nông thôn.

Du lịch sáng tạo (Creative Tourism) là một phương thức phát triển du lịch chú trọng vào sự trải nghiệm, học hỏi và tham gia sáng tạo sản phẩm của khách du lịch. Đặc điểm của du lịch sáng tạo đó là khách du lịch sẽ là những người trực tiếp tham gia, học hỏi những kinh nghiệm sống mới mẻ, tiếp cận những tri thức, văn hóa độc đáo của người dân bản địa và khám phá những giá trị mà họ trải nghiệm từ tài nguyên, từ các giá trị nghệ thuật, di sản ở điểm đến (Richards, 2011). Tại nhiều quốc gia, du lịch sáng tạo đã được sử dụng như một công cụ hữu dụng để thay đổi thói quen tiêu dùng của khách du lịch, kết nối khách với cộng đồng địa phương, giúp xóa đói giảm nghèo, khắc phục những vấn đề của du lịch cộng đồng và hướng tới phát triển bền vững.

Ở Việt Nam, du lịch sáng tạo được xem như một phương thức mới có thể thỏa mãn những sự thay đổi trong nhu cầu tiêu dùng của khách du lịch và hướng tới sự phát triển của cư dân bản địa. Thực chất sản phẩm du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng đã được hình thành ở một số nơi

như Hội An (Quảng Nam), Cái Bè (Tiền Giang), Bát Tràng (Hà Nội),... và cũng đạt được một số kết quả bước đầu. Tuy nhiên, khái niệm về phương thức phát triển du lịch này chưa được nêu cụ thể, các sản phẩm du lịch sáng tạo ở Việt Nam cũng còn nhiều hạn chế và chưa thực sự phát huy được những giá trị của văn hóa điểm đến, đặc biệt là chưa phát huy được vai trò và trí tuệ của cộng đồng địa phương. Lâm Bình (Tuyên Quang) là một điểm đến có nhiều tiềm năng về tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa bản địa. Đây chính là điều kiện tuyệt vời để một điểm đến ở khu vực nông thôn, đang ở giai đoạn đầu của sự phát triển du lịch như Lâm Bình có thể định hướng phát triển du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng. Vì vậy, tác giả lựa chọn Lâm Bình làm trường hợp nghiên cứu nhằm xác định những điều kiện phát triển du lịch sáng tạo ở điểm đến này, từ đó đề xuất những ý tưởng, sáng kiến hướng tới việc tăng cường khả năng phát triển du lịch sáng tạo của điểm đến dựa trên việc nhận thức rõ thế mạnh, tiềm năng, đặc điểm tự nhiên và văn hóa bản địa.

## 2. DU LỊCH SÁNG TẠO VÀ SẢN PHẨM DU LỊCH SÁNG TẠO DỰA VÀO CỘNG ĐỒNG

### 2.1. Khái niệm du lịch sáng tạo

Khái niệm du lịch sáng tạo được nhắc đến vào khoảng những năm 2000 bởi Richards & cộng sự dựa trên quan điểm cho rằng đây là kiểu hình phát triển của du lịch văn hóa, giúp khách du lịch rời khỏi thói quen tiêu dùng bị động (tham quan, tìm hiểu các giá trị văn hóa ở điểm đến) sang tiêu dùng chủ động (tìm kiếm sự hiểu biết về văn hóa, hòa mình vào văn hóa bản địa và trải nghiệm những góc khác nhau của văn hóa cộng đồng địa phương) (Richards, 2011). UNESCO (2006) đã định nghĩa: *“Du lịch sáng tạo được xem là du lịch hướng đến trải nghiệm gắn bó và xác thực với sự tham gia học hỏi về nghệ thuật, di sản hoặc đặc trưng của một điểm đến. Loại hình này gắn với sự kết nối giữa khách du lịch và những chủ nhân của nền văn hóa ở điểm đến”* (UNESCO, 2006).

Đến những năm đầu của thập niên 2010, khái niệm du lịch sáng tạo được đề cập rộng rãi hơn. Theo đó, du lịch sáng tạo được phát triển dựa trên việc khai thác vốn văn hóa độc đáo ở mỗi điểm đến. Du lịch sáng tạo được triển khai khi cả ba bên khách du lịch, nhà cung cấp dịch vụ và cộng đồng địa phương cùng thực hiện trao đổi ý tưởng, ảnh hưởng lẫn nhau (Richards & Marques, 2012). Thành công của du lịch sáng tạo phụ thuộc vào quá trình và bối cảnh của các hoạt động du lịch (Richards & Marques, 2012), trong đó, các giá trị trải nghiệm sẽ được tạo ra từ sự gặp gỡ, giao lưu, học hỏi giữa khách du lịch và người dân địa phương.

Hầu hết các định nghĩa đều khẳng định, du lịch sáng tạo là kiểu hình du lịch hướng tới những trải nghiệm đích thực, với sự tham gia học tập, tìm hiểu văn hóa, nghệ thuật và tự nhiên ở điểm đến của khách du lịch thông qua những hoạt động học tập, tăng cường cảm xúc, tương tác sâu sắc với văn hóa, xã hội, con người ở điểm đến (Richards, 2011).

Du lịch sáng tạo cho phép khách du lịch tách mình ra khỏi thói quen hàng ngày và hòa mình vào những trải nghiệm, những góc cạnh văn hóa hoàn toàn khác biệt với văn hóa của họ (Ohridska-Olson & Ivanov, 2010), từ đó hình thành mối liên hệ, ấn tượng sâu sắc của khách du lịch với điểm đến (Richards, 2007).

### 2.2. Các phương thức phát triển du lịch sáng tạo

Du lịch sáng tạo không phải là một mô hình phát triển du lịch mà là các phương thức khác nhau nhằm thu hút khách du lịch trải nghiệm sáng tạo tại điểm đến (Morgan & cộng sự, 2009). Về cơ bản, có hai phương thức triển khai du lịch sáng tạo đó là:

(1) Du lịch sáng tạo là một sản phẩm du lịch trên nền tảng của tài nguyên tự nhiên và văn hóa bản địa và nhấn mạnh sự tham gia trải nghiệm, học hỏi các giá trị tự nhiên và văn hóa ở điểm đến của khách du lịch. Cốt lõi của phương thức phát triển này là dựa trên đặc thù của địa phương trong đó bối cảnh tự nhiên, văn hóa bản địa và sự trao đổi, giao lưu của khách du lịch với cộng đồng địa phương là điểm cốt lõi (Richards, 2011).

(2) Sử dụng sáng tạo như những giá trị gia tăng cho sản phẩm du lịch chung ở điểm đến hoặc sáng tạo tài nguyên du lịch ở điểm đến. Phương thức thứ hai nhấn mạnh tới việc sáng tạo tài nguyên hoặc gia tăng giá trị của tài nguyên ở các điểm đến bằng các hoạt động (trưng bày tranh, biểu diễn nghệ thuật đường phố ...), chương trình, lễ hội (festival âm nhạc, nghệ thuật, lễ hội pháo hoa...), địa điểm hấp dẫn (chẳng hạn như các công viên chủ đề, làng văn hóa dân tộc...). Phương thức sáng tạo tài nguyên hiện đang được áp dụng tại rất nhiều điểm đến trên thế giới tạo ra một xu hướng phát triển du lịch mới. Tuy nhiên, cũng đã có một số nhà nghiên cứu cho rằng, nếu phát triển du lịch sáng tạo theo phương thức thứ hai mà không có kế hoạch thì du lịch sáng tạo sẽ trở thành du lịch đại chúng và không còn mang đúng bản chất bền vững của du lịch sáng tạo.

### **2.3. Sản phẩm du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng bản địa**

Sản phẩm du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng có thể được thể hiện dưới nhiều hình thức khác nhau. Đó có thể là các chương trình trải nghiệm văn hóa, tham gia học tập, tìm hiểu về ẩm thực, âm nhạc, lễ hội, ngôn ngữ, nghề thủ công, bảo tàng của địa phương (Richards & Marques, 2012) hoặc cũng có thể là sự trải nghiệm cuộc sống hàng ngày giống như những người dân địa phương với mục đích tìm hiểu, học tập văn hóa, lối sống truyền thống (Ohridska-Olson & Ivanov, 2010).

Giá trị của sản phẩm du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng tập trung vào việc tạo ra những trải nghiệm đáng nhớ và cảm giác chân thực cho khách du lịch khi họ tham gia vào các hoạt động văn hóa, nghệ thuật, tìm hiểu phong tục tập quán, truyền thống, lối sống của người dân địa phương (Ohridska-Olson & Ivanov, 2010; Richards, 2001, 2011). Cốt lõi của sản phẩm du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng là quá trình, bối cảnh, mối quan hệ với cộng đồng và trải nghiệm, học hỏi văn hóa bản địa của khách du lịch (Richards & Marques, 2012).

Sản phẩm du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng bản địa được các nhà nghiên cứu cho là tạo ra cơ hội phát triển bền vững hơn cho các điểm đến bởi có thể gia tăng giá trị dễ dàng hơn, giảm bớt được sự trùng lặp sản phẩm và dễ dàng thay đổi hơn so với các loại hình khác (Richards & Wilson, 2006). Hơn nữa, giá trị của sản phẩm sáng tạo dựa vào cộng đồng bản địa nhấn mạnh tới sự trải nghiệm, học hỏi của khách du lịch đối với tự nhiên và văn hóa ở điểm đến, do đó, các điểm đến không nhất thiết phải có di sản vật thể với quy mô lớn, công tác duy trì, bảo tồn giá trị của tài nguyên vật thể tại các điểm đến cũng bớt phức tạp hơn (Richards & Wilson, 2006). Mặt khác, đối với các di sản văn hóa phi vật thể, giá trị của di sản khi được sử dụng trong du lịch sáng tạo có thể được phục hồi nhờ vào sự hỗ trợ của các bên có liên quan (Tan & cộng sự, 2013). Cũng như vậy, giá trị của di sản văn hóa ở địa phương còn có thể được gia tăng đối với khách du lịch nhờ vào những yếu tố tác động như bối cảnh, môi trường và sự tương tác với cộng đồng bản địa (Richards, 2011).

## **3. GIỚI THIỆU VỀ ĐIỂM ĐẾN LÂM BÌNH**

Lâm Bình (Tuyên Quang) là một điểm đến có rất nhiều điều kiện về tài nguyên tự nhiên và nhân văn để có thể phát triển các sản phẩm du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng:

Về tự nhiên, Lâm Bình được thiên nhiên ban tặng nhiều cảnh quan đẹp, độc đáo, phù hợp để phát triển du lịch. Bao bọc xung quanh khu vực này là những dãy núi trùng điệp trong đó nổi bật là 99 ngọn núi ở xã Thượng Lâm được ví như “Hạ Long cạn giữa đại ngàn”. Bên cạnh đó, Lâm Bình còn có rất nhiều thắng cảnh và khu bảo tồn thiên nhiên nổi tiếng như: danh thắng cấp quốc gia Na Hang, động Song Long, thác Nậm Mè, thác Mặn Me, thác Khuổi Nhi, thác Khuổi Súng, núi Cọc Vài, lưu vực sông Gâm giao với sông Năng và một phần vùng hồ thủy điện Tuyên Quang rộng trên 8000 ha với nhiều cảnh quan tuyệt đẹp.

*(<http://dulichlambinh.gov.vn/GroupNews/16/Dia-diem-du-lich.html>)*

Về văn hóa, Lâm Bình rất giàu tiềm năng để có thể phát triển các sản phẩm du lịch sáng tạo dựa vào văn hóa cộng đồng bản địa. Tại điểm đến này, du khách có thể thưởng ngoạn và trải nghiệm những giá trị văn hóa thú vị của người dân bản địa như ẩm thực, lễ hội, phong tục, lối sống hàng ngày, văn hóa tôn giáo, tín ngưỡng... Ở đây, ngoài những địa điểm sinh hoạt văn hóa tôn giáo nổi bật như đền Pú Bảo, chùa Phúc Lâm..., khách du lịch cũng có thể trải nghiệm, khám phá tín ngưỡng dân gian của các tộc người thiểu số ngay tại các bản làng. Các cộng đồng bản địa ở Lâm Bình còn lưu giữ được khá nhiều những giá trị văn hóa truyền thống làm cốt lõi để phát triển sản phẩm du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng. Nhiều lễ hội lớn như Lễ hội Lồng Tồng, Lễ hội Nhảy lửa của người Pà Thẻn với những hoạt động mang đậm màu sắc dân gian độc đáo. Nhiều nghề truyền thống của người dân tộc như nghề trồng bông dệt thổ cẩm của người Tày (xã Lăng Can), nghề nấu rượu thóc, men lá (xã Lăng Can, xã Bình An), nghề thủ công mỹ nghệ mây, tre đan (xã Hồng Quang), nghề làm bún cổ truyền (xã Thượng Lâm, Phúc Yên, Bình An) vẫn còn được lưu giữ (Trương Xuân Quý & cộng sự, 2016). Các giá trị văn hóa ẩm thực của vùng cũng rất độc đáo, đa dạng mang đậm dấu ấn núi rừng với nhiều món ăn đặc trưng như bánh trứng kiến của người Tày, thịt trâu gác bếp, nộm da trâu, cải xanh cuộn thịt trâu, mắm cá ruộng, cá suối chua, bánh nẳng, xôi ngũ sắc, thịt lợn đen muối chua... chắc chắn sẽ mang đến nhiều trải nghiệm thú vị, hấp dẫn cho khách du lịch, trở thành điều kiện rất tốt để phát triển sản phẩm du lịch sáng tạo.

*(<http://dulichlambinh.gov.vn/GroupNews/43/Am-thuc.html>)*

Ngoài những điều kiện về tài nguyên, Lâm Bình cũng có rất nhiều tiềm năng để có thể phát triển các loại hình du lịch: Về chính sách, du lịch luôn được chính quyền Lâm Bình xem là một trong những yếu tố quan trọng để phát triển kinh tế xã hội. Xác định được thế mạnh tiềm năng của địa phương, ngay sau khi thành lập huyện, Lâm Bình đã thực hiện công tác quy hoạch phát triển tổng thể du lịch huyện đến năm 2015, định hướng đến 2020, tầm nhìn đến 2030 với nhiều mục tiêu quan trọng có liên quan đến phát huy bảo vệ, giữ gìn môi trường, tài nguyên và văn hóa thông qua phát triển du lịch. Các chính sách thu hút đầu tư xây dựng tour, tuyến, sản phẩm du lịch đã được chú trọng. Chính quyền địa phương đã chủ động phối hợp với các cơ quan chuyên môn phục dựng và bảo tồn thành công một số di sản văn hóa phi vật thể tiêu biểu của các dân tộc như: lễ hội truyền thống (Lễ hội Nhảy lửa, Lễ hội Lồng tồng của người Pà Thẻn), các làng nghề truyền thống, các địa điểm sinh hoạt tín ngưỡng, tâm linh (đền Pú Bảo, chùa Phúc Lâm...), tạo tiền đề cho việc xây dựng các sản phẩm du lịch văn hóa mang tính sáng tạo dựa vào cộng đồng.

*(<http://dulichlambinh.gov.vn/DetailView/2668/1/Tong-quan-du-lich.html>)*

Công tác nghiên cứu phát triển sản phẩm cũng đã được chính quyền và ngành Du lịch rất quan tâm. Bên cạnh việc khôi phục, bảo tồn, phát triển các lễ hội, làng nghề, sinh hoạt văn hóa truyền thống, chính quyền và các doanh nghiệp ở Lâm Bình đã bắt tay phát triển các sản phẩm

mới phù hợp với thế mạnh của địa phương như du lịch homestay, du lịch thể thao mạo hiểm (chèo thuyền kayak, khám phá hang động...) du lịch khám phá tự nhiên và văn hóa địa phương (khám phá, tìm hiểu về rừng nguyên sinh, công viên địa chất, hệ sinh thái, cảnh quan tự nhiên, trải nghiệm nghề truyền thống, lễ hội, tâm linh, tín ngưỡng và sinh hoạt cộng đồng...). Đây chính là tiền đề quan trọng cho việc đa dạng hóa và phát triển các sản phẩm du lịch sáng tạo ở Lâm Bình.

*(<http://dulichlambinh.gov.vn/DetailView/2668/1/Tong-quan-du-lich.html>)*

Về cơ sở hạ tầng du lịch, Lâm Bình đang tiếp tục đầu tư xây dựng các hạng mục công trình hướng tới trở thành đô thị loại 5. Hạ tầng kỹ thuật của huyện ngày càng được nâng cấp đáp ứng ngày một tốt hơn cho các nhu cầu phát triển của du lịch. Quy hoạch chi tiết các khu, điểm du lịch đã cơ bản được hoàn thiện với định hướng chính là phát triển du lịch bền vững, phát huy các giá trị văn hóa truyền thống của địa phương; phối hợp với các điểm đến lân cận để khai thác và tổ chức bền vững các tour, tuyến du lịch đảm bảo giữ gìn tài nguyên và môi trường. Đặc biệt, xác định cộng đồng dân cư là một trong những tiêu chí quan trọng để phát triển du lịch dựa vào cộng đồng nên chính quyền đã từng bước hỗ trợ người dân khôi phục nghề truyền thống và những giá trị văn hóa đặc sắc của cộng đồng, phối hợp với các tổ chức, doanh nghiệp giúp người dân nâng cao năng lực tham gia và hưởng lợi từ phát triển du lịch. Ở nhiều thôn xã, diện mạo nông thôn đã được thay đổi, cảnh quan, môi trường được cải thiện nhằm mục tiêu thu hút khách du lịch, hướng tới phát triển du lịch dựa vào nguồn lực cộng đồng. Một số xã như Khuôn Hà, Lăng Can đã từng bước thực hiện xóa nhà tạm, nhà dột nát, tạo điều kiện cho các hộ nghèo được vay vốn, sửa chữa, làm mới nhà ở. Tại thôn Nặm Đíp và Bản Bon thuộc hai xã Lăng Can và Phúc Yên, hai khu vực du lịch homestay do Công ty TNHH Thương mại và Du lịch Năm Sao đầu tư đã được khánh thành trở thành tiền đề cho việc xây dựng, phát triển các sản phẩm du lịch dựa vào cộng đồng bản địa.

*(<http://dulichlambinh.gov.vn/DetailView/2668/1/Tong-quan-du-lich.html>)*

Nhờ vào những nỗ lực trên, số lượng khách du lịch đến với Lâm Bình đã ngày một gia tăng. Hoạt động du lịch đã góp phần quan trọng vào quá trình phát triển kinh tế xã hội của huyện. Trong quý I năm 2019, huyện Lâm Bình đã đón được gần 16.000 lượt khách, doanh thu xã hội từ du lịch đạt trên 9,6 tỷ đồng, vượt chỉ tiêu đặt ra trong quý I năm 2019 của huyện. Với mục tiêu phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng, Lâm Bình đang đa dạng hóa các sản phẩm du lịch trên địa bàn, triển khai thực hiện tốt mô hình cộng đồng Homestay, tích cực tuyên truyền, quảng bá và thu hút đầu tư.

*(<http://dulichlambinh.gov.vn/DetailView/2668/1/Tong-quan-du-lich.html>)*

Tuy nhiên, là một điểm đến mới, Lâm Bình đang đứng trước rất nhiều thách thức như cạnh tranh, ô nhiễm môi trường tự nhiên, xã hội và biến đổi văn hóa bản địa, đồng hóa sản phẩm du lịch. Nếu như chính quyền và ngành Du lịch địa phương không có những định hướng quyết liệt, mạnh mẽ thì rất có thể sẽ vướng vào bẫy “tăng trưởng nóng” giống như một số điểm đến khác. Do đó, rất cần thiết phải nghiên cứu những phương thức phát triển du lịch mới mang tính bền vững nhằm đối mặt với các thách thức nói trên. Một mặt khác, trong bối cảnh thay đổi của nhu cầu tiêu dùng du lịch hiện đại, sự phối hợp giữa du lịch sáng tạo và du lịch dựa vào cộng đồng có thể làm giảm bớt các tác động tiêu cực, tăng cường những ảnh hưởng tích cực. Vì vậy, việc phát triển, đa dạng hóa sản phẩm theo hướng sáng tạo, trong đó nhấn mạnh vai trò tham gia của người dân địa phương, để phân biệt sản phẩm du lịch của Lâm Bình với các điểm đến lân cận là một nhiệm vụ hết sức quan trọng và cần thiết.

#### 4. ĐỀ XUẤT PHÁT TRIỂN DU LỊCH SÁNG TẠO DỰA VÀO CỘNG ĐỒNG BẢN ĐỊA Ở HUYỆN LÂM BÌNH (TUYÊN QUANG)

Nhiều nhà nghiên cứu đã khẳng định, du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng bản địa mang lại nhiều lợi thế đặc biệt đối với các khu vực nông thôn mới phát triển (Olson & Ivanov, 2010). Du lịch sáng tạo giúp bảo tồn di sản văn hóa, khôi phục nghề thủ công truyền thống, lối sống bản địa, giúp người dân địa phương hiểu biết và tự hào về truyền thống và di sản văn hóa của họ. Du lịch sáng tạo giúp khắc phục tính thời vụ, đa dạng hóa nguồn khách, tạo việc làm, tăng thu nhập và tăng khả năng cạnh tranh cho điểm đến.

Trong bối cảnh của điểm đến nông thôn mới phát triển như ở Lâm Bình, du lịch sáng tạo nên được xem là một trong số những định hướng chủ đạo và nên sớm được đưa vào những kế hoạch, chiến lược phát triển du lịch của huyện. Bài viết xin đề xuất một số ý kiến nhằm hướng tới việc xây dựng các điều kiện để phát triển du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng ở Lâm Bình (Tuyên Quang).

*Thứ nhất, để phát triển du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng điều kiện tiên quyết mà Lâm Bình cần quan tâm phát triển đó chính là năng lực của cộng đồng bản địa.*

Trong phát triển du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng, người dân địa phương luôn được xem là thành phần “cốt lõi” bởi họ vừa là nguồn lực, là yếu tố kết nối khách với văn hóa, lối sống bản địa vừa chính là yếu tố tạo ra các giá trị đặc trưng của sản phẩm du lịch sáng tạo ở điểm đến. Sự kết nối của khách du lịch với người dân địa phương mang đến cho khách cơ hội tham gia trải nghiệm, học hỏi, hòa mình vào các giá trị văn hóa bản địa bởi người dân địa phương chính là người giúp khách phát triển khả năng sáng tạo, tìm kiếm các tri thức mới, phát triển kỹ năng sống của mình (Richards, 2011). Do vậy, để đảm bảo điều kiện phát triển du lịch sáng tạo, cộng đồng dân cư bản địa ở Lâm Bình phải được trang bị đủ các năng lực như sau:

- Cộng đồng địa phương gồm cả người dân và chính quyền ở Lâm Bình phải hiểu rõ bản chất, ý nghĩa của du lịch sáng tạo, xác định rõ vai trò của mình và có thái độ, hành động tham gia tích cực vào sự phát triển du lịch sáng tạo ở điểm đến. Chính quyền và ngành Du lịch cần có các kế hoạch, chương trình, tài liệu truyền thông cụ thể về du lịch sáng tạo để cộng đồng bản địa ở Lâm Bình hiểu rõ ý nghĩa, mục tiêu, yêu cầu và những nội dung của phương thức phát triển này.

- Cộng đồng địa phương ở Lâm Bình phải được trang bị đầy đủ những năng lực về kiến thức, kỹ năng và ngôn ngữ để có thể đủ khả năng tham gia vào du lịch sáng tạo. Hơn ai hết, cộng đồng dân cư bản địa phải là người hiểu biết sâu sắc các giá trị tự nhiên và văn hóa truyền thống tại Lâm Bình bởi họ là người dẫn dắt, giao lưu, hướng dẫn và tạo ra những trải nghiệm thú vị cho khách du lịch. Việc am hiểu sâu sắc văn hóa và đặc điểm địa phương chính là nguồn lực, là điều kiện cơ bản nhất để phát triển du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng.

- Cộng đồng địa phương cũng phải được đào tạo các năng lực từ cơ bản đến nâng cao về giao tiếp, tiếp nhận và xử lý các mối quan hệ đa văn hóa, có năng lực tốt về ngôn ngữ (ngoại ngữ, ngôn ngữ hình thể,...) để có thể truyền tải, giao lưu nhằm tạo ra những trải nghiệm thú vị cho khách du lịch.

- Cộng đồng địa phương phải chủ động trong việc tạo ra giá trị sáng tạo của sản phẩm du lịch ở địa phương mình. Không chỉ dựa trên tiềm năng của tài nguyên tự nhiên và văn hóa bản địa mà địa phương vốn có, cộng đồng địa phương còn cần chủ động sáng tạo ra những giá trị nhằm làm cho các sản phẩm du lịch và tài nguyên du lịch trở nên phong phú, hấp dẫn, độc đáo hơn đối với khách. Các chương trình sáng tạo có thể được thực hiện ở mỗi người dân, mỗi hộ gia đình tạo môi trường và tăng cường những trải nghiệm thú vị cho khách du lịch.

*Thứ hai, để phát triển du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng, bản thân những người làm du lịch ở Lâm Bình phải hiểu rõ đặc điểm nhu cầu của khách du lịch ở những thị trường mục tiêu mà địa phương hướng tới.*

Các nghiên cứu đã cho thấy rằng, xu hướng tiêu dùng của khách du lịch đang dần thay đổi từ bị động sang chủ động đặc biệt là đối với khách du lịch văn hóa (Richards, 2006). Tuy nhiên, với mỗi thị trường và mỗi kiểu hình du lịch khác nhau, khách du lịch văn hóa nói chung và khách du lịch sáng tạo nói riêng lại có những đặc điểm nhu cầu và tiêu dùng khác biệt (Richards, 2011). Chẳng hạn, có nhiều khách du lịch muốn phát triển nhận thức, trải nghiệm học hỏi về văn hóa bản địa một cách sâu sắc nhưng cũng có những khách du lịch chỉ muốn có trải nghiệm ngắn gọn, tổng hợp về văn hóa của địa phương này trong mối quan hệ với địa phương khác. Do đó, Lâm Bình cần tăng cường ứng dụng các nghiên cứu về đặc điểm của thị trường khách du lịch văn hóa trong đó chú trọng vào thị trường khách du lịch sáng tạo và đưa nội dung này vào chiến lược, quy hoạch phát triển du lịch nhằm đảm bảo phù hợp với mỗi thị trường mục tiêu. Hiện tại, việc quy hoạch và định hướng chiến lược phát triển du lịch thường căn cứ trên cơ sở và điều kiện tồn tại của tài nguyên chứ chưa xuất phát từ nhu cầu, đặc điểm của thị trường. Do đó, cần phải có những nghiên cứu chuyên sâu về đặc điểm hành vi tiêu dùng của khách du lịch văn hóa, khách du lịch sáng tạo từ các thị trường mục tiêu để cơ sở trong xây dựng quy hoạch, chiến lược phát triển du lịch.

*Thứ ba, phối hợp với các nhóm chuyên gia và doanh nghiệp du lịch để thực hiện nghiên cứu nhằm đa dạng hóa các hình thức trải nghiệm, học tập, giao lưu của khách du lịch với cộng đồng bản địa nhằm tạo ra nhiều giá trị sáng tạo, hấp dẫn nhiều đối tượng khách du lịch khác nhau.*

Theo đánh giá chung, hiện tại ở hầu hết các địa phương khu vực trung du và miền núi phía Bắc (trong đó có tỉnh Tuyên Quang), hình thức trải nghiệm của khách du lịch tại các điểm đến ở khu vực này còn hạn chế. Sản phẩm còn đơn điệu, trùng lặp, chưa mang tính sáng tạo, phát huy được thế mạnh đặc trưng của mỗi điểm đến. Do đó, chính quyền và các cơ quan quản lý du lịch Lâm Bình cần chủ động liên kết với các doanh nghiệp và địa phương khác trong việc phát triển sản phẩm du lịch tại các địa phương, sao cho mỗi địa phương sẽ có thể phát huy được thế mạnh riêng, tạo ra những trải nghiệm sâu sắc, nâng cao chất lượng và tính hấp dẫn đặc trưng của tài nguyên và văn hóa bản địa, tăng cường năng lực cạnh tranh của mỗi điểm đến và của toàn khu vực.

Ngành Du lịch Lâm Bình cũng cần chủ động phối hợp với các chuyên gia và doanh nghiệp du lịch để thực hiện đa dạng hóa các hình thức trải nghiệm, học hỏi, giao lưu thông qua du lịch trên cơ sở tài nguyên tự nhiên và văn hóa bản địa của Lâm Bình nhằm tăng cường tính hấp dẫn của các di sản và tính sáng tạo trong sản phẩm.

*Thứ tư, phối hợp với các địa phương khác ở trong và ngoài tỉnh để đầu tư đa dạng hóa các hình thức quảng bá, xúc tiến về du lịch ở điểm đến và lựa chọn các phương pháp phù hợp nhằm marketing có hiệu quả sản phẩm du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng ở Lâm Bình*

Marketing và bán các sản phẩm du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng là một trong những yêu cầu quan trọng để có thể phát triển thành công mô hình này. Do vậy, song song với việc đầu tư nghiên cứu đa dạng hóa các hình thức quảng bá, xúc tiến, giới thiệu về địa phương và về những sản phẩm, chương trình du lịch nói chung, ngành Du lịch Lâm Bình cần xem xét đến những hình thức marketing, giới thiệu phù hợp với sản phẩm du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng. Có rất nhiều hình thức marketing đơn giản mà địa phương có thể làm để giới thiệu về du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng ở địa phương như xây dựng ấn phẩm, bộ quà tặng nhỏ từ sản phẩm thủ công của địa phương... gửi tới các khách sạn, thông qua tổ chức du lịch hoặc qua khách du lịch để

chuyển đến các khách du lịch khác; tổ chức các chuyến Farmtrip, điện thoại giới thiệu tới khách hàng và các tổ chức doanh nghiệp lữ hành về sản phẩm du lịch sáng tạo của Lâm Bình; nghiên cứu chiến lược sử dụng mạng xã hội (Facebook, Instagram, Twitter,...) để truyền thông về sản phẩm sáng tạo dựa vào cộng đồng nói riêng cũng như điểm đến Lâm Bình nói chung; đa dạng, kịp thời trong cung cấp thông tin cho khách du lịch. Kết quả khảo sát ban đầu của tác giả cho thấy, thông tin quảng bá, giới thiệu về Lâm Bình còn chưa thực sự được lan tỏa trên các phương tiện truyền thông xã hội, cũng như trong cộng đồng khách du lịch. Trong khi, đối với các sản phẩm mang tính sáng tạo hoặc sản phẩm du lịch văn hóa, công tác quảng bá, thông tin trên các mạng truyền thông xã hội để lan tỏa là hết sức cần thiết. Thông tin này sẽ góp phần vào quá trình nhận thức điểm đến, tạo động lực thúc đẩy khách du lịch trong và ngoài nước đến với Lâm Bình. Do đó, cần có các chương trình quảng bá, giới thiệu hình ảnh, giá trị nổi bật của các sản phẩm du lịch sinh thái, du lịch văn hóa, du lịch sáng tạo ở Lâm Bình bằng nhiều hình thức khác nhau và phù hợp với các thị trường mục tiêu, trong mối liên kết chặt chẽ với các điểm đến khác ở trong và ngoài nước.

*Thứ sáu, có định hướng và kế hoạch chi tiết trong dài hạn và ngắn hạn để đảm bảo sự phát triển du lịch sáng tạo mang tính trách nhiệm và bền vững.*

Đã có rất nhiều bài học về sự “tăng trưởng nóng” của du lịch gây ra tổn hại nặng nề về kinh tế, văn hóa và xã hội. Vì vậy, trong mọi định hướng phát triển du lịch, chính quyền và ngành Du lịch Lâm Bình luôn phải xác định phát triển có trách nhiệm, bền vững là mục tiêu quan trọng nhất chứ không phải là mục tiêu kinh tế, cộng đồng bản địa phải là trung tâm của sự phát triển mọi loại hình du lịch. Để phát triển đúng định hướng bền vững, thì ngành Du lịch Lâm Bình nói riêng và tỉnh Tuyên Quang nói chung cần tập trung xây dựng các chiến lược phát triển dài hạn song song với việc lập kế hoạch phát triển của mỗi năm du lịch. Việc định hướng mục tiêu trọng tâm và kế hoạch thực hiện cho mỗi giai đoạn ngắn hạn như vậy sẽ là phương cách phù hợp, giúp cho các bên tham gia vào hoạt động du lịch có thể xác định rõ vai trò, nhiệm vụ và kế hoạch hành động trọng tâm của ngành và của đơn vị mình trong phát triển du lịch sáng tạo, du lịch có trách nhiệm ở mỗi thời điểm cụ thể.

## KẾT LUẬN

Các nghiên cứu trước đây đã khẳng định, du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng bản địa mang lại nhiều lợi thế đặc biệt đối với các khu vực nông thôn mới phát triển (Olson & Ivanov, 2010). Du lịch sáng tạo giúp bảo tồn di sản văn hóa, khôi phục nghề thủ công truyền thống, lối sống bản địa, giúp người dân địa phương hiểu biết và tự hào về truyền thống và di sản văn hóa của họ. Du lịch sáng tạo giúp khắc phục tính thời vụ, đa dạng hóa nguồn khách, tạo việc làm, tăng thu nhập và tăng khả năng cạnh tranh cho điểm đến.

Trong bối cảnh của điểm đến nông thôn như Lâm Bình, việc phát triển, đa dạng hóa sản phẩm theo hướng sáng tạo, trong đó nhấn mạnh vai trò tham gia của người dân địa phương, để phân biệt sản phẩm du lịch của Lâm Bình với các điểm đến lân cận là một nhiệm vụ hết sức quan trọng và cần thiết.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. ERTS, 2013, Sổ tay du lịch dựa vào cộng đồng Việt Nam: Phương pháp tiếp cận dựa vào thị trường, Tài liệu thuộc Chương trình phát triển năng lực du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội do Liên minh Châu Âu tài trợ và Quỹ quốc tế về Bảo tồn thiên nhiên Việt Nam (WWF).



2. Richards, G. and Wilson, J. (2006), 'Developing Creativity in Tourist Experiences: A Solution to the Serial Reproduction of Culture', *Tourism Management*, số 27, tr. 1209 – 1223. Richards, G. (2011), 'Creativity and Tourism', *Annals of Tourism Research*, số 38, tr. 1225-1253.
3. Richards, G., & Marques, L. (2012), 'Exploring Creative Tourism', Special Issue of the *Journal of Tourism Consumption and Practice*, số 4 (2), Retrieved from [www.tourismconsumption.org](http://www.tourismconsumption.org).
4. Richards, G. (2014), 'Creativity and tourism in the city', *Current Issues in Tourism*, số 17, tr. 119-144.
5. Rossitza Ohridska-Olson, R. & Ivanov, S. (2010), *Creative Tourism Business Model And Its Application In Bulgaria*, Cited 2012-05-21 Available from Internet, [http://culturalrealms.typepad.com/files/creativetourismbm\\_article\\_1\\_lr.pdf](http://culturalrealms.typepad.com/files/creativetourismbm_article_1_lr.pdf)
6. Tan, S.K & Luh, D.B & Kung, S.F, (2014), 'A Taxonomy Of Creative Tourists In Creative Tourism', *Tourism Management*, số 42 (2014), tr. 248 – 259.
7. Trương Xuân Quý và nnk (2016), *Cẩm nang du lịch Tuyên Quang*, Trung tâm xúc tiến đầu tư tỉnh Tuyên Quang, Giấy phép xuất bản số 95/GP-STTTT Tuyên Quang.
8. UNESCO (2006), 'Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism Discussion' Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism Santa Fe, New Mexico, USA October 25–27, 2006.
9. Wurzbürger, R. & cộng sự (2010), *Creative Tourism: A Global Conversation*, Introduction to the Santa Fe & UNESCO International Conference: A global conversation on best practices and new opportunities, (pp. 15 – 25), Santa Fe: Sunstone Press.

## **SUSTAINABLE DEVELOPMENT THROUGH COMMUNITY - BASED CREATIVE TOURISM: CASE STUDY IN LAM BINH DISTRICT, TUYEN QUANG PROVINCE**

**Dao Minh Ngoc, Hoang Thi Lan Huong**

*National Economics University*

**Mai Hien**

*Ha Noi Metropolitan University*

### **Abstract**

The paper addresses the nature, concept and initiatives to develop communitybased creative tourism in rural tourism destination. The recommendations aim to exploit the conditions for creative tourism development of a destination by recognizing the natural potentials and characteristics and local culture. In this study, the destination of Lam Binh (Tuyen Quang) was chosen as a case study due to its unique values of natural resources and local culture. The study also points out how creative tourism can bring sustainable development and benefits to small communities as Lam Binh.

### **Keywords**

Creative tourism, community - based tourism

## SỰ HẤP DẪN VÀ ĐỘC ĐÁO CỦA LOẠI HÌNH DU LỊCH HOMESTAY Ở LÂM BÌNH, TỈNH TUYÊN QUANG

Vũ Trà Giang

*Trường Cao đẳng Kinh tế công nghiệp Hà Nội*

Trần Toàn Trung

*Học viện Hành chính Quốc gia*

### Tóm tắt

Du lịch cộng đồng Homestay là một loại hình “du lịch xanh” phù hợp với các du khách yêu thích khám phá văn hóa tại các nước bản địa. Nhằm phát triển một ngành “kinh tế xanh” có sức cạnh tranh và đóng góp vào sự phát triển kinh tế - xã hội của cộng đồng địa phương, du lịch homestay đã, đang là hướng đi mới và phát triển rộng ở nhiều xã ở huyện Lâm Bình, Tuyên Quang, bước đầu tạo được ấn tượng tốt đối với khách du lịch trong và ngoài nước. Đến với Lâm Bình, Tuyên Quang, du khách không chỉ được hòa mình với thiên nhiên, mà còn có những trải nghiệm chân thực về văn hóa của người dân địa phương. Tuy nhiên, loại hình này vẫn chưa thực sự được các cấp, các ngành và cả chính những hộ làm dịch vụ du lịch homestay quan tâm, chú trọng đúng mức. Vì vậy, để du lịch homestay thực sự là loại hình độc đáo, hấp dẫn, thu hút du khách cần có sự nghiên cứu, xây dựng chương trình hành động cụ thể nhằm “*mở lối đi riêng*” cho loại hình du lịch homestay, góp phần thúc đẩy du lịch Lâm Bình ngày càng phát triển bền vững.

### Từ khóa

Du lịch homestay, du khách, Lâm Bình, Tuyên Quang

### 1. KHÁI QUÁT VỀ MÔ HÌNH DU LỊCH HOMESTAY Ở HUYỆN LÂM BÌNH, TUYÊN QUANG

Lâm Bình là huyện có tiềm năng phát triển du lịch ở tỉnh Tuyên Quang, được thiên nhiên ban tặng cho hệ sinh thái đa dạng đến từ các khu rừng nguyên sinh, là nơi lưu giữ những giá trị văn hóa truyền thống đặc sắc của các dân tộc. Đây là điểm đến thú vị, khá mới mẻ với khách du lịch nhờ vào chính sách đầu tư và công tác xúc tiến, quảng bá, du lịch Lâm Bình dần khẳng định được nét riêng độc đáo trong bức tranh chung của du lịch tỉnh nhà. Homestay là một trong những loại hình du lịch triển vọng ở huyện Lâm Bình, bước đầu thu hút được nhiều lượt du khách tham quan và có hiệu ứng khá tốt, không chỉ hấp dẫn du khách bởi bản sắc văn hóa, mà còn là nơi để họ khám phá và hòa mình với vẻ đẹp của thiên nhiên hoang sơ và cảnh sắc hùng vĩ. Du khách đến đây đã ưu ái đặt cho vùng đất Lâm Bình với cái tên “*Hạ Long trên núi*” bởi vẻ đẹp sơn thủy hữu tình của cảnh sắc nơi đây.

Du lịch tại nhà dân hay còn gọi là du lịch Homestay xuất hiện ở Lâm Bình từ năm 2016, nhưng đến năm 2017 mới thực sự phát triển và thu hút đông đảo du khách trong nước, du khách nước ngoài tham gia. Hiện nay, toàn huyện có nhiều hộ gia đình tham gia phát triển loại hình du lịch Homestay, tập trung ở các xã Lăng Can, Khuôn Hà và Thượng Lâm. Hàng năm, Lâm Bình thu hút hàng nghìn lượt du khách, trong đó có nhiều du khách nước ngoài. Điều đáng nói là khi tham gia làm du lịch, vấn đề vệ sinh môi trường được người dân ý thức hơn. Các hộ gia đình làm

du lịch đều tự giác giữ gìn nhà cửa sạch sẽ gọn gàng, nhận thức về bảo tồn, gìn giữ giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc cũng được nâng cao. Những giá trị văn hóa truyền thống được bà con lưu giữ, phát triển cùng với sự mạnh dạn của người dân trong phát triển du lịch Homestay, góp phần nâng cao thu nhập cho các hộ gia đình trên địa bàn. Những thay đổi tư duy của người dân về du lịch đã mở ra tín hiệu tốt về hướng phát triển du lịch mới bền vững và hứa hẹn Lâm Bình sẽ trở thành điểm đến hấp dẫn với du khách gần xa.

Nghị quyết Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang lần thứ XVI, nhiệm kỳ 2015 - 2020 đã xác định: Khai thác tiềm năng để phát triển du lịch là một trong 3 khâu đột phá của tỉnh. Đây là chủ trương đúng đắn của Đảng bộ tỉnh, nhằm mục tiêu phát triển kinh tế và nâng cao đời sống vật chất, tinh thần cho nhân dân. Nhiều du khách đến đây như bị mê hoặc bởi vẻ đẹp thuần khiết, hùng vĩ của thiên nhiên; có du khách không dứt ánh mắt ra khỏi những ngôi nhà sàn trầm mặc rêu phong hay bậc cầu thang nghiêng chiều nắng đổ bên thung lũng xanh màu núi, màu rừng; có du khách say sưa với cô gái Tày miệt mài bên khung cửi, một vẻ đẹp mộc mạc giữ chân nhiều vị khách mỗi lần ghé thăm. Buổi sớm tinh giắc trong ồn ào của tiếng gà gáy gọi bản, trong se se lạnh của vùng cao, mỗi du khách thích thú với sự thanh bình bên những ngôi nhà sàn trên núi. Các làng nghề truyền thống, ẩm thực dân tộc, văn hóa văn nghệ như: hát then, hát cọi của người Tày, hát Páo Dung của người Dao bắt đầu được khôi phục và bảo tồn để phục vụ du khách. Với loại hình du lịch Homestay, du khách không chỉ được khám phá, mà còn được trải nghiệm cùng sống, cùng ăn, cùng ở với người dân bản địa.

Bắt tay vào thực hiện mô hình, huyện đã phối hợp với Công ty cổ phần Tư vấn Bảo tồn Di sản Toàn cầu xây dựng Đề cương nhiệm vụ và Kế hoạch thực hiện Đề án xây dựng và vận hành mô hình du lịch cộng đồng nhằm bảo tồn và phát triển bền vững Làng văn hóa dân tộc Tày các thôn: Nà Đông và Nà Tông (xã Thượng Lâm), Nà Muông (xã Khuôn Hà) và Nậm Đíp (xã Lăng Can). Hiện nay, huyện đang tập trung nguồn vốn hỗ trợ đầu tư phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng thiết yếu vào các điểm du lịch có tiềm năng phát triển, ưu tiên du lịch văn hóa, sinh thái và du lịch cộng đồng homestay. Đầu tư xây dựng các làng văn hóa gắn với phát triển du lịch cộng đồng như làng Văn hóa - du lịch thôn Nà Tông, Nà Đông, xã Thượng Lâm; Nà Muông, xã Khuôn Hà; Nậm Đíp, xã Lăng Can. Đặc biệt vừa qua, Khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang - Lâm Bình vinh dự được công nhận danh thắng Quốc gia đặc biệt. Ngay sau khi được công nhận, huyện đã tập trung chú trọng phát triển và tái tạo lại các giá trị văn hóa của các dân tộc đã bị mai một, hướng dẫn người dân làm du lịch bền vững; khảo sát, xây dựng, triển khai tổ chức các làng du lịch cộng đồng homestay trên địa bàn huyện; xây dựng cơ sở vật chất, đảm bảo vệ sinh môi trường và các điều kiện cần thiết phục vụ du khách, gắn với tour, tuyến du lịch, sản xuất các sản phẩm lưu niệm đặc thù địa phương. Đặc biệt, Lâm Bình tổ chức các tour du lịch lòng hồ thủy điện Tuyên Quang kết hợp khám phá thác Khuổi Nhi, thác Khuổi Súng, động Song Long, từng bước đưa du lịch cộng đồng trở thành ngành Kinh tế mũi nhọn.

## **2. THỰC TRẠNG DU LỊCH HOMESTAY Ở HUYỆN LÂM BÌNH, TUYÊN QUANG HIỆN NAY**

Du lịch homestay - loại hình du lịch cộng đồng, trải nghiệm đã, đang là một loại hình dịch vụ mới trên địa bàn huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang. Đây là loại hình du lịch gắn với đời sống của người dân, trong đó có các dịch vụ như: Du lịch nông thôn, du khách sẽ được sống cùng người dân, hòa mình vào những công việc thường ngày của họ và tìm hiểu văn hóa truyền thống dân tộc tại địa phương; du lịch ẩm thực, văn hóa, du khách sẽ được thưởng thức các món ăn đặc sắc, hòa mình vào những điệu múa, hát truyền thống... Khi tham gia các loại hình du lịch này, du khách sẽ cùng sống, sinh hoạt trong các gia đình để tìm hiểu những phong tục tập quán

của người dân nơi đây, cùng tham gia vào các hoạt động của người dân. Tối đến, trong những nếp nhà sàn, du khách có thể thưởng thức những món ăn truyền thống của người dân bản địa hấp dẫn như: Thịt trâu hun khói, cá nướng, măng đắng, lợn rừng quay, cá suối, rau rừng... trong tiếng hát Then, đàn Tính, ngắt ngây trong men rượu ngô thơm ngọt, lửa trại đặc sắc của đồng bào dân tộc Tày...

Tuy mới hình thành trong thời gian ngắn, nhưng du lịch homestay ở huyện Lâm Bình khá hấp dẫn đối với du khách. Thông qua các hoạt động “cùng ăn, cùng ở, cùng làm” với các hộ gia đình, du khách được trải nghiệm và hiểu về đời sống cũng như văn hóa của người dân địa phương. Ai đã từng trải nghiệm dịch vụ homestay tại huyện Lâm Bình đặc biệt ấn tượng với phong cảnh nguyên sơ, tự nhiên của mảnh đất nơi đây. Cùng bạn bè tham quan và nghỉ dưỡng; cùng trò chuyện, ăn uống, cùng lao động sản xuất và khám phá những nét văn hóa riêng của người dân bản xứ. Loại hình du lịch này được các cấp ủy, chính quyền tỉnh Tuyên Quang quan tâm, tạo điều kiện cho các hộ gia đình làm du lịch một cách bền vững, phần nào thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch.

Huyện Lâm Bình có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch homestay. Thời gian qua, huyện đã thống kê, rà soát các hộ có đủ điều kiện làm du lịch homestay; tổ chức cho các hộ đi tập huấn, tham quan một số mô hình homestay tiêu biểu trong tỉnh. Qua Lễ hội Lồng tồng và Ngày hội Văn hóa các dân tộc trong huyện. Lễ hội Nhảy lửa của đồng bào dân tộc Pà Thẻn xã Hồng Quang. Các lễ hội của huyện mang đậm màu sắc dân gian độc đáo, thu hút đông đảo du khách trong và ngoài tỉnh vào những dịp đầu xuân. Nhiều gia đình mới bắt đầu làm quen, đưa dịch vụ này vào khai thác đã thu được những tín hiệu tích cực. Huyện Lâm Bình đã triển khai thực hiện đề án Du lịch cộng đồng, nhằm bảo tồn và phát triển bền vững Làng văn hóa dân tộc Tày các ở các thôn: Nà Đông và Nà Tông (Thượng Lâm), Nà Muông (Khuôn Hà), Nậm Đíp (Lãng Can) với nhiều hộ tham gia. Bên cạnh đó, tổ chức cho các hộ dân tham quan, học tập kinh nghiệm, làm du lịch cộng đồng tại huyện Quang Bình (Hà Giang) và huyện Mai Châu (Hòa Bình). Tổ chức các lớp tập huấn nâng cao năng lực, kỹ năng làm du lịch cộng đồng cũng như hoàn thành việc chỉnh trang khuôn viên nhà cửa, bổ sung cơ sở vật chất cho các hộ thực hiện mô hình. Thành lập các đội văn nghệ, tổ chức tập luyện các tiết mục văn nghệ truyền thống phục vụ khách du lịch. Hoàn thành xây dựng bản đồ, tour, tuyến du lịch, bổ sung thêm nhiều dịch vụ du lịch như: chèo thuyền kayak trên lòng hồ, trải nghiệm homestay, câu cá... phục vụ du khách.

Bên cạnh những mặt tích cực, việc tổ chức du lịch homestay ở huyện Lâm Bình còn nhiều hạn chế, phát triển chưa hết tiềm năng, thế mạnh vốn có của địa phương. Cụ thể như sau:

*Một là*, loại hình du lịch homestay chưa thực sự được các cấp, các ngành và cả chính những hộ làm dịch vụ du lịch quan tâm, chú trọng đúng mức. Nhiều du khách đã đánh giá, sản phẩm du lịch cộng đồng tại các bản văn hóa du lịch của huyện Lâm Bình so với các huyện và tỉnh thành khác còn nghèo nàn và đơn điệu; cơ sở vật chất phục vụ du khách chưa được đầu tư đầy đủ; cách quản lý, hướng dẫn du khách chưa chuyên nghiệp. Hầu hết mới chỉ dừng lại ở hai hình thức là thưởng thức ẩm thực dân tộc và giao lưu văn nghệ. Thượng Lâm hiện là xã có nhiều hộ phát triển dịch vụ homestay nhất trên địa bàn huyện Lâm Bình (6 hộ), tập trung ở 2 thôn Nà Đông và Nà Tông. Người dân của 2 thôn chủ yếu là người dân tộc Tày. Đa số các hộ gia đình làm dịch vụ homestay mới chỉ đáp ứng cho du khách về dịch vụ ăn uống, nghỉ và thưởng thức các tiết mục văn nghệ, còn các phong tục tập quán, bản sắc văn hóa chưa được khai thác triệt để.

*Hai là*, sự liên kết trong tổ chức du lịch homestay ở huyện Lâm Bình còn mờ nhạt. Thực tế, các hộ gia đình tham gia cung ứng dịch vụ du lịch mang tính tự phát khá nhiều. Đồng thời, sự thỏa thuận hợp tác giữa các hộ gia đình tham gia tổ chức du lịch homestay với công ty du lịch

vẫn lỏng lẻo, “hợp đồng miệng” khá phổ biến. Chính điều này dẫn đến sự không đồng nhất về sản phẩm dịch vụ, tình trạng cạnh tranh không lành mạnh giữa các hộ cung ứng dịch vụ, sự yếu kém trong tổ chức du lịch homestay. Đây là các vấn đề đặt ra cần sớm có giải pháp khắc phục.

*Ba là*, trình độ chuyên môn nghiệp vụ của các hộ gia đình cung ứng dịch vụ du lịch homestay còn nhiều hạn chế. Phần lớn các hộ cung ứng dịch vụ ở huyện Lâm Bình đều tham gia cung ứng dịch vụ với đặc điểm “cây nhà lá vườn”, sự am hiểu về đặc điểm loại hình du lịch homestay hạn chế. Xét về trình độ chuyên môn nghiệp vụ, đặc biệt là sự hiểu biết về nhu cầu, đặc điểm của khách du lịch là vấn đề bất cập. Sự hạn chế về trình độ ngoại ngữ cũng ảnh hưởng phần nào đến chất lượng dịch vụ du lịch homestay.

*Bốn là*, thiếu tính đa dạng, đặc trưng, chuyên biệt của sản phẩm du lịch. Các sản phẩm dịch vụ của hộ gia đình tổ chức du lịch homestay ở huyện Lâm Bình mang đặc thù của vùng cao, hầu hết các hộ gia đình đều thực hiện các loại hình dịch vụ tập làm nông, xem biểu diễn nghệ thuật, quà tặng lưu niệm... Khả năng sáng tạo, thay đổi sản phẩm dịch vụ hầu như không có; vì thế, khó lòng giữ chân khách du lịch trong tương lai.

*Năm là*, công tác quảng bá hình ảnh du lịch homestay ở huyện Lâm Bình còn “nghèo nàn”. Mặc dù, chính quyền địa phương huyện Lâm Bình có hỗ trợ quảng bá hình ảnh du lịch homestay; tuy nhiên, nội dung và tần suất còn mờ nhạt. Đối với những hộ dân tổ chức du lịch homestay thì sự hiểu biết về công tác tiếp thị rất khiêm tốn. Bảng hiệu quảng cáo tại nhà riêng là công cụ quảng bá duy nhất ở hầu hết các hộ gia đình cung ứng dịch vụ du lịch homestay. Trong khi đó, xuất phát từ sự kết hợp mờ nhạt giữa công ty du lịch với các hộ gia đình tổ chức du lịch homestay, phần lớn công ty du lịch chưa mặn mà với các tour homestay; từ đó, công tác tiếp thị cho loại hình du lịch này vẫn chưa được đầu tư đến nơi đến chốn.

Trên thực tế, các đơn vị lữ hành không mặn mà với loại hình du lịch này và không coi đây là một sản phẩm chính thống để khai thác. Khảo sát qua một số hãng lữ hành lớn trên địa bàn Hà Nội như Vietravel, Vietrantour, Hanoitourist, HanoiRedtours... tất cả các đơn vị này đều khẳng định không có tour homestay cố định và có sẵn để phục vụ du khách. Hầu hết chỉ tổ chức những tour du lịch homestay khi du khách có nhu cầu; song, thực tế số du khách này cũng không nhiều và không thường xuyên. Du khách yêu thích loại hình du lịch homestay chủ yếu là người trẻ, ưa khám phá, yêu văn hóa Việt Nam hoặc đến Việt Nam nhiều lần và họ thường tự túc đi, ít khi đặt dịch vụ qua các công ty du lịch.

Không có nguồn khách ổn định do lữ hành đưa tới, đa số du khách đến với các điểm du lịch homestay hiện nay đều do tự phát và không thường xuyên. Nhiều điểm du lịch homestay du khách đến nườm nượp, cũng không ít điểm lâm vào tình trạng ế ẩm, thậm chí người dân phải ôm nợ vì không thu hút được du khách. Bên cạnh đó, nhiều địa phương đưa vào khai thác tràn lan các tour du lịch cộng đồng, nhưng không có chiến lược đầu tư và quản lý hiệu quả nên không tạo được dấu ấn riêng, chất lượng, cơ sở vật chất và nguồn nhân lực chưa đáp ứng nhu cầu của du khách. Nhiều nơi còn chưa xây dựng được nhà vệ sinh công cộng phục vụ du khách.

Nhiều điểm du lịch cộng đồng còn không có sản phẩm lưu niệm đặc trưng của địa phương. Du khách đến thăm không biết mua gì làm vật kỷ niệm ngoài những bức ảnh tự chụp. Việc giải quyết nhu cầu ăn uống, ngủ nghỉ tại chỗ theo nhu cầu của du khách ở nhiều điểm homestay khá khó khăn. Nhiều đoàn tham quan muốn sống và trải nghiệm cuộc sống với bà con dân tộc, nhưng không gian và chất lượng chỗ ở chưa thể đáp ứng. Hình thức hoạt động của loại hình du lịch này mới chỉ mang ý nghĩa tham quan, hưởng thụ môi trường là chính, còn việc tìm hiểu lối sống, văn hóa của người dân bản địa để cảm nhận cái hay, cái đẹp vẫn chưa đạt được.

### 3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP TĂNG TÍNH HẤP DẪN, ĐỘC ĐÁO VỀ DU LỊCH HOMESTAY Ở HUYỆN LÂM BÌNH, TUYÊN QUANG HIỆN NAY

Du lịch cộng đồng là loại hình phù hợp với xu thế thời đại, đáp ứng nhu cầu khám phá của đông đảo du khách muốn tìm hiểu bản sắc văn hóa dân tộc truyền thống. Để homestay thực sự là loại hình thu hút khách du lịch, góp phần thúc đẩy du lịch của huyện Lâm Bình ngày càng phát triển cần có một số giải pháp sau:

*Thứ nhất*, cần giữ nguyên văn hóa bản địa, đó cũng là mong muốn của du khách khi chọn loại hình du lịch cộng đồng. Sự định hướng, quan tâm của cấp ủy, chính quyền và các ngành liên quan huyện Lâm Bình để giúp các hộ dân gìn giữ được những nét văn hóa truyền thống vốn có; bởi, với tốc độ đô thị hóa nhanh như hiện nay thì nhiều giá trị truyền thống đang bị mai một.

Hướng phát triển du lịch cộng đồng phải gắn với phát triển kinh tế địa phương, tôn trọng những giá trị văn hóa bản địa, giá trị cộng đồng thì du lịch cộng đồng mới phát triển đúng hướng và bền vững. Cần chú trọng tuyên truyền các hộ dân giữ nguyên hiện trạng, cảnh quan, kiến trúc, trang phục truyền thống, tạo không gian văn hóa đậm đà bản sắc. Cùng với việc khôi phục nghề trồng bông, dệt vải, các hộ dân nên hướng dẫn khách du lịch tham gia trải nghiệm dệt thổ cẩm. Ngoài ra, mỗi thôn, bản thành lập từ 1 - 2 đội, câu lạc bộ văn nghệ tổ chức tập luyện, biểu diễn các làn điệu dân ca, dân vũ, nhạc cụ, các trò chơi dân gian truyền thống... Qua đó, các đội, câu lạc bộ văn nghệ sẽ góp phần giới thiệu, quảng bá văn hóa truyền thống độc đáo của các dân tộc đến với du khách thập phương. Khuyến khích doanh nghiệp, người dân phát triển thêm các sản phẩm du lịch độc đáo, đặc trưng của từng vùng để vừa quảng bá văn hóa dân tộc, vừa đem lại thu nhập cho người dân.

*Thứ hai*, tạo sự liên kết chặt chẽ “3 nhà” bao gồm nhà dân, nhà nước và nhà doanh nghiệp du lịch. Trong mỗi liên kết này, nhà nước giữ vai trò trung gian kết nối giữa các hộ gia đình cung ứng dịch vụ homestay với các công ty du lịch. Ngành Du lịch huyện Lâm Bình cần thường xuyên tổ chức gặp gỡ, đối thoại giữa 3 bên để tăng cường mối liên kết hỗ trợ, tạo sự đồng thuận giữa hộ cung ứng dịch vụ du lịch với công ty du lịch. Phối hợp chặt chẽ với các hộ tham gia tổ chức du lịch homestay nhằm kịp thời hỗ trợ khi cần thiết, đồng thời, cần nghiên cứu, rà soát quy hoạch để xây dựng chiến lược phát triển loại hình du lịch homestay dài hạn.

Để có giải pháp cho việc phát triển bền vững loại hình du lịch cộng đồng Homestay, trong thời gian tới cấp ủy, chính quyền huyện Lâm Bình cần có kế hoạch phát triển phù hợp. Đó là quy hoạch lại các vùng du lịch, chú trọng phát triển và tái tạo các giá trị văn hóa của các dân tộc đã bị mai một và hướng dẫn người dân làm du lịch một cách bền vững. Đồng thời, chú trọng đầu tư cơ sở vật chất, hạ tầng, vật chất kỹ thuật để phục vụ cho du lịch, có như vậy thì du lịch Lâm Bình mới phát triển xứng với tiềm năng, lợi thế của địa phương.

Tiếp tục huy động các nguồn lực đầu tư hạ tầng du lịch bên thủy xã Thượng Lâm, tăng cường tuyên truyền, quảng bá, kết nối các tour, tuyến du lịch; tổ chức tốt các lễ hội truyền thống, bảo tồn, tôn tạo và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống các di tích, danh lam, thắng cảnh phục vụ phát triển du lịch; chú trọng phát triển và nâng cao chất lượng các dịch vụ du lịch, nhất là du lịch cộng đồng Homestay

*Thứ ba*, nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ của cộng đồng cung ứng dịch vụ du lịch. Đầu tiên, các hộ gia đình tham gia tổ chức du lịch homestay cần tích cực học tập, nâng cao trình độ học vấn, trình độ ngoại ngữ cũng như các kiến thức, kỹ năng về nghiệp vụ du lịch. Bên cạnh đó, các hộ cung ứng dịch vụ du lịch cần tích cực tham gia các lớp tập huấn kỹ năng, nghiệp vụ chuyên môn do chính quyền địa phương và công ty du lịch tổ chức, đồng thời không ngừng

ngiên cứu, tìm hiểu nắm bắt nhu cầu du khách để kịp thời điều chỉnh sản phẩm dịch vụ cung ứng, thỏa mãn nhu cầu ngày càng cao của khách du lịch. Các hộ gia đình tham gia tổ chức du lịch homestay cần tích cực trao đổi kinh nghiệm thông qua các chuyến giao lưu, tham quan thực tế đối với các mô hình tổ chức du lịch homestay thành công nhằm nâng cao khả năng tổ chức, quản lý và phục vụ du khách.

Bên cạnh đó, người dân cần có sự chủ động, tích cực học hỏi, đầu tư về cơ sở vật chất, kỹ năng nghiệp vụ và phối hợp chặt chẽ với những hộ cùng làm trên địa bàn để phục vụ du khách được tốt hơn. Từ đó, đem lại nguồn thu cho gia đình, thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của địa phương. Cần có kế hoạch đào tạo bồi dưỡng kiến thức phục vụ cho lực lượng lao động làm việc trong du lịch ở nhà dân, tăng cường công tác quảng bá xúc tiến du lịch đặc biệt là tại các hội chợ, triển lãm trong nước và quốc tế để du lịch homestay hứa hẹn sẽ trở thành một xu hướng phát triển mạnh trong tương lai.

*Thứ tư*, sáng tạo các sản phẩm dịch vụ mới lạ, đặc thù, chuyên biệt. Các điểm homestay cần chú trọng hơn nữa trong việc thiết kế các chương trình hoạt động mới lạ, hấp dẫn và chuyên biệt để phục vụ du khách, hấp dẫn. Cần quan tâm nhiều hơn đến yếu tố chất lượng lẫn số lượng các dịch vụ dành cho du khách. Ngoài các hoạt động hiện tại, các hộ gia đình có thể thiết kế thêm các hoạt động khác như: thử tài chăn nuôi, học cách trồng rau sạch, thử tài nấu ăn,... hay các hoạt động giao lưu văn hóa nghệ thuật đặc trưng của từng địa phương.

Cần kết hợp kinh doanh homestay với những dịch vụ mới lạ. Để kinh doanh homestay thu hút khách đông không chỉ cần mới lạ về phong cách, có nhiều góc để các du khách chụp hình, phòng ốc thoải mái, chất lượng phục vụ tốt mà còn cần đi kèm một vài dịch vụ khác để phục vụ các nhu cầu ăn chơi, nghỉ ngơi, tận hưởng cuộc sống của du khách. Nếu chủ homestay là một người yêu sách, thử kết hợp thêm dịch vụ cà phê, thư viện sách viết về địa danh du lịch, để người đọc cảm nhận địa danh trước khi đến tham quan.

Tặng quà lưu niệm cho du khách đến lưu trú. Những món quà xinh xắn, thể hiện được tình cảm của chủ homestay cũng khiến du khách có dấu ấn đẹp hơn về khoảng thời gian lưu trú trong ngôi nhà của bạn. Người dân có thể chọn những món quà xinh xắn - biểu tượng của huyện Lâm Bình, Tuyên Quang có ghi logo homestay của gia đình lên đó, hoặc một bức hình kỉ niệm khách du lịch ở homestay vừa bằng tấm hình bỏ trong ví hoặc kì công hơn, có thể làm những bức thiệp, ghi lời cảm ơn và những lời chúc ý nghĩa dành tặng du khách. Những món quà xinh xắn dễ thương của người dân là có cơ hội được tiếp cận với bạn bè của các du khách. Từ đó, du khách sẽ giúp các hộ gia đình marketing cho thương hiệu homestay của huyện.

Bên cạnh đó, ngành Du lịch địa phương cần có những quy định, những tiêu chuẩn cụ thể cho các dịch vụ du lịch homestay làm thước đo tiêu chuẩn đối với dịch vụ cung ứng. Quan trọng hơn, để tạo nét mới lạ, đặc thù cho du lịch homestay, tránh sự trùng lặp sản phẩm giữa các huyện cần phải có một “thuyền trưởng” tạo liên kết vùng dựa trên thế mạnh, điểm đặc thù của tài nguyên du lịch huyện Lâm Bình để phát triển sản phẩm du lịch homestay ngày càng hấp dẫn du khách trong và ngoài nước.

*Thứ năm*, xây dựng chiến lược quảng bá hình ảnh du lịch homestay bài bản. Lấy những điểm mạnh nhất của homestay làm điểm tựa cho marketing. Đây là cách để các hộ gia đình tự tạo ra ưu thế cạnh tranh, nhằm thu hút sự chú ý của khách du lịch. Mỗi kiến trúc homestay đều in đậm dấu ấn cá nhân và nó mang một linh hồn riêng. Đó là thứ duy nhất có thể hấp dẫn khách du lịch đến khám phá và thưởng ngoạn.

Công thông tin về du lịch Homestay phải rõ ràng. Bên cạnh các yếu tố về xây dựng hình ảnh homestay thì một công cụ để du khách có thể tham khảo trước về homestay là rất cần thiết. Homestay của các hộ gia đình cần có một kênh để đăng tải các thông tin về homestay đơn giản nhất là thông qua facebook, hay tốt hơn cần có một website và tuyệt vời hơn nếu khách hàng có thể trải nghiệm đặt phòng luôn trên website. Mặt khác, để tránh tình trạng vượt quá đặt phòng thì homestay của các hộ gia đình cần có một phần mềm quản lý homestay để kiểm soát danh sách đặt phòng. Du khách có thể đến từ rất nhiều kênh và khả năng các hộ gia đình không kiểm soát tốt là điều hoàn toàn có thể xảy ra. Khi giải quyết được vấn đề trên, homestay của các hộ gia đình sẽ trở nên chuyên nghiệp trong mắt du khách và đó sẽ là điểm cộng ngay từ lần đầu tiên sử dụng dịch vụ.

Loại hình du lịch homestay ở huyện Lâm Bình có nhiều tiềm năng phát triển; vì vậy, không thể thiếu một chiến lược quảng bá hình ảnh du lịch homestay bài bản. Một chiến lược quảng bá bài bản cần có sự kết hợp của ngành Du lịch huyện Lâm Bình và tỉnh Tuyên Quang, công ty du lịch và cộng đồng tham gia tổ chức du lịch. Sự thống nhất về hình ảnh, phương tiện truyền tải thông tin và các sự kiện cần được tổ chức chuyên nghiệp, quy mô và mang tính định kỳ. Bên cạnh đó, công tác xây dựng và quảng bá thương hiệu “du lịch homestay” ở huyện Lâm Bình cũng cần được ngành Du lịch tỉnh Tuyên Quang, công ty du lịch và cộng đồng tổ chức du lịch homestay quan tâm, đầu tư đúng mức.

Tận dụng tiềm năng, lợi thế về cảnh quan thiên nhiên đẹp, sự đa dạng và phong phú trong đời sống văn hóa của bà con các dân tộc thiểu số trên địa bàn. Người dân Lâm Bình đã đầu tư thử nghiệm du lịch Homestay và việc phát triển loại hình du lịch này đã mang lại nguồn thu đáng kể cho bà con. Là địa bàn vùng sâu, vùng xa nhất tỉnh Tuyên Quang, trong khi chưa thu hút được nhà đầu tư lớn, huyện Lâm Bình đã tập trung chỉ đạo phát triển du lịch cộng đồng (Homestay). Đây là hướng đi đúng, bước đầu thu hút khách du lịch trong nước và quốc tế đến thưởng ngoạn thắng cảnh đẹp và bản sắc văn hóa các dân tộc thiểu số nơi đây.

## KẾT LUẬN

Như vậy, loại hình du lịch homestay ở huyện Lâm Bình không chỉ có tác động tích cực đến sự phát triển chung của du lịch tỉnh Tuyên Quang, mà còn tác động sâu sắc đến xã hội như: tăng cường giáo dục ý thức về bảo vệ môi trường, bảo tồn các di tích văn hóa, lịch sử của người dân bản địa và du khách; tạo ra sự giao lưu văn hóa, phong tục tập quán giữa các dân tộc và các quốc gia khác nhau; tăng cường các mối quan hệ trong cộng đồng người dân; giáo dục ý thức về phong cách ứng xử trong cộng đồng người dân. Đồng thời, loại hình du lịch này cũng có tác động đến kinh tế tỉnh Tuyên Quang như: thu hút các nhà đầu tư vào du lịch và các lĩnh vực hệ thống giao thông, trường học, mở rộng và nâng cấp các làng nghề truyền thống, trùng tu các di tích lịch sử... tạo ra nguồn thu nhập cho người dân, tạo cơ hội việc làm cho nhiều hộ gia đình.

Kinh doanh loại hình du lịch homestay góp phần xóa đói giảm nghèo cho người dân và bảo tồn di sản, bảo vệ môi trường sinh thái, nâng cao lòng tự hào và tình yêu quê hương của người dân địa phương, giúp ngành Du lịch phát triển bền vững. Bằng cách tham gia sống, ăn, ở và sinh hoạt như thành viên trong gia đình bản địa không những là một trải nghiệm thú vị, mà còn tạo cơ hội để khách quốc tế kết bạn với người bản xứ. Homestay giúp quảng bá hình ảnh về đất nước và con người một cách gần gũi và chân thật nhất, tạo môi trường thuận lợi để phát triển ngôn ngữ, kỹ năng giao tiếp, mở rộng kiến thức về các nền văn hóa khác nhau từ các nước. Tuy nhiên, để phát triển loại hình du lịch này cần có sự đồng thuận rất lớn giữa Nhà nước, chính quyền địa phương, người dân, các công ty tổ chức du lịch và du khách. Thông qua những giải pháp được đề xuất trong bài viết, tác giả kỳ vọng ngành Du lịch tỉnh Tuyên Quang, công ty du lịch và cộng



đồng tổ chức du lịch homestay cần nghiên cứu, xây dựng chương trình hành động cụ thể nhằm tìm hướng đi riêng cho loại hình du lịch homestay ở huyện Lâm Bình.

### Tài liệu tham khảo

1. Ninh Thị Kim Anh (2013), Du lịch homestay cộng đồng - kinh nghiệm du lịch homestay ở Việt Nam và một số quốc gia. Trường Đại học Nha Trang, Kỷ yếu Hội thảo KH cấp bộ môn.
2. Minh Hoa (2018), Du lịch homestay: Giải pháp để phát triển bền vững, Báo điện tử Tuyên Quang online.
3. Bích Ngọc (2017), Cuộc sống ở bản làng Việt Nam qua góc nhìn của du khách “homestay”, Báo dân trí
4. Nghị quyết Đại hội đại biểu Đảng bộ huyện Lâm Bình lần thứ I, nhiệm kỳ 2015 - 2020.
5. Tài liệu lớp Bồi dưỡng kiến thức Quản lý Nhà nước về du lịch homestay, Trung tâm Bồi dưỡng nghiệp vụ và dịch vụ văn hóa, thể thao, du lịch, 4/2013.
6. Đỗ Thị Thanh Vinh (2013), Ảnh hưởng của văn hóa cộng đồng đến việc phát triển mô hình du lịch Homestay, Trường Đại học Nha Trang, Kỷ yếu Hội thảo Khoa học cấp bộ môn.
7. Anh Vũ (2008), Tuyên Quang phát triển bền vững nhờ du lịch homestay, Cổng thông tin Điện tử Tuyên Quang.

## THE ATTRACTIVENESS AND ORIGINALITY OF HOMESTAY TOURISM IN LAM BINH, TUYEN QUANG PROVINCES TODAY

**Vu Tra Giang**

*Hanoi College of industrial Economics*

**Tran Toan Trung**

*National Academy of Public Administration*

### Abstract

Community tourism homestay is a type of “green tourism” suitable for tourists who love to explore culture in native countries. In order to develop a competitive “green economy” and contribute to the socio - economic development of the local community, homestay tourism has been a new direction and developed in many communes in Lam Binh district, Tuyen Quang province, intially creating a good impression for domestic and foreign tourist. Here, everybody not only themselves with nature but slso have authentic experiences about the culture of the local people. However, this type is still not really interested in all levels, sectors and households by the households themselves. Therefore, travelling homestay is a unique type, attractive, attracting tourists need research to build a specific action program to “open a separate path” for the type of homestay tourism, contribute to promoting the sustainable development of Lam Binh tourism.

### Keywords

Tourism homestay, tourists, Lam Binh, Tuyen Quang.

## PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở HUYỆN LÂM BÌNH TRONG SỬ DỤNG NGUỒN LỰC ĐỊA PHƯƠNG

Đỗ Việt Hà

*Trường Cao đẳng Kinh tế công nghiệp Hà Nội*

### Tóm tắt

Được mệnh danh là ngành “Công nghiệp không khói”. Du lịch đã và đang trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, mang lại hiệu quả kinh tế cao, đồng thời sử dụng nguồn lực tại chỗ, góp phần xây dựng, ổn định và phát triển đất nước trong giai đoạn toàn cầu hóa. Do vậy, làm du lịch như thế nào cho phù hợp với xu thế chung của thời đại là việc làm vô cùng thiết thực đối với cả nước nói chung và của huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang nói riêng. Với mục đích đáp ứng nhu cầu về mô hình du lịch trong giai đoạn hiện nay. Bài viết tập trung làm rõ các vấn đề: Thứ nhất, các quan điểm về “du lịch cộng đồng” và “nguồn lực địa phương”; Thứ hai, vai trò của du lịch cộng đồng trong sử dụng nguồn lực địa phương; Thứ ba, ưu điểm và hạn chế của du lịch cộng đồng trong sử dụng nguồn lực địa phương; Thứ tư, một số kiến nghị về xây dựng và hoàn thiện du lịch cộng đồng ở huyện Lâm Bình trong sử dụng nguồn lực địa phương.

### Từ khóa

Du lịch cộng đồng, nguồn lực địa phương, phát triển.

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Dần chiếm giữ vị trí hàng đầu trong nền kinh tế, dịch vụ mà điển hình là du lịch ngày càng thể hiện rõ vai trò của mình trong nền kinh tế quốc dân và nó trở thành nhu cầu thiết yếu trong đời sống của xã hội hiện đại. Sự phát triển lớn mạnh của du lịch cũng đã góp phần thúc đẩy các thành phần kinh tế khác phát triển, đồng thời đóng góp vào ngân sách Nhà nước. Xuất phát từ vai trò và tầm quan trọng của du lịch đối sự phát triển của đất nước. Đảng và Nhà nước đã đưa ra quan điểm, mục tiêu nhằm hoàn thiện thể chế, chính sách cho việc phát huy tối đa lợi thế của du lịch trong giai đoạn hiện nay. Để du lịch có thể phát triển bền vững thì phải có sự tham gia đồng đẳng của người dân vào hoạt động du lịch và mô hình du lịch cộng đồng là loại hình du lịch có thể thỏa mãn yếu tố này. Du lịch cộng đồng góp phần bảo vệ tài nguyên thiên nhiên, phát huy nét văn hóa bản địa, nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân. Là một huyện miền núi của tỉnh Tuyên Quang, huyện Lâm Bình là địa danh hội đủ các yếu tố để phát triển du lịch cộng đồng một cách bền vững trong việc sử dụng tối ưu hóa nguồn lực địa phương, góp phần thúc đẩy nền kinh tế dịch vụ, đồng thời xóa đói, giảm nghèo, ổn định an ninh, chính trị trên địa bàn huyện.

### 2. NỘI DUNG

#### 2.1. Quan điểm về “du lịch cộng đồng” và “nguồn lực địa phương”

Ngày nay, du lịch đã trở thành một hoạt động không thể thiếu, là món ăn mang giá trị tinh thần phong phú. Thực tế hoạt động du lịch đã xuất hiện rất sớm (thời cổ đại), được biểu hiện bằng các cuộc hành hương về miền đất thánh. Nó được xem như là thước đo để đánh giá sự phát triển của xã hội, bởi xã hội càng phát triển thì du lịch cũng có những thay đổi tích cực. Trong lịch sử, có rất nhiều các quan niệm, quan điểm và định nghĩa khác nhau về du lịch. Cùng tìm

hiểu về vấn đề này nhưng đứng góc độ khác nhau thì các học giả, các nhà nghiên cứu lại có cách nhìn nhận khác nhau về du lịch. Theo chúng tôi, *du lịch là hoạt động của con người ngoài nơi cư trú của mình với mục đích thỏa mãn nhu cầu về đời sống vật chất và tinh thần của họ.*

Với vai trò là ngành kinh tế dịch vụ, mục đích nhằm thỏa mãn và phục vụ tốt nhất cho sở thích, thị hiếu của du khách, trên thế giới hiện nay đã có rất nhiều các loại hình du lịch, sản phẩm du lịch ra đời để đáp ứng nhu cầu và gia tăng sự lựa chọn cách thức du lịch của du khách. Sự xuất hiện của du lịch cộng đồng là một trong những loại hình có thể đáp ứng được tất cả yếu tố trên, giúp con người thoát khỏi những mệt nhọc của khói bụi, của bê tông... để gần gũi với thiên nhiên, với đồng quê, được nghỉ ngơi và thư giãn. Đồng thời, đảm bảo phát triển du lịch theo hướng bền vững, mang lại lợi ích tốt nhất cho cộng đồng.

### **Du lịch cộng đồng**

Trong những năm gần đây do khủng hoảng của kinh tế toàn cầu, nhằm giảm thiểu tác động tiêu cực tới môi trường và văn hóa truyền thống địa phương. Việt Nam chủ động tập trung vào hướng phát triển du lịch cộng đồng, bởi du lịch cộng đồng là một loại hình du lịch do chính cộng đồng người dân phối hợp tổ chức, quản lý, làm chủ để đem lại lợi ích kinh tế và bảo vệ môi trường chung thông qua việc giới thiệu về phong cảnh, văn hóa đặc trưng của địa phương mình. Du lịch cộng đồng cũng nhằm đáp ứng mong muốn tìm hiểu và khám phá của du khách về những vùng đất mới, nơi mà du khách có thể trải nghiệm cuộc sống của những người dân nông thôn. Trên thực tế thì cũng có rất nhiều các quan điểm khác nhau về du lịch cộng đồng, như: Tổ chức Responsible Ecological Social Tours (1997) thì du lịch sinh thái cộng đồng là "*phương thức tổ chức du lịch đề cao về môi trường, văn hóa xã hội. Du lịch sinh thái cộng đồng do cộng đồng sở hữu và quản lý, vì cộng đồng và cho phép khách du lịch nâng cao nhận thức và học hỏi về cộng đồng, về cuộc sống đời thường của họ*". Nhà nghiên cứu Nicole Hausle và Wollfgang Strasdas (2009): "*Du lịch sinh thái cộng đồng là một hình thái du lịch trong đó chủ yếu là người dân địa phương đứng ra phát triển và quản lý. Lợi ích kinh tế có được từ du lịch sẽ đọng lại nền kinh tế địa phương*". Theo khoản 15 - điều 3 Luật Du lịch 2017 định nghĩa: "*Du lịch cộng đồng là loại hình du lịch được phát triển trên cơ sở các giá trị văn hóa của cộng đồng, do cộng đồng dân cư quản lý, tổ chức và khai thác và hưởng lợi*". Có thể thấy rằng, du lịch cộng đồng là loại hình du lịch do cộng đồng tổ chức, dựa vào thiên nhiên và văn hóa địa phương với mục tiêu bảo vệ môi trường, đề cao quyền làm chủ, chú ý phân bổ lợi ích rộng rãi và nâng cao chất lượng cuộc sống cho cộng đồng. Với du khách, du lịch cộng đồng tạo cơ hội tìm hiểu, nâng cao nhận thức về môi trường và giao lưu văn hóa, trải nghiệm cuộc sống thường nhật của cộng đồng.

Quan điểm phát triển du lịch của nước ta là: Phát triển nhanh và bền vững. Phát huy các lợi thế, khai thác tốt mọi nguồn lực để phát triển nhanh, có hiệu quả du lịch, đóng góp tích cực vào tốc độ tăng trưởng, thúc đẩy sự phát triển về kinh tế, văn hóa - xã hội. Đồng thời chú trọng đến các sản phẩm du lịch sinh thái và văn hóa lịch sử; chú trọng xây dựng các sản phẩm du lịch đặc sắc mang bản sắc văn hóa Việt nam, có sức cạnh tranh cao như du lịch đồng quê, miệt vườn, du lịch sinh thái ở những khu vực có hệ sinh thái đặc trưng. Với quan điểm phát triển du lịch này thì ở Việt Nam du lịch cộng đồng sẽ ngày càng chiếm vị trí tối thượng, được nhiều địa phương áp dụng nhằm phát huy lợi thế bản địa, có cơ hội trao đổi văn hóa và cải thiện đời sống xã hội, đồng thời sử dụng triệt để nguồn lực địa phương.

### **Nguồn lực địa phương**

Trong Quyết định số 432/GĐ.TTg Phê duyệt Chiến lược Phát triển bền vững Việt Nam giai đoạn 2011 - 2020. Đảng ta đã đề ra mục tiêu tổng quát "*Tăng trưởng bền vững, có hiệu quả,*

đi đôi với tiến bộ, công bằng xã hội, bảo vệ tài nguyên và môi trường, giữ vững ổn định chính trị - xã hội, bảo vệ vững chắc độc lập, chủ quyền, thống nhất và toàn vẹn lãnh thổ quốc gia”. Để đạt được mục tiêu đề ra, chúng ta cần chú trọng và quan tâm đến yếu tố nguồn lực và nhất là nguồn lực địa phương, bởi sử dụng và phát huy tốt nguồn lực sẽ góp phần giải quyết nhu cầu về việc làm, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, phát triển văn hóa, xã hội, bảo đảm quốc phòng, an ninh nâng cao đời sống nhân dân. Đồng thời khai thác và sử dụng có hiệu quả nguồn lực tài chính, ổn định kinh tế vĩ mô.

*Nguồn lực* được hiểu là tổng thể vị trí địa lý, các nguồn tài nguyên thiên nhiên, hệ thống tài sản quốc gia, nguồn nhân lực, đường lối chính sách, vốn và thị trường... cả trong nước và ngoài nước có thể được khai thác nhằm phục vụ cho việc phát triển kinh tế của một lãnh thổ nhất định. Có hai căn cứ cơ bản để phân loại nguồn lực, đó là: Căn cứ vào nguồn gốc và phạm vi lãnh thổ. Căn cứ vào nguồn gốc thì có nguồn lực: Vị trí địa lý; tự nhiên; kinh tế - xã hội. Căn cứ vào phạm vi lãnh thổ thì có nguồn lực: Trong nước và nước ngoài. Nguồn lực có vai trò quan trọng trong sự phát triển của một đất nước. Nếu biết huy động và sử dụng tốt yếu tố nguồn lực sẽ thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội một cách bền vững, ổn định, tránh được nguy cơ tụt hậu.

Theo chúng tôi, *nguồn lực địa phương* bao gồm điều kiện về vị trí địa lý, tài nguyên thiên nhiên và kinh tế - xã hội của địa phương đó. *Vị trí địa lý* được coi là nguồn lực quan trọng trong quá trình phát triển của địa phương vì vị trí địa lý là cơ sở để phân hóa sự đa dạng và phong phú về tài nguyên thiên nhiên, đồng thời tạo điều kiện cho phát triển kinh tế xã hội trong việc trao đổi giữa các vùng miền. Bên cạnh những thuận lợi thì vị trí địa lý cũng có hạn chế đáng kể như: ảnh hưởng của điều kiện tự nhiên, năng lực cạnh tranh, giao thông... *Nguồn lực tự nhiên* là cơ sở tự nhiên của địa phương, đó là những nguồn vật chất vừa phục vụ trực tiếp cho cuộc sống, vừa phục vụ cho phát triển kinh tế. Các yếu tố của nguồn lực tự nhiên góp phần tạo ra lợi thế quan trọng cho sự phát triển của địa phương, bởi không có tài nguyên thiên nhiên đất đai thì sẽ không có sự tồn tại của con người, của sự sống. *Kinh tế - xã hội* là dân cư và nguồn lao động, vốn, thị trường, khoa học kỹ thuật, công nghệ và chính sách phát triển của địa phương. Cương lĩnh xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ lên CNXH, Đảng ta nhận thấy tầm quan trọng của nhân tố con người đối với sự phát triển đất nước “Phát huy nhân tố con người trên cơ sở đảm bảo công bằng, bình đẳng về quyền lợi và nghĩa vụ công dân; kết hợp tốt tăng trưởng kinh tế với tiến bộ xã hội; giữa đời sống vật chất và đời sống tinh thần; giữa đáp ứng các nhu cầu trước mắt với chăm lo lợi ích lâu dài; giữa cá nhân với tập thể và cộng đồng xã hội” [1; 12 -13]. Đánh giá và phát huy tối đa lợi thế nguồn lực địa phương là điều kiện cơ bản để phát triển bền vững, đồng thời tránh sự tụt hậu và lạc hậu so với các địa phương khác trong khu vực. Do vậy, cần phải có cách thức phát hiện và tác động phù hợp vào nguồn lực địa phương, để nó thực sự trở thành nhân tố hàng đầu quyết định sự phát triển thắng lợi của du lịch cộng đồng tại mỗi địa phương.

## **2.2. Vai trò của du lịch cộng đồng ở huyện Lâm Bình trong sử dụng nguồn lực địa phương**

Du lịch cộng đồng là sự tổng hòa của du lịch sinh thái và du lịch bền vững, gồm các yếu tố cơ bản là: Môi trường, du lịch và cộng đồng. Là loại hình du lịch do cộng đồng tổ chức, dựa vào thiên nhiên và văn hóa địa phương với mục tiêu bảo vệ môi trường. Du lịch cộng đồng được biết đến là một loại hình du lịch gắn gũi với thiên nhiên, có tính khám phá, trải nghiệm và thụ hưởng những giá trị văn hóa giàu màu sắc bản địa. Đây là loại hình du lịch mà người dân được tham gia trực tiếp trong các hoạt động du lịch. Đồng thời cộng đồng địa phương cũng có vai trò trong việc

tổ chức, vận hành và xây dựng các sản phẩm du lịch phù hợp cho du khách dựa trên những giá trị về văn hóa, như phong tục tập quán, các di sản phi vật thể cũng như thế mạnh về cảnh quan thiên nhiên của địa phương mình. Xuất phát từ mối quan hệ giữa du lịch cộng đồng và nguồn lực địa phương nên có thể khẳng định, điều kiện tiềm năng về tài nguyên môi trường tự nhiên và văn hóa có ý nghĩa quyết định đến phát triển du lịch cộng đồng.

Theo tổ chức WTO (2004), các nguyên tắc để phát triển du lịch cộng đồng: Sử dụng tối ưu nguồn môi trường, duy trì tiến trình sinh thái chủ yếu và giúp bảo tồn nguồn tài nguyên; xác thực nền văn hóa - xã hội của cộng đồng địa phương, đảm bảo xây dựng và kế thừa văn hóa truyền thống; đảm bảo vận hành nền kinh tế lâu dài, cung cấp lợi ích kinh tế - xã hội đến tất cả những người có liên quan nhằm phân bổ công bằng. Với mục tiêu: Du lịch cộng đồng phải góp phần bảo vệ tài nguyên thiên nhiên và văn hóa; phải đóng góp vào sự phát triển của địa phương; du khách phải có trách nhiệm với môi trường và xã hội.

Với tư cách là một trong những loại hình du lịch có trách nhiệm; là hình thức du lịch dựa vào các tài nguyên thiên nhiên và bản sắc văn hóa địa phương để khai thác phục vụ khách du lịch, nhằm mang lại thu nhập cho cộng đồng trên cơ sở bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc. Trong những năm gần đây, du lịch cộng đồng phát triển nhanh và mạnh ở Việt Nam, có nhiều đột phá trong các sản phẩm du lịch, thu hút được số lượng lớn du khách trong và ngoài nước, đem lại nguồn lợi cho nền kinh tế quốc dân, giải quyết việc làm cho cộng đồng dân cư tại địa phương làm du lịch và các vùng lân cận. Đồng thời xây dựng chiến lược xóa đói giảm nghèo, bảo tồn đa dạng sinh học, bảo tồn văn hóa bản địa và phát triển kinh tế - xã hội địa phương.

Với một vị trí địa lý, khí hậu, tài nguyên rừng và dân cư thì huyện Lâm Bình có đầy đủ lý do và năng lực để phát triển du lịch cộng đồng cho phù hợp với thế mạnh của địa phương. Bởi những nơi có tài nguyên du lịch (tài nguyên liên quan đến yếu tố văn hóa và nguồn tài nguyên tự nhiên) mới có thể làm được du lịch. Trong đó, tài nguyên văn hóa của huyện gồm: Dân tộc thiểu số, tính chất văn hóa, các màn biểu diễn địa phương (hát, múa...), cảnh quan văn hóa, ẩm thực... Tài nguyên môi trường gồm: Khu vực thiên nhiên, các điểm tham quan đặc biệt như (thác nước), thể thao (chèo thuyền, leo núi). Là một huyện miền núi của tỉnh Tuyên Quang, Lâm Bình có địa hình khá phức tạp (núi đá cao, sông sâu, nhiều điểm bị chia cắt); dân cư chủ yếu là người dân tộc thiểu số; văn hóa mang yếu tố bản địa, vùng miền, chứa đựng văn hóa truyền thống của từng dân tộc. Do vậy chỉ phát triển du lịch cộng đồng mới có thể sử dụng tối ưu hóa nguồn lực địa phương của huyện.

Để có thể phát huy tối ưu vai trò của nguồn lực địa phương trong phát triển du lịch cộng đồng, huyện Lâm Bình nên tập trung phát triển các loại hình du lịch cộng đồng như:

+ Du lịch sinh thái: du lịch sinh thái là một hình thức du lịch diễn ra trong tự nhiên, quan tâm đến vấn đề bảo vệ môi trường, thúc đẩy một hệ sinh thái bền vững. Với tổng diện tích tự nhiên là 78.495,51 ha; diện tích mặt nước lòng hồ thủy điện Tuyên Quang trên 3.500 ha; nguồn tài nguyên rừng có nhiều loài cây gỗ quý: trai, sến, nghiến; cảnh đẹp tự nhiên với 99 ngọn núi cao... là điều kiện thuận lợi để Lâm Bình tập trung vào phát triển du lịch sinh thái với mục đích bảo vệ môi trường và phát triển bền vững hệ sinh thái của huyện nhà.

+ Du lịch văn hóa: Lâm Bình có nhiều yếu tố có thể thu hút du khách đến tham quan, trải nghiệm bởi đây là huyện miền núi có nhiều dân tộc thiểu số sinh sống (12 dân tộc) với các nét văn hóa truyền thống như: lễ hội nhày lửa của dân tộc Pà Thẻn; thổi kèn lá và múa khèn của

người H' Mông; Lễ hội Lòong tông, tung còn, then của người Tày;... những di tích mang giá trị tâm linh cao như chùa Phúc Lâm, đền Pú Bảo.

+ Du lịch nông nghiệp: Với diện tích đất sản xuất nông nghiệp 2.180,47 ha, màu mỡ, thích hợp với việc phát triển cây lương thực, cây công nghiệp, phát triển chăn nuôi gia súc, trồng các loại cây ăn quả ôn đới. Lâm Bình có thể xây dựng mô hình nông nghiệp như vườn cây ăn trái, trang trại thảo dược, vườn rau... để du khách có thể tham quan hoặc trực tiếp tham gia vào quá trình sản xuất nông nghiệp với các công cụ nhà nông hoặc thu hoạch mùa mà không ảnh hưởng gì đến tính chất của công việc của gia đình những người nông dân làm du lịch.

+ Du lịch bản địa: huyện Lâm Bình cần phải khuyến khích và phát triển hoạt động du lịch này, vì hoạt động du lịch bản địa là loại hình du lịch mà người dân tộc thiểu số và người dân bản địa sẽ trực tiếp tham gia vào hoạt động du lịch và nền văn hóa của họ chính là yếu tố thu hút du khách. Trên địa bàn huyện Lâm Bình hiện có 12 dân tộc, mỗi dân tộc đều có những nét văn hóa truyền thống đặc sắc riêng của dân tộc mình, với những lễ nghi và trò chơi dân gian sẽ giúp cho du khách có cơ hội trải nghiệm và hòa mình vào đời sống của người dân, tạo ra sự cộng hưởng tuyệt vời cho du lịch.

+ Du lịch làng: Với địa hình của một huyện miền núi, có núi cao, sông sâu, thác ghềnh nên việc phát triển du lịch làng là một hình thức phù hợp với du lịch của Lâm Bình. Sản phẩm du lịch này là hoạt động mà du khách có thể hoạt động và lưu trú ngay tại nhà dân hoặc các nhà nghỉ được hoạt động bởi các hợp tác xã hay cá nhân, dân làng sẽ cung cấp các dịch vụ ăn ở, tạo sự thoải mái và không gian riêng cho du khách.

Tập trung vào vận hành và phát triển các sản phẩm và loại hình du lịch cộng đồng này sẽ giúp cho huyện Lâm Bình sử dụng có hiệu quả nguồn lực của địa phương, góp phần ổn định kinh tế - xã hội mà không làm mất đi và phá vỡ môi trường sinh thái tự nhiên mà thiên nhiên đã ban tặng cho họ. Tuy nhiên, sự tác động này cũng có những ưu điểm và hạn chế riêng, chúng ta cần tìm hiểu.

### **2.3. Ưu điểm và hạn chế của du lịch cộng đồng ở huyện Lâm Bình trong sử dụng nguồn lực địa phương**

#### *2.3.1. Về ưu điểm*

- Du lịch cộng đồng ở huyện Lâm Bình sẽ cung cấp và tạo việc làm cho người dân bản địa, đặc biệt là người dân tộc thiểu số có cơ hội làm việc trong môi trường đầy tính nhân văn. Đồng thời cộng đồng dân cư có thể tận dụng tối đa lợi thế về tài nguyên thiên nhiên và văn hóa của dân tộc mình để đưa vào các hoạt động du lịch.

- Tạo điều kiện phát triển kinh tế, thu nhập bền vững từ các hoạt động du lịch như ăn, ở và bán các sản phẩm của dịch vụ du lịch của địa phương, làng xã. Bên cạnh đó còn góp phần bảo tồn, phát huy và quảng bá các giá trị truyền thống, nét văn hóa đặc sắc của các dân tộc trên địa bàn huyện.

- Có điều kiện và cơ hội trao đổi văn hóa, mục tiêu của du khách đến với du lịch cộng đồng là được tham quan và trải nghiệm sinh thái tự nhiên của Lâm Bình. Bên cạnh đó họ còn có được tìm hiểu, trải nghiệm văn hóa truyền thống của các dân tộc thông qua việc trực tiếp tham gia vào các lễ hội, các trò chơi dân gian. Việc người dân bản địa hướng dẫn du khách vào các hoạt động văn hóa đã góp phần xây dựng niềm tin, lòng tự hào, tự tôn về truyền thống văn hóa của dân tộc mình. Qua đó giúp họ thêm yêu và giữ gìn, phát huy những truyền thống văn hóa tốt đẹp đó.

- Cải thiện các dịch vụ địa phương và thị trường hàng hóa, khi du lịch cộng đồng của Lâm Bình được phát triển với quy mô lớn, sẽ thu hút lượng du khách trong và ngoài nước. Vậy để đáp ứng nhu cầu đảm bảo an toàn và mang chất lượng tốt nhất tới du khách thì các dịch vụ như giáo dục, y tế cũng phải được hoàn thiện. Đồng thời phải cung ứng những hàng hóa phù hợp với nhu cầu ăn, ở và sinh hoạt của du khách với các mặt hàng thiết yếu. Do vậy, bên cạnh các hộ làm du lịch thì huyện cũng cần khuyến khích các hộ mở các cửa hàng tạp hóa, gia dụng với các chính sách ưu đãi phù hợp.

- Ưu điểm lớn nhất của Lâm Bình khi phát triển du lịch cộng đồng, đó là sử dụng tối ưu hóa toàn bộ nguồn lực địa phương. Đồng thời, đánh thức vào nhận thức của người dân về bảo tồn nguồn tài nguyên của địa phương. Qua đó, cộng đồng có thể đánh giá đúng đắn nhất về những gì xung quanh, để họ tăng thêm niềm tự hào và kiêu hãnh về môi trường sinh thái và văn hóa của quê hương mình. Giúp họ có thêm động lực, nỗ lực bảo tồn những giá trị chung và riêng của cộng đồng địa phương.

Phát triển du lịch cộng đồng ở Lâm Bình với việc sử dụng tối ưu nguồn lực địa phương sẽ đem lại những lợi ích đáng kể về kinh tế, văn hóa, xã hội và môi trường. Tuy nhiên, nếu quá phụ thuộc vào du lịch sẽ làm xói mòn các giá trị văn hóa và cộng đồng có thể bị rủi ro theo sự dao động về nhu cầu của du lịch. Do vậy, trong quá trình thực hiện các sản phẩm du lịch cộng đồng thì Ban quản lý du lịch phối kết hợp với các cơ quan ban ngành trong huyện và người dân cần phải nghiêm túc tính toán đến những tác động tiêu cực, nhằm làm giảm thiểu tối đa tác động tiêu cực của du lịch cộng đồng lên nguồn lực địa phương huyện.

### 2.3.2. Hạn chế

- Tác động lớn đến môi trường tự nhiên, khi lượng du khách quá lớn đến với địa bàn huyện trong một thời gian ngắn thì sẽ có nguy cơ phá vỡ môi trường tự nhiên như: lượng khí thải, rác thải, ô nhiễm môi trường, gia tăng tiếng ồn... sẽ làm ảnh hưởng trực tiếp đến môi trường sống của con người và động thực vật hoang dã cũng như môi trường sinh thái tự nhiên.

- Nguy cơ tăng chi phí sinh hoạt (xăng dầu, hàng tạp hóa, nhà hàng...) và giá đất ở. Việc phát triển đại trà du lịch cộng đồng sẽ làm tăng và đẩy các chi phí sinh hoạt lên cao, điều này ảnh hưởng lớn đến cuộc sống của người dân và cả của du khách. Giá nhà đất có thể tăng lên gấp nhiều lần do nhu cầu làm du lịch phải ở khu trung tâm, mặt lộ. Vô hình chung du lịch cộng đồng đã làm cho thị trường cung cầu về bất động sản có sự mất cân đối.

- Nguy cơ gia tăng tệ nạn xã hội và tội phạm, phát triển du lịch cộng đồng của huyện Lâm Bình còn chứa đựng yếu tố về tệ nạn xã hội. Tệ nạn này không chỉ do một bộ phận nhỏ du khách hay tội phạm ở các vùng khác đến lẩn trốn núp dưới bóng khách du lịch mà còn ẩn trong chính một bộ phận người dân địa phương, vì khi làm du lịch họ sẽ có tiền để thỏa mãn sự ăn chơi xa xỉ nên dễ bị ngấm vào các tệ nạn xã hội.

- Du lịch cộng đồng còn làm đánh mất bản sắc cộng đồng, xuống cấp các giá trị văn hóa, do phát triển của du lịch nên người dân – những chủ thể của văn hóa có cơ hội tiếp biến và giao thoa với nhiều nền văn hóa khác trong nước và trên thế giới nên văn hóa bản địa đã có phần bị mai một, không còn giữ được bản sắc văn hóa cộng đồng. Chẳng hạn như việc người dân tộc thiểu số, họ không thường xuyên mặc những bộ đồ truyền thống của dân tộc mình hay những món ăn mang hương vị dân tộc... đó là biểu trưng cho bản sắc cộng đồng của mỗi dân tộc mà thay vào đó là những nét văn hóa đã có phần ngoại lai.

Để phát triển du lịch cộng đồng ở Lâm Bình. Trong bài viết này, chúng tôi mạnh dạn đưa ra một vài kiến nghị về xây dựng và hoàn thiện du lịch cộng đồng trong sử dụng nguồn lực địa phương.

### **3. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ VỀ XÂY DỰNG VÀ HOÀN THIỆN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở HUYỆN LÂM BÌNH TRONG SỬ DỤNG NGUỒN LỰC ĐỊA PHƯƠNG**

Để du lịch cộng đồng ở huyện Lâm Bình phát triển theo hướng bền vững, đảm bảo sử dụng tốt và triệt để yếu tố nguồn lực địa phương nhằm đem lại hiệu quả kinh tế, chất lượng du lịch và đặc biệt là sự hài lòng của du khách khi đến với vùng đất này. Lâm Bình cần xây dựng và hoàn thiện hướng phát triển du lịch cho phù hợp với tình hình thực tế của địa phương. Dưới đây là một số kiến nghị được đưa ra:

- *Phải lựa chọn một đội ngũ quản lý hiệu quả và nguyên tắc:* Kết quả và chất lượng của hoạt động du lịch cộng đồng dựa không nhỏ vào sự quản lý của đội ngũ những người làm công tác này, bởi họ có kỹ năng và khả năng khuyến khích làm việc nhóm, họ chuyên nghiệp và minh bạch. Đồng thời cần có cơ chế trao đổi thông tin giữa cộng đồng và đội ngũ quản lý, để ai cũng thấy vai trò và trách nhiệm của mình trong hoạt động du lịch.

- *Sự tham gia của cả cộng đồng:* Huyện nên đảm bảo cho cộng đồng phải được tham gia từ đầu các kế hoạch phát triển du lịch. Các vấn đề bàn bạc, thảo luận cần được công khai, dân chủ. Việc đưa ra các chủ trương, kế hoạch cũng như trong quá trình triển khai đều có sự tham gia của cộng đồng. Ngoài ra, cần phải tăng quyền kiểm soát, quản lý các nguồn tài nguyên thiên nhiên cho cộng đồng nhằm đạt được sự phát triển bền vững.

- *Kết hợp du lịch với tình nguyện:* Lâm Bình nên phát triển hướng du lịch cộng đồng theo hướng kết hợp với công tác tình nguyện, huyện nên cho phép và tạo điều kiện để du khách có thể giúp đỡ cộng đồng trong quá trình du lịch như: tham gia vào làm đường liên thôn xã, giúp bà con trồng cây, làm chuồng trại... với loại hình du lịch này, chắc chắn sẽ thu hút rất nhiều du khách, đặc biệt là những người trẻ tuổi (sinh viên, thanh niên...) bởi ngày càng nhiều du khách mong muốn tìm kiếm những chuyến du lịch có ý nghĩa cho bản thân và được đóng góp cho cộng đồng.

- *Hợp tác với các đối tác kinh doanh có kiến thức và kinh nghiệm:* Du lịch cộng đồng là hình thức du lịch mà cộng đồng dân cư đều tham gia vào công việc liên quan đến du lịch nên về cơ bản họ chưa có nhiều kiến thức cũng như kinh nghiệm về du lịch nói chung, nên Lâm Bình cần phải chú trọng liên kết với các đối tác có đầy đủ năng lực và kinh nghiệm để có thể đáp ứng điều kiện cần và đủ cho hoạt động du lịch.

- *Tập trung hoàn thiện quy hoạch tổng thể phát triển du lịch:* Lâm Bình phải chủ động quy hoạch chi tiết những điểm tham quan nhằm thu hút các thành phần kinh tế tham gia vào du lịch cộng đồng. Bên cạnh đó còn cần phải trùng tu các di tích lịch sử và văn hóa theo hướng bảo tồn và phát triển tài nguyên du lịch, với mục tiêu phát triển du lịch cộng đồng bền vững và sử dụng tối ưu hóa nguồn lực sẵn có tại địa phương.

- *Quảng cáo truyền thông:* Do địa hình của huyện nằm tại vùng núi của tỉnh Tuyên Quang, du lịch lại mới được chú trọng và phát triển trong những năm gần đây nên nhiều người chưa biết đến thế mạnh du lịch của Lâm Bình. Do vậy, huyện cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá về du lịch cộng đồng trên các phương tiện truyền thông trực tuyến như mạng Internet (Youtube), mạng xã hội (facebook, Twitter), trên các diễn đàn du lịch trực tuyến, xây dựng trang web quảng bá du lịch cộng đồng để du khách có cái nhìn toàn cảnh về du lịch của địa phương trước khi họ quyết định tham gia vào một hành trình khám phá Lâm Bình.



## KẾT LUẬN

Trong những năm gần đây, du lịch cộng đồng là loại hình du lịch được quan tâm phát triển ở nhiều địa phương trên cả nước, trong đó có huyện Lâm Bình (tỉnh Tuyên Quang). Loại hình du lịch này xuất phát từ chính nhu cầu của người dân - những người vừa là chủ thể, vừa là khách thể của hoạt động du lịch. Nhờ có hình thức du lịch này mà du khách và cộng đồng dân cư làm du lịch có cơ hội gần gũi, trải nghiệm với thiên nhiên và bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống của các dân tộc trên địa bàn Lâm Bình. Qua đó thấy được vai trò của du lịch cộng đồng ở Lâm Bình trong việc sử dụng nguồn lực địa phương, đồng thời đánh giá được những ưu điểm và hạn chế của du lịch cộng đồng tại địa phương, nhằm đưa ra những giải pháp phù hợp với tình hình thực tế của huyện.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đảng Cộng sản Việt Nam (1991), Cương lĩnh xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ lên CNXH, Nxb Sự thật, Hà Nội, tr.12 - 13.
2. Nguyễn Đức Khoa, Du lịch cộng đồng, giải pháp phát triển đời sống kinh tế xã hội huyện Na Hang, tỉnh Tuyên Quang. Tạp chí văn hóa nghệ thuật, số 372, tr. 40 - 42.
3. Lê Bá Thảo (2004), *Thiên nhiên Việt Nam*, Nxb giáo dục, Hà Nội
4. Lê Thị Vân (2008), Văn hóa du lịch, Nxb Hà Nội
5. Bùi Thị Hải Yến (chủ biên), 2012, *Du lịch cộng đồng*, Nxb Giáo Dục Việt Nam

## THE DEVELOPMENT OF COMMUNITY - TOURISM IN LAM BINH DISTRICT IN THE UTILIZATION OF LOCAL RESOURCES

Do Viet Ha

*Hanoi College of industrial Economics*

### Abstract

Dubbed the "Smokeless Industry", Tourism has become a key economic sector with high economic efficiency which uses local resources to contribute to the construction, stability and development of the country in globalization period. Therefore, how to make tourism suitable to the general trend of the era is an extremely practical issue that is facing the country in general and Lam Binh District - Tuyen Quang Province in particular. For the purpose of meeting the demand for tourism models at the present, this article focuses on the following issues: First, the views on "community - tourism" and "local resources"; Second, the role of community-based tourism in the utilization of local resources; Third, advantages and limitations of community - tourism in the utilization of local resources; Fourth, some recommendations on building and improving community - tourism in Lam Binh District in the utilization of local resources.

### Keywords

Community - tourism, local resources, development

## XÂY DỰNG HÌNH ẢNH ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH LÂM BÌNH

**Đỗ Trần Phương, Phạm Hải Yên**  
*Trường Đại học Văn hóa Hà Nội*

### Tóm tắt

Lâm Bình là một huyện miền núi phía Bắc của tỉnh Tuyên Quang với rất nhiều tài nguyên thiên nhiên phong phú như: sông, suối, núi, rừng, thác... và những giá trị văn hóa còn mang đậm truyền thống bản địa. Có thể coi đây là điều kiện lý tưởng để phát triển du lịch, tuy nhiên, những tiềm năng ấy lại chưa thực sự phát huy được giá trị, du lịch Lâm Bình còn chưa được nhiều người biết đến. Vì vậy, việc xây dựng hình ảnh điểm đến để tạo ấn tượng cho du khách là việc làm vô cùng quan trọng để phát triển du lịch.

### Từ khóa

Du lịch, hình ảnh điểm đến, Lâm Bình

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Hình ảnh điểm đến có thể được coi như yếu tố quan trọng trong việc xây dựng thương hiệu và phát triển du lịch của một quốc gia, một địa phương. Những năm gần đây đã có nhiều địa phương chú trọng vào việc xây dựng hình ảnh điểm đến để thu hút khách du lịch tiêu biểu phải kể đến những thành phố như: Hà Nội, Đà Nẵng, Huế... Lâm Bình là một huyện miền núi phía Bắc của tỉnh Tuyên Quang với rất nhiều tài nguyên thiên nhiên phong phú như: sông, suối, núi, rừng, thác... và những giá trị văn hóa còn mang đậm truyền thống bản địa. Có thể coi đây là điều kiện lý tưởng để phát triển du lịch, tuy nhiên, những tiềm năng ấy lại chưa thực sự phát huy được giá trị, du lịch Lâm Bình còn chưa được nhiều người biết đến. Do đó, việc tạo ra một hình ảnh ấn tượng, một bản sắc riêng biệt là điều cần thiết để có thể thu hút khách đến với Lâm Bình trong thời gian sắp tới. Bài nghiên cứu này các tác giả sẽ tập trung vào các vấn đề sau đây: Làm rõ khái niệm và những yếu tố cấu thành nên hình ảnh một điểm đến du lịch, phân tích thực trạng du lịch tại Lâm Bình hiện nay từ đó đưa ra một số các gợi ý cho việc xây dựng hình ảnh điểm đến du lịch Lâm Bình đạt hiệu quả cao. Kết quả của nghiên cứu được dựa trên quan sát thực tế của nhóm tác giả kết hợp với phỏng vấn các chuyên gia du lịch và cơ quan chức năng về quản lý du lịch tại Lâm Bình.

### 2. NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ HÌNH ẢNH ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH

#### *Điểm đến du lịch*

Điểm đến du lịch là một khái niệm đa dạng và chưa có sự thống nhất trong nghiên cứu của các học giả.

Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO): “Điểm đến du lịch là một không gian vật chất mà du khách ở lại ít nhất một đêm. Nó bao gồm các sản phẩm du lịch như: các dịch vụ hỗ trợ, các điểm đến và tuyến điểm du lịch trong thời gian một ngày. Nó có các giới hạn vật chất và quản lý giới hạn hình ảnh, sự quản lý xác định tính cạnh tranh trong thị trường. Các điểm đến du lịch địa phương thường bao gồm nhiều bên hữu quan như: Một cộng đồng tổ chức và có thể kết nối lại với nhau để tạo thành một điểm du lịch lớn hơn”

Theo cách tiếp cận không gian coi các điểm đến là không gian địa lý nơi các hoạt động du lịch được phát triển. Theo cách hiểu này, Davidson, Maitland và Buhalis (2000) cho rằng điểm đến dùng để chỉ một địa điểm có sức thu hút khách du lịch bởi tính đa dạng của tài nguyên, chất lượng, dịch vụ, các loại tiện nghi cung cấp cho du khách. Theo đó, điểm đến du lịch có thể là một quốc gia, một tỉnh, thành phố... nơi mà cung cấp những sản phẩm dịch vụ phục vụ nhu cầu đa dạng của du khách. Đồng quan điểm, Cooper và cộng sự (2004) điểm đến là một vùng địa lý đón khách du lịch, nơi mà có cơ sở vật chất kỹ thuật, hạ tầng phục vụ họ. Dưới góc độ kinh tế các tác giả Kozak (2002), Yoon và Uysal (2007) điểm đến du lịch được xem xét từ phía cung (điểm đến du lịch là sự kết hợp giữa các dịch vụ và kinh nghiệm được cung cấp tại địa phương) hoặc từ phía cầu (nơi khách du lịch quyết định đi du lịch tùy thuộc vào mong muốn và động lực của họ và cách họ trải nghiệm tại nơi đến). Theo Mike và Caster (2007) điểm đến du lịch gồm 6 yếu tố: điểm thu hút khách, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, khả năng tiếp cận điểm đến, nguồn nhân lực, hình ảnh và đặc trưng, giá cả.

#### *Hình ảnh điểm đến*

Hình ảnh đã được chứng minh là có ảnh hưởng quan trọng trong việc lựa chọn các điểm đến. Hình ảnh điểm đến là chủ đề được quan tâm của rất nhiều học giả, đa phần các nghiên cứu đều cho rằng hình ảnh điểm đến là một hệ thống các niềm tin, ý tưởng và ấn tượng của du khách về một điểm đến hay là những điều khác biệt thu hút khách du lịch tại điểm đến. Như vậy, hình ảnh điểm đến được tạo thành bởi các yếu tố cảm xúc và nhận thức. Nó bao gồm: những giá trị cốt lõi của tài nguyên tự nhiên và nhân văn của điểm đến để chuyển tải tới du khách một cách thuyết phục qua các kênh thông tin hiệu quả. Hơn nữa, hình ảnh điểm đến cũng có thể được du khách đánh giá thông qua sự đa dạng, tiện ích của các trung tâm thương mại, dịch vụ tuyệt hảo, nơi có môi trường an ninh, an toàn tốt và sự thân thiện của cộng đồng địa phương.

Theo nhóm tác giả hình ảnh điểm đến được cấu thành bởi nhóm 5 yếu tố sau:

- Sức hấp dẫn về tài nguyên thiên nhiên;
- Bản sắc văn hóa đặc trưng;
- Cơ sở hạ tầng kỹ thuật, cơ sở hạ tầng du lịch;
- Môi trường kinh tế, chính trị, xã hội;
- Những sản phẩm bổ sung.

Dựa vào 5 yếu tố này để phân tích thực trạng phát triển du lịch Lâm Bình nói chung và xây dựng hình ảnh điểm đến du lịch Lâm Bình nói riêng.

### **3. THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN CỦA LÂM BÌNH TRONG QUÁ TRÌNH PHÁT TRIỂN DU LỊCH**

Lâm Bình là huyện vùng núi nghèo phía Bắc của tỉnh Tuyên Quang diện tích tự nhiên 78.152,17 ha; Phía Đông giáp huyện Nà Hang (Tuyên Quang), Đông bắc giáp huyện Bắc Mê (Hà Giang); Tây và Tây bắc giáp huyện Vị Xuyên và huyện Bắc Quang (Hà Giang); nam giáp huyện Chiêm Hóa (Tuyên Quang). Huyện Lâm Bình cách Hà Nội khoảng 280 km; cách Thành phố Tuyên Quang khoảng 120 km; cách Cao nguyên đá Hà Giang khoảng 150 km; cách Hồ Ba Bể, huyện Pác Nặm, tỉnh Bắc Kạn khoảng 130 km và cách Hồ Núi Cốc tỉnh Thái Nguyên 180 km. Trong vài năm trở lại đây, nhận thấy nhu cầu du lịch đang tăng cao và xu hướng đi du lịch đang có sự dịch chuyển từ các trung tâm thành phố lớn về các tỉnh lẻ đặc biệt là các vùng núi

non hùng vĩ, thiên nhiên đa dạng, phong phú, Ủy ban nhân dân huyện Lâm Bình đã có kế hoạch phát triển du lịch ở nơi đây. Ở những bước đầu “chập chững” làm du lịch, Lâm Bình gặp một số thuận lợi và khó khăn như sau:

### ***Thuận lợi***

- *Tài nguyên thiên nhiên*: Lâm Bình được thiên nhiên ban tặng cho nhiều danh lam, thắng cảnh đẹp, trong đó phải kể đến: Danh thắng Quốc gia 99 ngọn núi Thượng Lâm huyền thoại, nơi được coi là Vịnh Hạ Long cạn giữa đại ngàn; phong cảnh, núi non Khuôn Hà, Lăng Can, Bình An, Thổ Bình, Hồng Quang, Xuân Lập, Phúc Yên; hòn Cọc Vài (*cọc buộc trâu của chàng Khổng lồ Tài Ngào*), Núi Đồi; Đèo Ái Âu; đèo Kéo Nàng... Mỗi danh lam, thắng cảnh đều có vẻ đẹp tự nhiên, kỳ vĩ và chứa đựng những sự tích, huyền thoại, gắn với sinh hoạt, đời sống ngàn đời của đồng bào các dân tộc nơi đây. Bên cạnh đó, Lâm Bình còn có lòng hồ đẹp, thơ mộng để phục vụ cho các hoạt động trải nghiệm của du khách. Ngoài ra, hòa quyện với núi rừng xanh thẳm và lòng hồ rộng lớn là các thác nước với nhiều tầng thác, nguyên sơ: Thác Bản Lòa, Nặm Me, Khuổi S.Thung, Tát Ngà...

- *Bản sắc văn hóa đặc trưng*: Lâm Bình là vùng đa sắc tộc với 70 thôn, bản; dân số toàn huyện gần 34 nghìn người, với trên 12 dân tộc cùng chung sống, dân tộc thiểu số chiếm trên 95%, trong đó: Dân tộc Tày chiếm 62%, Dao trên 25%, Mông 6%, Pà Thẻn 2% còn lại là các dân tộc khác. Hầu hết các văn hóa truyền thống mang tính bản địa, từ tiếng nói, chữ viết, trang phục, tín ngưỡng, tri thức dân gian, nghề truyền thống (*nghề dệt thổ cẩm, nghề thêu, nghề rèn, mây giang đan, nghề làm bún cổ truyền...*), các làn điệu dân ca, dân vũ (*hát Then, hát quan làng, hát Páo dung, hát cọi, múa khèn,...*), trò chơi dân gian, kiến trúc nhà ở (*nhà sàn của người Tày, nhà đất của người Dao, Pà Thẻn, nhà trình tường của người Mông...*) vẫn được người dân duy trì và phát triển như một nét văn hóa riêng biệt của Lâm Bình. Ngoài ra, Lâm Bình còn có các di tích lịch sử, khảo cổ, tâm linh: Di tích Quốc gia Đền Pú Bảo, Chùa Phúc Lâm, Xưởng Quân Khí H52 của Anh hùng Lao động Ngô Gia Khảm, Đền Pác Vãng, Đền Bà Chúa (Bà Chúa); Chùa Ông, Chùa Bà, Đền Nà Thêm, Hang Xum Lôm, Hang Phia Vài (*nơi phát hiện 02 ngôi mộ táng có niên đại trên dưới 12 nghìn năm*). Văn hóa ẩm thực cũng là một giá trị đầy hấp dẫn cần được khai thác mạnh mẽ với các món ăn đặc sắc của đồng bào các dân tộc vùng cao như: Bánh trứng kiến của người Tày, nộm da trâu, cải nung cuốn thịt bò, bí thom, rau hôi...

- *Môi trường kinh tế - xã hội*: Đến với Lâm Bình, khách du lịch không chỉ được thưởng thức những cảnh đẹp của thiên nhiên, được trải nghiệm những nét văn hóa truyền thống đặc sắc mà còn cảm nhận được sự nồng hậu của người đồng bào dân tộc. Người dân lam lũ những hiền lành, cởi mở và thân thiện. Đây hiện đang là điểm cộng cho hình ảnh điểm đến Lâm Bình và là yếu tố tác động đến tình cảm, để lại ấn tượng sâu sắc cho du khách tuy nhiên đây cũng là yếu tố dễ tổn thương và thay đổi nếu không có biện pháp gìn giữ và phát triển theo hướng tích cực. Ngoài ra, giá cả sản phẩm, dịch vụ cũng xem là một thuận lợi trong quá trình xây dựng hình ảnh điểm đến. Do các sản phẩm du lịch được khai thác từ chính hoạt động nông nghiệp hàng ngày của bà con nên giá cả rất phải chăng, phù hợp với khả năng chi tiêu của nhiều đối tượng khách khác nhau.

### ***Khó khăn***

Bên cạnh những thuận lợi kể trên, do còn non trẻ trong hoạt động du lịch và do những hạn chế về mặt vị trí địa lý, địa hình nên quá trình xây dựng hình ảnh điểm đến du lịch còn gặp một số khó khăn sau:

- *Cơ sở hạ tầng du lịch*: Là một tỉnh miền núi lại cách Hà Nội khá xa với hệ thống đường đèo quanh co, khúc khuỷu nên khả năng tiếp cận điểm đến đối tượng khách từ các thành phố lớn là

tương đối khó khăn, mất quá nhiều thời gian để di chuyển do đó những chuyến du lịch cuối tuần sẽ khó phát triển. Hạ tầng tại các điểm danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử, khảo cổ chưa được đầu tư xây dựng, giao thông kết nối các tour, tuyến chưa đồng bộ. Giao thông tại các thôn bản trong huyện cơ bản được đầu tư xây dựng, bảo đảm xe ô tô đi lại thông suốt đến các khu, điểm du lịch cộng đồng. Tuy nhiên, mặt đường hẹp, xuống cấp, giao thông đi lại khó khăn, nhất là đối với đoàn khách số lượng lớn. Ngoài ra, các điều kiện cơ sở vật chất phục vụ du khách của các hộ gia đình và hạ tầng du lịch chung còn thiếu, chưa đồng bộ.

- Chưa có nhiều các doanh nghiệp đến đầu tư tại Lâm Bình, hoạt động du lịch chủ yếu là tự phát nên kỹ năng làm du lịch của các lao động mức độ thấp, khó khăn cho việc tiếp cận, giao lưu, đặc biệt là với khách du lịch nước ngoài. Người dân chưa nhận thức hết được lợi ích đem lại từ du lịch nên vấn đề bảo tồn các văn hóa truyền thống để phục vụ khách du lịch còn hạn chế, một số nét văn hóa truyền thống có nguy cơ mai một.

- Ngoài những dịch vụ chính là tham quan các phong cảnh thiên nhiên, trải nghiệm các đặc trưng văn hóa thì Lâm Bình chưa có nhiều sản phẩm bổ sung mang lại giá trị gia tăng cao, đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách vì vậy thời gian lưu trú của khách là tương đối ngắn.

- Mặc dù là một huyện rất giàu tài nguyên nhưng hầu như du khách chưa biết đến Lâm Bình, hình ảnh du lịch Lâm Bình trong lòng công chúng mờ nhạt, không có điểm nhấn. Công tác tuyên truyền, quảng bá, kết nối với các công ty, doanh nghiệp lữ hành và người có nhu cầu đi tham quan du lịch còn hạn chế.

- Chưa tạo ra được điểm nhấn, điểm khác biệt giữa du lịch Lâm Bình so với các vùng lân cận. Hầu hết các sản phẩm du lịch là na ná nhau cùng là núi non, sông suối, ruộng bậc thang...

Từ những phân tích ở trên, nhóm tác giả xin đưa ra ma trận SWOT để phân tích chung về tình hình xây dựng hình ảnh điểm đến của du lịch Lâm Bình như sau:

<p><b>ĐIỂM MẠNH</b></p> <p>Tài nguyên thiên nhiên phong phú, đa dạng                  Bản sắc văn hóa đặc sắc                  Giá cả hợp lý                  Môi trường trong lành, dễ chịu                  Người dân thân thiện, cởi mở                  Chủ trương phát triển du lịch là ngành kinh tế trọng điểm của địa phương</p>	<p><b>ĐIỂM YẾU</b></p> <p>Hoạt động du lịch còn lẻ tẻ, manh mún, chưa chuyên nghiệp                  Kỹ năng làm du lịch của người dân chưa tốt                  Thiếu vắng các nhà đầu tư cho du lịch                  Cơ sở hạ tầng chưa phát triển, hạ tầng du lịch còn nghèo nàn                  Dịch vụ bổ sung không có                  Tuyên truyền, quảng bá về điểm đến còn hạn chế                  Liên kết vùng, miền và các công ty lữ hành, các cơ sở đào tạo chưa nhiều</p>
<p><b>CƠ HỘI</b></p> <p>Du lịch đang được chú trọng và là xu hướng phát triển chung                  Du lịch đang có xu hướng dịch chuyển từ các thành phố lớn đến các tỉnh miền núi nơi có địa hình hiểm trở nhưng phong cảnh hấp dẫn.                  Công nghệ thông tin phát triển tạo điều kiện dễ dàng hơn khi xây dựng hình ảnh điểm đến du lịch.</p>	<p><b>THÁCH THỨC</b></p> <p>Cạnh tranh gay gắt từ các tỉnh lân cận: Thái Nguyên, Bắc Kạn, Cao Bằng.                  Nhu cầu khách du lịch đa dạng không chỉ tập trung vào tài nguyên tự nhiên và văn hóa.</p>

#### 4. MỘT SỐ GỢI Ý ĐỂ XÂY DỰNG HÌNH ẢNH ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH LÂM BÌNH

- Xây dựng hình ảnh điểm đến du lịch đồng nghĩa với việc tiếp thị, quảng bá địa phương nào đó. Đây mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá về điểm đến du lịch Lâm Bình thông qua nhiều phương tiện báo chí, mạng xã hội, website, truyền miệng... Đặc biệt, có một công cụ quảng bá rất hiệu quả đó là thông qua các điện ảnh. Việc dùng điện ảnh để làm tăng sức hấp dẫn, quảng bá hình ảnh du lịch quốc gia là chuyện cả thế giới đều làm. Nhà quản lý ngành cần phải xem xét vấn đề, tạo cơ chế phù hợp nhằm thúc đẩy sự phối hợp giữa du lịch và điện ảnh, góp phần hỗ trợ công tác quảng bá cảnh đẹp của Lâm Bình. Đầu tư để thuê các đạo diễn tài danh làm các bộ phim có chất lượng là cách làm có lợi cho cả đôi bên. Có thể học tập kinh nghiệm từ các quốc gia đã rất thành công với việc quảng cáo du lịch thông qua điện ảnh như: Hàn Quốc, Thái Lan hay bài học còn “nóng hổi” hiện nay đó là Phú Yên. Vùng đất Phú Yên như được đánh thức sau khi bộ phim "*Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh*" của đạo diễn Victor Vũ xây dựng dựa trên tiểu thuyết cùng tên của nhà văn Nguyễn Nhật Ánh. Nhờ có bộ phim, hình ảnh của điểm đến Phú Yên được biết đến là một nơi với những cảnh đẹp thơ mộng, lượng khách đến với Phú Yên tăng đột biến và đặc biệt nhiều công ty lữ hành, các nhà đầu tư bắt đầu chú ý đến Phú Yên và ngỏ ý muốn liên kết, đầu tư. Phối hợp với các đài truyền hình như VTV để giới thiệu điểm đến thông qua các chương trình như: S Việt Nam, mỗi ngày một món ngon... Ngoài ra, có thể quảng cáo, giới thiệu hình ảnh du lịch Lâm Bình trên tạp chí du lịch, Tạp chí Heritage của Hãng Hàng không Vietnam Airline...

- Để thành công trong việc xây dựng hình ảnh điểm đến, ngoài việc chọn cách quảng bá hữu hiệu thì địa phương phải thực sự có tài nguyên hấp dẫn vì khách hàng luôn có một ấn tượng nào đó về sản phẩm mà họ muốn đến. Tạo sự khác biệt giữa Lâm Bình và các tỉnh thành khác nơi có những phong cảnh tài nguyên tương tự. Nên tạo ra một *hình ảnh Lâm Bình nổi tiếng với loại hình du lịch văn hóa và sinh thái bằng cách tận dụng tài nguyên thiên nhiên mới lạ, hoang sơ, sinh thái nơi lòng hồ và những nét văn hóa độc đáo của đồng bào dân tộc.*

Để tour du lịch tại làng cổ thêm hấp dẫn, các nhà thiết kế, xây dựng sản phẩm du lịch cần phải thêm vào chương trình những hoạt động có giá trị mới như sau: Tạo ra các sản phẩm du lịch gắn với cuộc sống hàng ngày của bà con như: tour du lịch nông nghiệp, nông thôn để du khách có thể trải nghiệm, đưa các phong tục truyền thống vào các tour: tục nhảy lửa, lễ cấp sắc, hát then... Khôi phục lại các làng nghề truyền thống như trồng bông dệt vải, làm bún, nấu rượu thóc... để du khách có thể thấy và tự mình tham gia vào việc tạo ra các sản phẩm. Đây là một trong những cách rất tốt để tạo hứng thú cho khách và cũng là một hoạt động tạo nên những sản phẩm lưu niệm đặc thù của địa phương.

- Tổ chức các đoàn famtrip gồm các chuyên gia du lịch, các doanh nghiệp, các nhà báo và đại sứ quán một số nước tại Việt Nam và các công ty lữ hành phố cổ tại Hà Nội để kết hợp với địa phương bán tour du lịch cho đối tượng khách “tây balo”, tạo hiệu ứng cả trong và ngoài nước.

- Cộng đồng dân cư và những người làm du lịch là đối tượng tiếp xúc trực tiếp với khách du lịch, là một trong những yếu tố tạo nên ấn tượng của du khách đối với điểm đến. Do đó, việc đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ hướng dẫn viên tại điểm là điều cần thiết để có thể đem đến cho khách những điều thú vị từ mỗi cảnh quan và phong tục tập quán, để thổi hồn cho những cảnh vật “vô hồn”. Tuyên truyền về lợi ích từ du lịch cho người dân để khuyến khích họ tham gia vào hoạt động du lịch, giữ gìn vệ sinh môi trường.

- Xây dựng các điểm check-in tại các cung đường để tạo ấn tượng cho khách du lịch.

- Vấn đề an toàn, an ninh cho du khách phải được đặt lên hàng đầu. Cơ quan quản lý du lịch Lâm Bình cần đưa ra những tiêu chuẩn cho các đơn vị kinh doanh dịch vụ du lịch như: Ăn uống, lưu trú, vận chuyển để đảm bảo an toàn tuyệt đối cho khách về an toàn thực phẩm, an ninh... Thường xuyên kiểm tra, giám sát các hộ kinh doanh để không xảy ra bất kỳ rủi ro nào cho du khách.

- *Liên kết với các điểm đến khác:* Để đa dạng hóa các trải nghiệm cho du khách, cần nghiên cứu đến việc liên kết với các điểm đến khác trong vùng như: Na Hang để khai thác tour du lịch trên dòng sông Gâm, Hồng Thái để du khách có thể trải nghiệm, tận hưởng vẻ đẹp của ruộng bậc thang... tạo nên một chuỗi điểm đến hấp dẫn và níu chân du khách lại nơi đây lâu hơn.

## 5. KẾT LUẬN

Trên đây là một số gợi ý để xây dựng hình ảnh điểm đến du lịch Lâm Bình thêm hấp dẫn, tạo được ấn tượng trong lòng du khách, giúp tăng thêm khả năng thu hút khách cho điểm đến. Có thể khẳng định rằng, hình ảnh điểm đến được tạo ra trong nhận thức của khách du lịch có ảnh hưởng mạnh mẽ đến quyết định lựa chọn điểm đến và là tiền đề cho việc xây dựng thương hiệu du lịch. Để thành công trong xây dựng hình ảnh điểm đến có chiến lược, định hướng của các cơ quan quản lý du lịch tại địa phương, có sự hợp tác, tham gia của người dân và sự đầu tư chia sẻ lợi ích từ phía các doanh nghiệp.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Tổng cục du lịch (2010), Cẩm nang xây dựng thương hiệu điểm đến du lịch.
2. UNWTO (2007), “A practical guide to tourism destination management”, Madrid, Spain.
3. Metin Kozak & Seyhmus Baloglu (2011), “*Managing and Marketing tourist destination*”, New York.
4. Cổng thông tin điện tử Lâm Bình: <http://lambinh.tuyenquang.gov.vn/>

## BUILDING THE LAM BINH DESTINATION IMAGE

**Do Tran Phuong, Pham Hai Yen**

*Hanoi University Of Culture*

### 1. Abstract

Lam Binh is a northern mountainous district of Tuyen Quang province where has a lot of rich natural resources such as: rivers, streams, mountains, forests, waterfalls...and traditional culture values. It can be considered ideal condition for tourism development. However, these potentials have not exploited own values, Lam Binh tourism has not well known. Therefore, it is necessary to make a destination image to attract tourist and develop tourism.

### Keywords

Tourism, destination image, Lam Binh

## **TIỀM NĂNG DU LỊCH SINH THÁI - CỘNG ĐỒNG TẠI HUYỆN LÂM BÌNH, TỈNH TUYÊN QUANG: THỰC TIỄN KHAI THÁC VÀ VẤN ĐỀ ĐẶT RA**

**Lưu Ngọc Thành**

*Trưởng Đại học Văn hóa Hà Nội*

### **Tóm tắt**

Lâm Bình là một huyện miền núi của tỉnh Tuyên Quang. Nơi đây được thiên nhiên dành tặng cho nhiều cảnh đẹp hùng vĩ cùng với hệ sinh thái đa dạng, đặc thù, trong đó có trên 4.000 ha hồ nước nằm trong hồ thủy điện Tuyên Quang. Hiện nay, Lâm Bình còn có các di tích, danh thắng đẹp như: Chùa Phúc Lâm, hang Phía Vài, động Song Long, thác Nặm Me, thắng cảnh Thượng Lâm... và các giá trị văn hóa phi vật thể truyền thống đặc sắc của các dân tộc thiểu số (14 dân tộc: Tày, Dao, Kinh, H'Mông, Pà Thèn...). Với tiềm năng vốn có, Lâm Bình có khả năng phát triển các loại hình du lịch, đặc biệt là du lịch sinh thái kết hợp du lịch cộng đồng (homestay). Hiện nay, chính quyền địa phương và một bộ phận cộng đồng cư dân đã xây dựng và khai thác mô hình du lịch sinh thái - cộng đồng, tuy nhiên, việc khai thác này đã đặt ra những vấn đề cần bàn thảo để loại hình du lịch này phát triển bền vững tại huyện Lâm Bình trong thời gian tới.

### **Từ khóa**

Lâm Bình, du lịch Lâm Bình.

### **ĐẶT VẤN ĐỀ**

Du lịch sinh thái được quan niệm là loại hình du lịch và tham quan có trách nhiệm với môi trường tại những vùng còn tương đối nguyên sơ để thưởng thức và hiểu biết thiên nhiên (có kèm theo các đặc trưng văn hóa - quá khứ cũng như hiện tại) có hỗ trợ đối với bảo tồn, giảm thiểu tác động từ du khách, đóng góp tích cực cho sự phát triển kinh tế - xã hội của nhân dân địa phương. Còn du lịch cộng đồng được quan niệm là hoạt động tương hỗ giữa các đối tác liên quan, nhằm mang lại lợi ích về kinh tế cho cộng đồng dân cư địa phương, bảo vệ được môi trường và mang đến cho du khách kinh nghiệm mới góp phần thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của địa phương cụ thể. Xuất phát từ 02 luận điểm về du lịch sinh thái - cộng đồng nêu trên, tác giả bài viết đã lựa chọn và triển khai nghiên cứu về thực trạng khai thác mô hình du lịch này trên các phương diện như: Tiềm năng, thực trạng khai thác và những vấn đề đặt ra từ thực tiễn khai thác du lịch sinh thái - cộng đồng tại huyện Lâm Bình hiện nay.

### **1. TIỀM NĂNG TÀI NGUYÊN DU LỊCH SINH THÁI - CỘNG ĐỒNG Ở HUYỆN LÂM BÌNH**

Theo khảo sát thực tế cho thấy, ở huyện Lâm Bình có tiềm năng tài nguyên du lịch khá phong phú và đa dạng. Chúng được thể hiện ở 02 phương diện: 1/Các danh thắng thiên nhiên (động Song Long, thác Nặm Me, thắng cảnh Thượng Lâm); 2/Các di tích lịch sử văn hóa đã được xếp hạng cấp Quốc gia (hang Phía Vài, chùa Phúc Lâm, đền Pú Bảo; xưởng Quân khí H52).

*Trước hết là về các danh thắng thiên nhiên:* Ở huyện Lâm Bình có nhiều thắng cảnh đẹp, hùng vĩ với núi cao, hang động và hồ nước cùng sự đa dạng sinh học, hệ sinh thái đặc thù



hiếm có ở vùng đất phía Bắc nước ta. Dưới đây là các thắng cảnh nổi tiếng đang tồn tại hiện hữu ở vùng đất Lâm Bình từ xưa đến nay:

*Thắng cảnh động Song Long* thuộc xã Khuôn Hà, động nằm lưng chừng núi đá vôi. “Hang động này rất đẹp có quy mô khá lớn trong vùng, cách mặt nước hồ thủy điện trên 200m, lòng hang có chiều cao khoảng 40m, rộng khoảng 50m, sâu trên 200m” [5]. Trải qua hàng triệu năm thiên nhiên đã tạo thành một tuyệt tác điêu khắc bằng đá với nhiều thạch nhũ kỳ thú mang đủ màu sắc lấp lánh như hoa cương, lòng hang được chia thành nhiều ngách, ngăn nối tiếp nhau do thiên nhiên ban tặng cho Khuôn Hà và nó đang trở thành điểm hấp dẫn du khách thăm quan, khám phá và trải nghiệm.

*Thắng cảnh thác Nặm Me*, thuộc khu vực Hát Nghiền, xã Khuôn Hà: Còn có tên thường gọi trong nhân dân là thác Nước Mẹ là con thác lớn bắt nguồn từ rừng đại ngàn Sinh Long. “Nước được dồn từ nhiều khe nhỏ chảy ngầm qua những dãy núi trong khu bảo tồn Tát Kê - Bản Bung đến dãy núi Hát Nghiền, dòng nước lộ ra ngoài và đổ xuống thành dòng thác lớn, thác Nặm Me được phân cấp thành 15 tầng thác lớn nhỏ xen lẫn nhau thành một dòng thác đổ xuống như một dải lụa trắng” [5].

*Thắng cảnh Thượng Lâm*: “Với 99 ngọn núi nằm trên địa bàn xã Thượng Lâm, chúng đứng xen kẽ bao quanh nhau, tạo thành quần thể núi đá rất ngoạn mục gắn với huyền thoại 100 con Phượng hoàng” [5] và được ví là “*Hạ Long cạn giữa đại ngàn*”. Nơi đây có rừng nguyên sinh với thảm thực vật phong phú, bảo tồn được nhiều loại động vật quý hiếm.

*Thác Khuổi Nhi*: Thác này nằm ở khu vực lòng hồ thủy điện Tuyên Quang, thuộc xã Thượng Lâm, huyện Lâm Bình, “thác có chiều dài khoảng 3 km, được tạo bởi nhiều tầng thác và có nhiều khe nước nhỏ và các vực nước trong xanh có tác dụng điều hòa và phân phối nước” [5]. Hệ sinh thái là những cánh rừng cổ thụ với nhiều loại gỗ quý, những thân dây leo chằng chịt. Thảm thực vật phong phú, nhiều loài chim và loài bướm đủ màu sắc. Nhìn từ xa, Thác Khuổi Nhi đổ trắng xóa một góc núi rừng.

*Hang Khuổi Pín*: Trong thời gian gần đây, người dân xã Khuôn Hà đã phát hiện hang động này và nó được ví như “*Sơn Đoòng của Lâm Bình*”. Theo tập hợp thông tin của các cuộc khảo sát bước đầu do đoàn liên ngành của huyện Lâm Bình và các đoàn khảo sát thám hiểm khác cho biết, “hang động Khuổi Pín cách mặt nước hồ thủy điện khoảng 1.500 mét, lòng hang có chiều dài khoảng 500 m, chỗ rộng nhất trên 300 m, chỗ cao nhất trên 100 m” [5]. Hang có nhiều nhũ đá vôi với những hình thù kỳ thú, tuyệt đẹp, màu sắc lấp lánh. Trong hang có nhiều mạch nước ngầm tạo thành những hồ nước trong lòng hang. Lòng hang được chia thành nhiều ngách ngăn nối tiếp nhau, xung quanh vùng đệm của hang là rừng cây nguyên sinh, không khí trong lành mát mẻ, phong cảnh đẹp... Đây là địa điểm có khả năng hấp dẫn du khách đến tham quan, khám phá du lịch.

*Tiếp đến là các di tích lịch sử văn hóa tiêu biểu ở huyện Lâm Bình* hiện nay đang trở thành điểm đến của khách du lịch trong nước và quốc tế như:

*Di tích khảo cổ hang Phia Vài, xã Khuôn Hà*: Di tích này đã được các nhà khảo cổ học tìm thấy bộ di cốt người nguyên thủy bán hóa thạch được chôn theo tư thế nằm ngửa bó gối cùng 02 vỏ ốc tìm thấy trong hốc mắt, một trong những tư thế mai táng quen thuộc của cư dân văn hóa Hòa Bình, Đa Bút, Quỳnh Văn và hàng nghìn công cụ lao động bằng chất liệu đá có niên đại cùng thời [6].

\* *Chùa Phúc Lâm, thôn Nà Tông, xã Thượng Lâm*: Di tích này được xây dựng từ thời Trần. Chùa Phúc Lâm nằm trên gò đất có diện tích rộng khoảng 600 m<sup>2</sup>. Ngôi chùa xây quay mặt theo hướng Tây Nam và có bố cục mặt bằng tổng thể hình chữ Đinh, gồm hai đơn nguyên kiến trúc là toà Tiền đường và toà Thượng điện [6]. Các pho tượng của chùa đều được tạc bằng gỗ để mộc ở tư thế ngồi thiền. Các pho tượng mang nhiều nét của cư dân văn hóa vùng cao, không được chạm khắc trau chuốt, đường nét không mềm mại nhưng rất có hồn, dáng vẻ tự nhiên. Theo cá nhân tác giả, các pho tượng này mang phong cách nghệ thuật thời Lê Sơ - Tượng thờ được phát hiện ở vùng núi phía Bắc có niên đại sớm. Chùa Phúc Lâm ngoài thờ Phật còn thờ các vị thần bản địa, gắn bó trực tiếp với cuộc sống thường nhật của người dân nơi đây. “Tại chùa Phúc Lâm, các nhà khảo cổ học cũng đã phát hiện tổ hợp các mảnh tháp đất nung gồm: mái tháp, thân tháp, đế tháp và các mảng phù điêu trang trí kiến trúc với các chủ đề như: rồng, chim phượng hoàng, mảnh tháp có trang trí hình cánh sen cách điệu ở đế tháp. Các mảng phù điêu hình rồng mang đặc trưng tranh rồng thời Trần” [6]. Đặc biệt, một góc của tầng tháp đất nung có trang trí hình chim thần Garuda đang trong tư thế vươn mình lên, giơ 2 tay đỡ lấy mái tháp rất sống động...

\* *Đền Pú Bảo, thôn Bản Kè (B), xã Lăng Can*: Là nơi thờ Quận Công Nguyễn Thế Quân, người có nhiều công tích trong việc cầm quân dẹp giặc và thờ Thành hoàng làng (thờ các vị thần cai quản sông núi như: Thần núi Khau Ung...) và Tứ pháp gắn với nông nghiệp (Thần Mưa (Pháp Vũ), Thần Mây (Pháp Vân), Thần Sấm (Pháp Lôi) và Thần Chớp (Pháp Điện)) [6]. Ngôi đền nằm trên một khu đất bằng phẳng tựa lưng vào những dãy núi hùng vĩ cùng dòng suối Nậm Luông. Theo người trong dòng họ Nguyễn Thế cho biết, ngôi đền được dựng từ thời Lê. “Trước đây, đền được dựng rất đơn sơ với cột gỗ, mái lợp lá cọ và được dựng lại nhiều lần. Đến năm 2006, ngôi đền đã được phục dựng lại, từ đó đến nay ngôi đền vẫn được người dân nơi đây và con cháu dòng họ Nguyễn Thế tiếp tục gìn giữ và trùng tu ngày một khang trang” [6]. Theo khảo sát thực tế cho thấy, hiện trong đền còn lưu giữ được nhiều hiện vật có giá trị như: Đạo sắc phong của vua Lê Hiến Tông năm 1750; 02 văn tự hán nôm (cấp sắc làm pháp sư); nhiều lọ sành, âu sành, bát gốm có niên đại thế kỷ XVII, XVIII... Ngoài ra còn có 02 cột gỗ là những kiến trúc còn lại của ngôi đền cũ...

\* *Di tích xưởng Quân khí H52, xã Thượng Lâm* do đồng chí Ngô Gia Khảm làm giám đốc, là nơi sản xuất diêm tiêu phục vụ kháng chiến chống thực dân Pháp giai đoạn 1950 - 1954. Di tích này được phân bố trên đồi Pác Á thuộc bản Nà Tông, (trước đây là Bản Cài, xã Xuân Tiến), phía trước là cánh đồng Lăng Lườn, bên cạnh có dòng suối được bắt nguồn từ xã Thượng Lâm rất thuận lợi cho cuộc sống sinh hoạt và sản xuất cho cán bộ và công nhân Xưởng Quân khí H52. “Di tích này là cơ sở trọng yếu khai thác và sản xuất diêm tiêu phục vụ kháng chiến chống thực dân Pháp giai đoạn từ năm 1950 đến 1954, nơi có vị trí bảo đảm bí mật, an toàn, là nơi có nguồn nguyên liệu dồi dào để sản xuất diêm tiêu thô và than củi (hai nguyên liệu chính để sản xuất thuốc súng). Xưởng Quân khí H52 do đồng chí Ngô Gia Khảm làm giám đốc, chuyên sản xuất diêm tiêu làm thuốc súng (còn gọi là thuốc đen) đã đáp ứng một phần chế tạo vũ khí như lựu đạn, mìn, thuốc phóng, dây cháy chậm, pháo hiệu phục vụ chiến trường” [6].

Ngoài ra, vùng đất Lâm Bình còn lưu giữ nhiều những giá trị văn hóa phi vật thể đặc sắc, đó là các phong tục tập quán hết sức độc đáo của đồng bào dân tộc Tày, Dao, Mông; Lễ hội Lồng tồng của dân tộc Tày (đã được công nhận là di sản văn hóa phi vật thể cấp Quốc gia)... Nhìn chung những tiềm năng thắng cảnh tự nhiên và di sản văn hóa vật thể, phi vật thể ở Lâm Bình đã và đang là tiềm năng tài nguyên du lịch độc đáo để thu hút du khách tham quan, trải nghiệm và khám phá.

## 2. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KHAI THÁC DU LỊCH SINH THÁI - CỘNG ĐỒNG

Lâm Bình là huyện có nhiều thắng cảnh thiên nhiên đẹp và hùng vĩ, thời gian qua đã thu hút rất nhiều du khách trong và ngoài nước đến tham quan, trải nghiệm. Để xây dựng và phát triển dịch vụ du lịch sinh thái - cộng đồng, tạo điều kiện cho các hộ gia đình, doanh nghiệp ở địa phương xây dựng cơ sở vật chất phục vụ du lịch, huyện Lâm Bình còn tạo chính sách ưu đãi khuyến khích các tổ chức doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh, các hộ gia đình có điều kiện kinh tế đầu tư xây dựng hạ tầng du lịch. Qua đó, Lâm Bình đã bước đầu thu hút được nhiều khách du lịch trong nước và quốc tế đến tham quan, nghỉ dưỡng. Du lịch sinh thái - cộng đồng đang mang lại hiệu quả trong việc phát triển của ngành Du lịch tại huyện Lâm Bình.

### 2.1. Số lượng doanh nghiệp, hộ gia đình thực hiện kinh doanh du lịch sinh thái - cộng đồng tại huyện Lâm Bình

Theo thông tin thu thập được tại huyện Lâm Bình cho biết, cuối năm 2016, huyện Lâm Bình đầu tư cơ sở vật chất cho 15 hộ thực hiện du lịch mô hình sinh thái - cộng đồng, cụ thể vào ngày 20/12/2016, UBND tỉnh Tuyên Quang ban hành văn bản về việc xây dựng mô hình du lịch cộng đồng tại huyện Lâm Bình. Trên cơ sở đó, lãnh đạo huyện Lâm Bình đã khẩn trương xây dựng kế hoạch, tập trung chỉ đạo, thực hiện việc xây dựng và vận hành mô hình du lịch sinh thái - cộng đồng trên địa bàn huyện.

Từ tư liệu khảo sát, tác giả bài viết có thể dẫn ra các trường hợp doanh nghiệp, hộ gia đình đang kinh doanh dịch vụ du lịch tại một số địa điểm ở huyện Lâm Bình trong những năm qua:

*Trường hợp thứ nhất:* Vào đầu năm 2017, khi triển khai thực hiện chương trình này, huyện đã phối hợp với Công ty Cổ phần Tư vấn Bảo tồn Di sản Toàn cầu tổ chức xây dựng Đề cương nhiệm vụ và Kế hoạch thực hiện Đề án “*Xây dựng và vận hành mô hình du lịch sinh thái - cộng đồng*” nhằm bảo tồn và phát triển bền vững Làng văn hóa dân tộc Tày các thôn: Nà Đông và Nà Tông (xã Thượng Lâm), Nà Muông (xã Khuôn Hà) và Nặm Đíp (xã Lăng Can). Thực hiện đề án, huyện đã tổ chức cho các hộ dân tham quan, học tập kinh nghiệm, làm du lịch sinh thái - cộng đồng tại một số tỉnh bạn. Đồng thời, huyện đã thành lập tổ công tác gồm 12 thành viên là các cán bộ, chuyên viên đang công tác tại các cơ quan, đơn vị của huyện, phân công nhiệm vụ cụ thể cho từng thành viên phụ trách từng hộ, trực tiếp hướng dẫn, giúp đỡ các hộ thực hiện việc xây dựng mô hình du lịch sinh thái - cộng đồng (homestay). Bên cạnh đó, tổ chức 03 lớp tập huấn nâng cao nhận thức và hiểu rõ bản chất của du lịch sinh thái - cộng đồng cho 15 hộ tham gia trong thời gian 1 tháng. Đặc biệt, huyện đẩy mạnh tuyên truyền, vận động các hộ gìn giữ không gian văn hóa đặc sắc của dân tộc, giữ nguyên hiện trạng, cảnh quan, kiến trúc truyền thống... Khuyến nghị các hộ gia đình xây dựng, chỉnh trang nhà cửa, các công trình phụ đúng với bản sắc truyền thống của dân tộc mình, tránh làm phá vỡ cảnh quan, môi trường xung quanh, thành lập các đội văn nghệ, tổ chức tập luyện các tiết mục để phục vụ khách du lịch; hoàn thành xây dựng bản đồ, tour, tuyến du lịch, tập huấn hướng dẫn viên du lịch, bổ sung dịch vụ du lịch như: chèo thuyền kayak, xe đạp, xe máy, bè mảng, câu cá... phục vụ du khách khi có nhu cầu. Theo đại diện lãnh đạo UBND huyện Lâm Bình cho biết: “*Thời gian tới, lãnh đạo huyện giao ngành văn hóa tập trung chỉ đạo, hướng dẫn các hộ gia đình ở các điểm du lịch tái tạo lại các giá trị văn hóa đã bị mai một, đồng thời hướng dẫn người dân làm du lịch sinh thái - cộng đồng mang tính bền vững; khảo sát, xây dựng, triển khai tổ chức các làng du lịch cộng đồng homestay trên địa bàn huyện; xây dựng cơ sở vật chất, đảm bảo vệ sinh môi trường và các điều kiện cần thiết phục vụ du khách, gắn với tour, tuyến du lịch, sản xuất các sản phẩm lưu niệm đặc thù địa phương. Đặc*

biệt, Lâm Bình tổ chức các tour du lịch sinh thái lòng hồ thủy điện Tuyên Quang kết hợp khám phá thác Khuổi Nhi, thác Khuổi Súng, động Song Long, từng bước biến du lịch sinh thái - cộng đồng trở thành ngành kinh tế mũi nhọn” (Trả lời phỏng vấn ngày 20/7/2019). Mặt khác, lãnh đạo UBND huyện đã chỉ đạo ngành văn hóa huyện tích cực quảng bá, giới thiệu tiềm năng, lợi thế và sản phẩm du lịch của huyện trên Facebook, Youtube bằng tiếng Anh, Pháp; hoàn thành xây dựng website “Du lịch Lâm Bình”; tiếp tục vận động nhân dân duy trì gìn giữ và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống; liên kết với các công ty lữ hành du lịch trong và ngoài tỉnh khảo sát, kết nối du lịch; thực hiện đón, tiếp khách quốc tế và trong nước đến tham quan, trải nghiệm tại các điểm du lịch cố định trên địa bàn huyện.

*Trường hợp thứ hai:* Trong số các hộ gia đình kinh doanh du lịch cộng đồng ở xã Thương Lâm có hộ gia đình bà Triệu Thị Xướng ở thôn Nà Tông là trường hợp điển hình làm kinh doanh du lịch sinh thái - cộng đồng sớm nhất và có quy mô lớn trên địa bàn xã. Do nắm bắt được xu hướng có nhiều đoàn khách đến với huyện Lâm Bình nên gia đình bà Xướng đã quyết định đầu tư vốn, tu sửa lại nhà sàn, khuôn viên, cảnh quan để tiếp đón khách du lịch. Đồng thời, bà Xướng còn mời thêm 12 thành viên trong xã có năng khiếu hát Then, hát Cọi, chơi đàn tính để thành lập thành đội văn nghệ phục vụ hát giao lưu với du khách có nhu cầu. Bên cạnh đó, cơ sở kinh doanh này còn giới thiệu, tổ chức đưa du khách tham quan đi trải nghiệm tại các điểm hang động, lòng hồ trên địa bàn huyện... Do chủ động mở ra kinh doanh loại hình du lịch sinh thái - cộng đồng này mà hộ kinh doanh này đã có khoản thu nhập ổn định hàng năm và đã giải quyết được công ăn việc làm cho gần 20 lao động trong thôn, xã. Đồng thời khơi dậy ý thức bảo vệ và giữ gìn nét đẹp văn hóa truyền thống của dân tộc cũng như cảnh quan môi trường sinh thái tự nhiên tại địa bàn cư trú.

*Trường hợp thứ ba:* Hộ gia đình ông Châu Văn Tuy là một trong 04 hộ gia đình tham gia mô hình sinh thái - homestay ở thôn Nà Muông, xã Khuôn Hà. Theo khảo sát thực tế cho thấy, địa điểm du lịch này có 05 phòng sử dụng vào dịch vụ, có thể đón tiếp trên 20 lượt khách lưu trú. Theo đại diện hộ kinh doanh này cho biết: “*Trước khi đầu tư, lãnh đạo huyện và ngành văn hóa huyện Lâm Bình đã cho chúng tôi đi thăm quan một số mô hình và cho tham gia các lớp tập huấn về nghiệp vụ buồng, bàn, nấu ăn; kỹ năng làm hướng dẫn viên du lịch... Bên cạnh đó, huyện hỗ trợ kinh phí trang bị vật dụng cho 03 phòng khách và một số trang thiết bị khác. Và gia đình cũng đã dồn kinh phí để làm các công việc như chỉnh trang nhà cửa, khuôn viên tạo cảnh quan, môi trường xanh, sạch, đẹp để đón khách du lịch. Đồng thời, khi du khách đến với gia đình sẽ được nghỉ, thưởng thức các món ăn truyền thống tại nhà sàn do chính vợ chồng tôi phục vụ*” (Trả lời phỏng vấn ngày 21/7/2019). Cũng theo khảo sát thực tế cho thấy, chủ hộ kinh doanh còn trực tiếp hướng dẫn du khách tham gia các dịch vụ khác như đi xe đạp, xe máy, xe trâu thăm quan bản làng; đăng ký và đưa khách đi thăm quan các điểm danh thắng trên hồ sinh thái, trèo thuyền kayak hoặc có thể cắm trại trong rừng nguyên sinh... theo nhu cầu du của du khách.

*Trường hợp thứ tư:* Vào năm 2019, thực hiện chủ trương của lãnh đạo huyện Lâm Bình trong việc liên kết phát triển du lịch gắn với bảo tồn và phát huy các giá trị về văn hóa, giữ gìn cảnh quan thiên nhiên, Công ty TNHH Thương mại và Du lịch Năm Sao có trụ sở tại thủ đô Hà Nội đã xây dựng hoàn thiện và khánh thành 2 khu du lịch sinh thái - Homestay tại thôn Nặm Đíp và Bản Bon thuộc hai xã Lãng Can, Phúc Yên. Theo đại diện của đơn vị khai thác du lịch này cho biết: “*Sau khi khánh thành và đưa vào hoạt động Công ty sẽ xây dựng các tours du lịch, kết nối với 3 tỉnh Phú Thọ, Hà Giang và Tuyên Quang vào thứ 6 hàng tuần với hành trình là tâm linh, về nguồn và sinh thái - cộng đồng. Đồng thời, làm tốt công tác truyền thông nhằm giới*

thiếu tới du khách, các công ty du lịch Bắc - Trung - Nam về tiềm năng địa phương khi được công nhận là *Danh thắng Quốc gia đặc biệt khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang - Lâm Bình*” (TLPV ngày 22 tháng 7 năm 2019). Theo đại diện lãnh đạo UBND huyện Lâm Bình cho biết: *“Lăn Cạn và Phúc Yên là 02 xã của huyện có xuất phát điểm kinh tế còn rất thấp, điều kiện cuộc sống của bà con còn khó khăn, tuy nhiên, 02 địa bàn này có những tiềm năng lợi thế để phát triển du lịch, đặc biệt là phát triển du lịch sinh thái - cộng đồng và lãnh đạo các cấp trong huyện luôn ủng hộ cho địa phương khai thác, phát triển du lịch để cải thiện đời sống cho bà con”* (Trả lời phỏng vấn ngày 22/7/2019). Bên cạnh đó, khi thông tin thu thập được từ quá trình khảo sát thực tế cho thấy, cách đây hơn 02 năm, huyện đã triển khai mô hình du lịch cộng đồng tại thôn Nặm Đíp và bước đầu đã có những hiệu quả thiết thực trong việc bảo tồn văn hóa, giữ gìn cảnh quan cũng như có thêm thu nhập cho nhiều hộ gia đình. Khi tiếp cận và trao đổi với đại diện lãnh đạo của 02 xã Lăn Cạn và Phúc Yên cho thấy, việc có thêm các khu du lịch sinh thái - cộng đồng góp phần vào việc tăng thêm cơ sở lưu trú, dịch vụ, mang lại nhiều sự lựa chọn cho du khách khi đến Lâm Bình và đem lại nguồn thu nhập ổn định cho các hộ gia đình. Lãnh đạo địa phương cũng bày tỏ mong muốn người dân sẽ đoàn kết, tương trợ, giúp đỡ lẫn nhau để các khu du lịch sinh thái - cộng đồng sẽ trở thành các địa chỉ hấp dẫn, thu hút du khách đến tham quan, trải nghiệm và khám phá.

*Trường hợp thứ năm:* Cuối năm 2018, công ty Fivestar Travel đang triển khai tổ chức tour chạy thứ 6 hàng tuần, kết nối 03 tỉnh Phú Thọ, Hà Giang và Tuyên Quang với chương trình mang tên *“Hành trình tâm linh về nguồn và sinh thái”*. Khi trao đổi với đại diện doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch Fivestar Travel cho biết: *“Cảnh quan thiên nhiên và tình người Lâm Bình đã tạo động lực để công ty chúng tôi tiến hành đầu tư xây dựng khu sinh thái - homestay Bản Bon tại xã Phúc Yên và Nặm Đíp xã Lăn Cạn. Cùng với vẻ đẹp hoang sơ, kỳ vĩ và đặc biệt là hệ sinh thái rừng nguyên sinh được bảo tồn, chỉ trong một thời gian ngắn kể từ khi triển khai, từ một khoảng đất trống, hiện nay Five Star đã xây dựng các ngôi nhà sàn và khuôn viên cơ bản để sẵn sàng đón khách du lịch”* (Trả lời phỏng vấn ngày 24/7/2019). Đến dịp hè năm 2019, thực hiện chủ trương của huyện Lâm Bình về việc phối hợp, liên kết phát triển dịch vụ với mong muốn cung cấp thêm các dịch vụ hướng tới phát triển Du lịch sinh thái - cộng đồng bền vững với tiêu chí bảo tồn và phát huy các giá trị về văn hóa, gìn giữ cảnh quan thiên nhiên, du lịch có trách nhiệm với cộng đồng, công ty Fivestar Travel đã tổ chức Famtrip *“Khám phá danh thắng quốc gia đặc biệt khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang - Lâm Bình”* từ ngày 11 - 12 tháng 5 năm 2019 và thu hút được hàng trăm lượt khách (trong nước và quốc tế) đăng ký tham gia. Theo thông tin từ phía đơn vị xây dựng chương trình khám phá này cho biết, hoạt động này được nhiều doanh nghiệp lữ hành đến từ thủ đô Hà Nội đánh giá cao và đây là hoạt động thiết thực, có ý nghĩa để xây dựng, quảng bá sản phẩm, khai thác tiềm năng du lịch Lâm Bình nói riêng và du lịch Tuyên Quang nói chung, đồng thời chuẩn bị tốt cho kế hoạch đón khách du lịch cũng như kết nối tour thu hút khách du lịch... Theo một khách tham quan đến từ thủ đô Hà Nội cho biết: *“Bản thân tôi và các thành viên trong gia đình đã nhiều lần đến với các điểm du lịch ở huyện Lâm Bình, nhưng mỗi một lần đến tôi lại có những cảm xúc rất riêng. Tôi thấy du lịch ở huyện vùng cao Lâm Bình này ngày một phát triển, đã có nhiều sản phẩm là sản vật của địa phương được trưng bày để du khách có thể mua về làm quà, đặc biệt tại các điểm du lịch đã thu hút ngày càng đông du khách trong và ngoài nước đến để khám phá, trải nghiệm, điển hình như khu vực hồ thủy điện Tuyên Quang”* (Trả lời phỏng vấn ngày 24/7/2019).

Trên thực tế khảo sát tại ở các địa điểm du lịch tại Lâm Bình cho thấy, hình thức du lịch sinh thái - cộng đồng không đòi hỏi quá lớn về tính tiện nghi, hiện đại của cơ sở vật chất bởi du khách chọn hình thức du lịch này tức là chấp nhận điều kiện tiện nghi ở mức độ tối thiểu. Do đó, việc áp dụng tốt mô hình này chính là việc biến khó khăn thành lợi thế. Tuy nhiên, để dịch vụ sinh thái - cộng đồng phát triển bền vững vẫn là yếu tố con người. Do vậy, huyện Lâm Bình cần tiếp tục hỗ trợ các doanh nghiệp, hộ gia đình trong việc kinh doanh, quảng cáo tiếp thị, đa dạng hóa sản phẩm và đào tạo nhân lực chuyên nghiệp cho phát triển du lịch sinh thái - cộng đồng.

## 2.2. Số lượng lượt khách và doanh thu

Theo số liệu do tác giả bài viết thu thập được từ quá trình khảo sát về tình hình hoạt động du lịch của huyện Lâm Bình cho thấy: “Năm 2017, huyện đã thu hút trên 35.000 lượt khách du lịch (trong đó có 3.300 lượt khách du lịch theo hướng du lịch cộng đồng), đạt 291,7% kế hoạch, tăng 161,2% so với cùng kỳ năm 2016, doanh thu xã hội về du lịch 21 tỷ đồng, đạt 350% kế hoạch. Đến năm 2018, các điểm du lịch sinh thái - cộng đồng đã thu hút trên 37.000 lượt khách du lịch, đạt 315,8% kế hoạch, tăng 184,3% so với cùng kỳ năm 2017, doanh thu xã hội về du lịch 26,3 tỷ đồng, đạt 375% kế hoạch. Đến tháng 6 năm 2019, Lâm Bình đã đón trên 21.000 lượt khách đến thăm quan du lịch, đạt doanh thu xã hội về du lịch 16 tỷ đồng, trong đó có khách du lịch đến từ các nước như: Pháp, Tây Ban Nha... chủ yếu là du lịch khám phá theo loại hình du lịch sinh thái - cộng đồng” [4]. Theo đại diện lãnh đạo UBND huyện Lâm Bình cho biết: “*Từ tiềm năng sẵn có mà thiên nhiên ban tặng cùng với các di sản văn hóa do cha ông để lại, chúng tôi đã chỉ đạo, hướng dẫn người dân tại các bản làng tổ chức, phát triển du lịch sinh thái - cộng đồng. Trong thời gian 03 năm trở lại đây, số lượng khách du lịch, đặc biệt là khách quốc tế đến tham quan, khám phá, trải nghiệm du lịch sinh thái - cộng đồng ở Lâm Bình ngày một đông. Từ đó, đã mang lại nguồn thu nhập nhất định có tính ổn định cho cộng đồng cư dân địa phương và quảng bá hình ảnh du lịch Lâm Bình đến các vùng miền trong nước, quốc tế*” (Trả lời phỏng vấn ngày 20/7/2019). Từ các số liệu nêu trên cho thấy, hoạt động khai thác du lịch sinh thái - cộng đồng ở Lâm Bình đang trên đà phát triển, số lượng du khách và doanh thu từ dịch vụ du lịch của năm sau tăng hơn so với năm trước. Điều đó thể hiện sự phát triển trong hoạt động khai thác du lịch và bước đầu đem lại nguồn thu nhập ổn định cho cộng đồng, giải quyết việc làm cho một bộ phận người dân, thay đổi diện mạo bản làng theo xu thế của thời đại, đáp ứng nhu cầu tham quan, trải nghiệm, khám phá của du khách.

## 2.3. Từ thực tiễn khảo sát thực trạng và những thông tin cung cấp từ cơ quan quản lý cấp huyện cùng các cơ sở kinh doanh khai thác du lịch sinh thái - cộng đồng tại huyện Lâm Bình cho thấy nảy sinh các vấn đề tồn tại cần phải khắc phục trong thời gian tới

*Một là*, du lịch - dịch vụ ở Lâm Bình phát triển chưa từng xứng với tiềm năng và thế mạnh vốn có. Tuy lượng khách đến với các điểm du lịch sinh thái - cộng đồng ở Lâm Bình tăng qua các năm và một số sản phẩm du lịch trải nghiệm, khám phá đã có bước phát triển song lượng khách đến vẫn còn thấp, cơ sở lưu trú, các sản phẩm du lịch chất lượng cao còn khá ít.

*Hai là*, việc khai thác tài nguyên du lịch sinh thái - cộng đồng chưa mang lại hiệu quả tương xứng. Các danh thắng và di sản của cộng đồng hầu như chỉ khai thác sản phẩm sẵn có mà ít quan tâm đến việc đầu tư tu bổ, tôn tạo và nâng cấp một cách tổng thể.

*Ba là*, du lịch sinh thái - cộng đồng nói riêng và du lịch ở Lâm Bình nói chung đang ở mức độ cạnh tranh thấp so với các khu vực lân cận; sản phẩm, dịch vụ du lịch tuy có chuyển biến,

song chất lượng chưa cao, chưa đủ sức hấp dẫn và đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách, đặc biệt là khách quốc tế.

*Bốn là*, môi trường du lịch (môi trường cảnh quan, môi trường kinh doanh du lịch, môi trường xã hội) tuy có được cải thiện nhưng một số lĩnh vực đã xuống cấp. Việc quản lý bảo vệ, tôn tạo các di sản văn hóa và thiên nhiên còn chưa phù hợp về phát triển du lịch.

*Năm là*, cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch chưa phát triển, đường giao thông, điện nước của một số địa điểm chưa đầu tư đồng bộ nên đã dẫn đến việc đi lại của khách gặp khó khăn và giá dịch vụ du lịch tăng lên.

*Sáu là*, trình độ dân trí tại các vùng phát triển du lịch ở Lâm Bình phát triển chưa đồng đều, một số cộng đồng cư dân tại các bản làng chưa đáp ứng yêu cầu phục vụ của khách. Cán bộ các ngành có liên quan, nhân viên các điểm du lịch và người dân chưa được đào tạo cơ bản về nghiệp vụ kinh doanh và phục vụ trong lĩnh vực du lịch sinh thái - cộng đồng.

*Bảy là*, nguồn vốn đầu tư để phát triển du lịch sinh thái - cộng đồng còn hạn chế trong khu vực về vốn đầu tư trong kế hoạch phát triển là rất lớn. Vì vậy, vấn đề huy động vốn cho phát triển du lịch theo hướng này là một thách thức lớn cho các địa điểm kinh doanh du lịch sinh thái - cộng đồng ở Lâm Bình hiện nay.

*Nguyên nhân dẫn đến các vấn đề bất cập trong hoạt động khai thác du lịch sinh thái - cộng đồng ở Lâm Bình cần được khắc phục trong thời gian tới như:*

*Một là*, do biến động phức tạp của nền kinh tế đã tác động đến ngành Du lịch ở nước ta nói chung và du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang nói riêng như: Thiên tai, dịch bệnh, suy thoái kinh tế...

*Hai là*, tính mùa vụ của du lịch sinh thái - cộng đồng thể hiện khá rõ nét, vào các dịp mùa xuân, hè khách đến nhiều với số lượng lớn, trong khi đó mùa thấp điểm (mùa mưa kéo dài, mùa đông) khách đến hạn chế làm cho hiệu quả đầu tư không cao.

*Ba là*, các điểm du lịch sinh thái - cộng đồng ở Lâm Bình còn khá thụ động trong việc xây dựng chiến lược phát triển kinh doanh. Việc áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật hiện đại vào kinh doanh du lịch chưa được các điểm kinh doanh du lịch sinh thái - cộng đồng quan tâm nhiều.

### **3. NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA TRONG VIỆC PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI - CỘNG ĐỒNG Ở LÂM BÌNH TRONG THỜI GIAN TỚI**

#### **3.1. Xây dựng và triển khai quy hoạch tổng thể về các điểm du lịch sinh thái - cộng đồng ở huyện Lâm Bình**

Lãnh đạo UBND huyện nên chỉ đạo các phòng chuyên môn tổ chức xây dựng và triển khai quy hoạch tổng thể, chỉ rõ phân vùng cho du lịch sinh thái - cộng đồng, xây dựng bản đồ ở những điểm khai thác hoạt động du lịch sinh thái - cộng đồng. Do đó, để có được quy hoạch tốt cần phải nghiên cứu, điều tra tài nguyên thiên nhiên, tài nguyên nhân văn ở huyện Lâm Bình, cần có sự phối hợp với các cấp, ngành, các thành phần có liên quan để triển khai vấn đề này trong thời gian sớm nhất.

#### **3.2. Nâng cao tính giáo dục môi trường và bảo tồn của các bên liên quan**

Du lịch sinh thái - cộng đồng là một loại hình du lịch dựa vào thiên nhiên - cộng đồng, du lịch có tính giáo dục và nâng cao ý thức bảo vệ môi trường, du lịch có trách nhiệm với cộng đồng cư dân bản địa. Các điểm du lịch ở Lâm Bình với chức năng là bảo tồn và phát triển du lịch sinh thái - cộng đồng, hai chức năng này có quan hệ mật thiết với nhau: Bảo tồn để làm cơ sở

cho phát triển loại hình du lịch này và phát triển du lịch sinh thái - cộng đồng không làm ảnh hưởng đến bảo tồn môi trường tự nhiên cũng như môi trường xã hội. Để làm được điều này, chúng ta cần có những động thái để làm thay đổi nhận thức của các bên liên quan từ các nhà quy hoạch bảo tồn, tổ chức, cá nhân làm dịch vụ du lịch, du khách và đặc biệt là cộng đồng cư dân địa phương thông qua các hoạt động cụ thể liên quan đến bảo vệ tài nguyên du lịch (tài nguyên tự nhiên và tài nguyên nhân văn) và bảo vệ môi trường sinh thái tự nhiên tại Lâm Bình, trường hợp như ngăn chặn triệt để rác thải xung quanh và trên lòng hồ thủy điện Tuyên Quang, vì trên thực tế khảo sát cho thấy, do chưa có đơn vị quản lý trực tiếp nên rác thải trong lòng hồ quá nhiều làm ảnh hưởng đến môi trường hệ sinh thái mặt nước và cảnh quan môi trường tự nhiên...

### **3.3. Nâng cao chất lượng các yếu tố nguồn lực phục vụ cho hoạt động khai thác du lịch**

Hiện nay, nguồn nhân lực hoạt động trong lĩnh vực khai thác du lịch sinh thái - cộng đồng ở Lâm Bình đều thiếu về số lượng và chất lượng, trong đó số lượng cán bộ quản lý lĩnh vực du lịch chưa được đào tạo đúng chuyên ngành, chủ hộ kinh doanh và nhân viên làm việc tại các điểm du lịch không được đào tạo chính quy và bài bản về từng chuyên ngành cụ thể trong lĩnh vực du lịch, đặc biệt là các nghiệp vụ buồng, bếp, bàn, hướng dẫn viên văn hóa... Do đó, hầu hết nguồn nhân lực không có kiến thức chuyên môn về nghiệp vụ du lịch, trong khi các sản phẩm du lịch tại Lâm Bình chưa phong phú, thiếu khả năng cạnh tranh lâu dài, thêm vào đó là đội ngũ hướng dẫn viên chủ yếu lấy kinh nghiệm và vốn sống làm nền tảng để giới thiệu cho khách tham quan về địa phương mình. Do đó, lãnh đạo UBND huyện cần giao cho ngành văn hóa huyện tổ chức các lớp ngắn hạn đào tạo về từng chuyên ngành Du lịch cụ thể để trang bị kiến thức cơ bản cho các nhân viên làm việc tại từng địa điểm du lịch sinh thái - cộng đồng. Từ đó, cán bộ nhân viên được đào tạo có thể đáp ứng tiêu chí vừa đảm bảo đủ về số lượng, vừa đảm bảo chất lượng chuyên môn. Bên cạnh đó, cần tăng cường tìm kiếm các nguồn đầu tư từ các tổ chức, cá nhân trong việc xây dựng cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch như khu vui chơi, giải trí, cơ sở lưu trú, cải tạo cảnh quan tại các điểm sinh thái, hạ tầng giao thông (bến tàu, bãi xe...) để tạo hình ảnh hấp dẫn khách tham quan, đặc biệt là du khách quốc tế.

### **3.4. Thu hút sự tham gia của cộng đồng địa phương trong hoạt động du lịch sinh thái - cộng đồng**

Hiện nay, hoạt động khai thác du lịch sinh thái - cộng đồng ở huyện Lâm Bình đã được thực hiện trong vài năm trở lại đây nhưng hiệu quả của hoạt động này đối với đời sống cộng đồng cư dân địa phương chưa cao. Do đó, để thu hút cộng đồng cư dân địa phương vào các hoạt động khai thác du lịch sinh thái - cộng đồng, chính quyền các cấp ở huyện Lâm Bình cần chỉ đạo các phòng chuyên môn hướng dẫn các tổ chức, cá nhân (doanh nghiệp, hộ gia đình khai thác du lịch, nhân lực cộng đồng tại chỗ) phối hợp chặt chẽ với nhau trong việc triển khai các công việc như: 1/Nghiên cứu phát triển các nông sản đặc trưng của huyện Lâm Bình để phục vụ cho khách du lịch với tiêu chí: đẹp về mẫu mã, tốt về chất lượng, giá cả hợp lý, đặc biệt là các món ăn mang hương vị đặc trưng của địa phương; tổ chức sưu tầm, biên chép về phong tục tập quán, tín ngưỡng, lễ hội; Tổ chức các hoạt động văn hóa, văn nghệ, thể thao góp phần nâng cao trình độ dân trí cho cộng đồng cư dân tại các địa điểm phát triển du lịch sinh thái - cộng đồng; 2/Tổ chức giáo dục cho cộng đồng cư dân địa phương để nâng cao nhận thức bảo tồn thiên nhiên, bảo vệ môi trường bằng các hình thức khác nhau như: hình thức tuyên truyền gián tiếp thông qua các phương tiện thông tin đại chúng (sử dụng hệ thống đài phát thanh tuyên thôn, xã) và các hình thức tuyên truyền giáo dục trực tiếp (tờ rơi, tờ gấp...); 3/Tổ chức xây dựng quy hoạch du lịch sinh thái - cộng đồng có sự tham gia của người dân ngay từ ban đầu. Tiến tới hình thành các phân khu cung cấp dịch vụ, các tuyến tham quan với các sản phẩm văn hóa đặc trưng của địa phương.



### 3.5. Thu hút thành phần kinh tế tham gia kinh doanh du lịch sinh thái - cộng đồng

Trên thực tế, việc phát huy sức mạnh tổng hợp giữa các thành phần kinh tế thông qua sự thay đổi của cơ chế chính sách ưu đãi để thu hút đầu tư được coi là giải pháp quan trọng để phát triển loại hình du lịch sinh thái - cộng đồng ở huyện Lâm Bình hiện nay. Do đó, chính quyền huyện Lâm Bình cần có biện pháp khuyến khích nhiều thành phần kinh tế đầu tư vào các dịch vụ nghỉ dưỡng, ẩm thực, vui chơi, giải trí, thể thao có chất lượng cao, đặc biệt ưu tiên nguồn tài chính đầu tư từ nước ngoài vào các dự án có quy mô lớn hoặc kinh doanh các sản phẩm du lịch cao cấp, hay tổ chức triển khai các tuyến tham quan mới hấp dẫn... Do đó, cần đòi hỏi các chủ thể quản lý ở Lâm Bình phải soạn thảo, ban hành và thực thi các chính sách mở cửa, ưu đãi về phát triển du lịch, thêm vào đó cán bộ phải trình độ quản lý và chuyên môn nghiệp vụ cao về du lịch. Mặt khác, chính quyền huyện Lâm Bình nên triển khai chính sách cho thuê đất và môi trường rừng cho các tổ chức, cá nhân đáp ứng được các điều kiện nhất định (đó là sự cam kết về tính bền vững, thẩm mỹ, thân thiện, ấn tượng trong hoạt động du lịch sinh thái - cộng đồng). Đồng thời, chính quyền huyện Lâm Bình cần thực hiện các hoạt động thiết thực như: Tiếp tục hoàn thiện cơ chế quản lý đầu tư, tạo môi trường thông thoáng về đầu tư tài chính trong phát triển du lịch; đơn giản hóa các thủ tục hành chính và phát triển các dịch vụ hỗ trợ đầu tư để thu hút các tổ chức, cá nhân có nhu cầu kinh doanh dịch vụ du lịch; cần tạo sự bình đẳng trong ưu tiên đối với đầu tư trong nước và nước ngoài, giữa đầu tư nhà nước và tư nhân trong lĩnh vực du lịch sinh thái - cộng đồng tại huyện Lâm Bình... Đồng bộ hóa được các hoạt động trên, Lâm Bình sẽ là địa phương đi đầu của tỉnh Tuyên Quang trong việc thực hiện tốt hoạt động khai thác du lịch nói chung và loại hình du lịch sinh thái - cộng đồng trong thời gian tới.

### 3.6. Đa dạng hóa sản phẩm du lịch, dịch vụ du lịch tại huyện Lâm Bình

Cần đa dạng hóa trong việc khai thác triệt để các giá trị lịch sử, văn hóa, truyền thuyết để xây dựng kịch bản cho tour du lịch sinh thái - cộng đồng với các khung thời gian khác nhau để phục vụ cho nhiều thành phần khách du lịch khác nhau, từ đó làm phong phú, đa dạng các sản phẩm du lịch sinh thái - cộng đồng ở Lâm Bình. Bên cạnh đó, lãnh đạo UBND huyện Lâm Bình cần tạo điều kiện tốt nhất về chính sách và ưu đãi vay tài chính để phát triển nhiều loại dịch vụ du lịch để thỏa mãn tốt hơn nhu cầu của khách du lịch. Đồng thời, cần tổ chức tốt việc kết hợp với tuyến du lịch nhân văn, du lịch văn hóa vào các bản làng dân tộc thiểu số ở huyện Lâm Bình. Để làm được điều này, du lịch ở Lâm Bình nên thực hiện hoạt động tu bổ, tôn tạo và xây dựng lại các ngôi nhà truyền thống của địa phương, khôi phục nghề thủ công truyền thống và phát triển các nghề gắn với hoạt động du lịch, từ đó góp phần nâng cao đời sống cho cộng đồng.

### 3.7. Tăng cường hoạt động xúc tiến, truyền thông quảng bá du lịch sinh thái - cộng đồng

Hoạt động truyền thông, giáo dục nâng cao nhận thức về ngành kinh tế du lịch đối với nhà quản lý, tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch và cộng đồng là việc làm thiết thực và có ý nghĩa trong việc tạo lập, quảng bá hình ảnh du lịch của huyện Lâm Bình đến với du khách trong và ngoài nước, đồng thời có thể thu hút vốn đầu tư vào du lịch ở địa phương này trong thời gian tới. Chính quyền huyện Lâm Bình cần thành lập trung tâm hướng dẫn và cung cấp thông tin về du lịch của địa phương, về tiềm năng sinh thái tự nhiên, về mảnh đất và chủ thể gìn giữ các di sản văn hóa bản địa... cho khách du lịch có nhu cầu tham quan, trải nghiệm, khám phá ở các điểm cung cấp dịch vụ du lịch. Đồng thời, ngành Du lịch Lâm Bình cần liên kết, phối hợp với các đơn vị lữ hành trong và ngoài tỉnh, đặc biệt là các đơn vị lữ hành tại thủ đô Hà Nội trong việc xây dựng tour, tuyến tham quan có các địa điểm du lịch ở Lâm Bình. Bên cạnh đó, lãnh đạo huyện Lâm Bình cần chỉ đạo ngành văn hóa hỗ trợ các địa điểm khai thác du lịch ứng dụng công nghệ

thông tin trong thời đại 4.0 để giới thiệu, quảng bá hình ảnh du lịch Lâm Bình, phối hợp với các cơ quan thông tin đại chúng nhằm nâng cao chất lượng cũng như hiệu quả trong kinh doanh loại hình du lịch đặc thù này. Tổ chức thực hiện các chương trình thông tin truyền thông, quảng bá về các sự kiện đã, đang và sẽ diễn ra định kỳ ở huyện Lâm Bình như: Lễ hội truyền thống của các tộc người thiểu số, lễ hội bơi thuyền trên hồ thủy điện, tổ chức tuyến tham quan thắng cảnh tự nhiên và di sản nhân tạo, hội chợ và xúc tiến thương mại... với mục đích giới thiệu, quảng bá về tiềm năng du lịch của địa phương, làm tăng nhu cầu du lịch trong và ngoài nước. Trên cơ sở đó, xác định các thị trường du lịch trọng điểm, tổ chức nghiên cứu tâm lý, thị hiếu, tập quán, thói quen tiêu dùng của các đoàn du khách. Từ đó, chính quyền huyện Lâm Bình cùng các cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch nghiên cứu để đưa ra sản phẩm du lịch sinh thái - cộng đồng đặc trưng để phù hợp với thị trường; đa dạng hóa hình thức tiếp thị quảng bá thông qua các phương tiện truyền thống như: báo (truyền thống và điện tử), truyền hình (Trung ương và tỉnh Tuyên Quang), trang thông tin điện tử (tỉnh Tuyên Quang, huyện Lâm Bình), các trang mạng xã hội như Facebook, Youtube, Zalo...

*Nhìn chung*, từ việc trình bày tiềm năng sẵn có và thực trạng của loại hình du lịch sinh thái - cộng đồng ở huyện Lâm Bình trong những năm qua cho thấy, hoạt động này đã và đang được chính quyền các cấp huyện Lâm Bình cho phép các tổ chức, hộ gia đình khai thác dịch vụ du lịch. Hoạt động này đã thu được những kết quả đáng ghi nhận như: Số lượng các khu dịch vụ du lịch tăng lên; mức độ đầu tư của các tổ chức, cá nhân vào hoạt động du lịch tăng lên hàng năm; số lượng lượt khách và doanh thu từ hoạt động du lịch năm sau tăng hơn so với năm trước; các địa điểm du lịch được đưa vào chương trình tham quan cố định; chất lượng dịch vụ du lịch đang dần được nâng lên... Tuy nhiên, trong quá trình khai thác hoạt động du lịch sinh thái - cộng đồng ở huyện Lâm Bình cũng đặt ra các vấn đề cần phải khắc phục. Trên cơ sở đó, tác giả bài viết đã đưa ra 07 vấn đề bàn luận với mục tiêu góp phần để loại hình du lịch đặc thù này ở địa phương này sẽ được phát triển bền vững trong thời gian tới.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Lê Huy Bá (2005), *Du lịch sinh thái*, Nxb Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, Tp. Hồ Chí Minh.
2. Lê Hồng Lý (Chủ biên) (2010), *Quản lý di sản văn hóa với phát triển du lịch*, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
3. Sở VH, TT&DL tỉnh Tuyên Quang (2014), *Kế hoạch tổ chức toạ đàm liên kết phát triển du lịch Tuyên Quang*.
4. Lưu Ngọc Thành (2019), *Tư liệu, số liệu khảo sát thực tế tại các địa điểm du lịch và kinh doanh dịch vụ du lịch tại huyện Lâm Bình trong thời gian từ ngày 20 đến ngày 24/7/2019*.
5. UBND huyện Lâm Bình (2017), *Danh lam thắng cảnh*, đăng trên website Du lịch Lâm Bình ngày 11/12/2017, Tuyên Quang.
6. UBND huyện Lâm Bình (2017), *Giới thiệu về huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang*, đăng trên website Du lịch Lâm Bình ngày 06/11/2017, Tuyên Quang.
7. UNESCO (2005), *Công ước về bảo vệ và phát huy sự đa dạng của các biểu đạt văn hóa*, do Văn phòng UNESCO tại Việt Nam dịch và phát hành ngày 20/10/2005, Hà Nội.
8. UNESCO (1972), *Công ước về việc bảo vệ di sản văn hóa và tự nhiên của thế giới* (Đã được thông qua tại kỳ họp thứ 17 của Đại hội đồng UNESCO tại Paris ngày 16/11/1972), do Văn phòng UNESCO tại Việt Nam dịch và phát hành, Hà Nội.

## POTENTIAL OF ECOLOGICAL TOURISM - COMMUNITY IN LAM BINH DISTRICT, TUYEN QUANG PROVINCE: REAL EXPLORATION AND OUTPUT ISSUES

**Luu Ngoc Thanh**

*Hanoi University of Culture*

### **Abstract**

Lam Binh is a mountainous district of Tuyen Quang province. This place is bestowed by nature with many majestic landscapes along with diverse and specific ecosystems, including over 4,000 ha of lakes located in Tuyen Quang hydropower reservoir. Currently, Lam Binh also has beautiful monuments and landscapes such as Phuc Lam Pagoda, Phia Vai Cave, Song Long Cave, Nam Me Waterfall, Thuong Lam Scenic Area... and traditional intangible cultural values, Specialties of ethnic minorities (14 ethnic groups: Tay, Dao, Kinh, H'Mong, Pa Tag...). With its inherent potential, Lam Binh is capable of developing different types of tourism, especially ecotourism, combining community tourism (homestay). Currently, local authorities and a part of the community have built and exploited the ecotourism - community model, however, this exploitation has given issues to discuss to develop this tourism type sustainable in Lam Binh district in the future.

### **Keywords**

Lam Binh, Lam Binh tourism.

# KHAI THÁC NÉT ĐẶC SẮC VỀ VĂN HÓA CỦA DÂN TỘC PÀ THÈN NHẪM GÓP PHẦN PHÁT TRIỂN DU LỊCH DỰA VÀO CỘNG ĐỒNG Ở HUYỆN LÂM BÌNH, TỈNH TUYÊN QUANG

Phạm Thị Phương Thái, Hoàng Thị Phương Nga  
*Viện Văn hóa Nghệ thuật Quốc gia Việt Nam*

## Tóm tắt

Những giá trị môi trường sinh thái tự nhiên và môi trường sinh thái nhân văn của huyện Lâm Bình (tỉnh Tuyên Quang) chính là tiềm năng và thế mạnh để địa phương phát triển du lịch bền vững, mà trong đó du lịch dựa vào cộng đồng là hướng khai thác hợp lý. Với đặc thù của Lâm Bình thì cộng đồng người Pà Thẻn (nhóm ngôn ngữ Mông - Dao) đang quần cư tại thôn Thượng Minh xã Hồng Quang hiện nay đang sở hữu và bảo tồn sống các phong tục tập quán đẹp, đời sống tinh thần tín ngưỡng độc đáo, lễ hội đặc sắc, trang phục truyền thống,... Đó chính yếu tố tạo nên điểm nhấn mới của du lịch dựa vào cộng đồng ở Lâm Bình.

## Từ khóa

Huyện Lâm Bình, du lịch cộng đồng, văn hóa, dân tộc Pà Thẻn.

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch dựa vào cộng đồng (CBT-Community Based Tourism) là hoạt động du lịch hoặc kinh doanh du lịch cụ thể thu hút sự tham gia của cộng đồng địa phương, diễn ra ngay tại địa phương, dựa vào các tài nguyên thiên nhiên và nhân văn của địa phương. Quỹ quốc tế bảo vệ thiên nhiên (WWF) định nghĩa: “Du lịch dựa vào cộng đồng là một hình thức du lịch mà cộng đồng địa phương làm chủ, tham gia vào quá trình phát triển và quản lý, và phần lớn các lợi ích sẽ thuộc về cộng đồng”. Do vậy, CBT được coi là mô hình phát triển du lịch tạo điều kiện tốt hơn cho việc giải quyết các mối quan hệ lợi ích về kinh tế - xã hội - môi trường nhằm phát triển bền vững (Suansri, 2003). CBT cũng nhấn mạnh việc tham gia trực tiếp của cộng đồng vào hoạt động du lịch, để từ đó không gian sinh kế của người dân địa phương được mở rộng và thêm cơ hội có thêm việc làm, tăng nguồn thu nhập, cải thiện đời sống, nâng cao nhận thức văn hóa xã hội qua giao lưu, tiếp xúc với khách du lịch. Đồng thời giúp người dân địa phương ý thức hơn về giá trị văn hóa của cộng đồng mình, góp phần bảo tồn và quảng bá văn hóa truyền thống địa phương.

## 2. TÀI NGUYÊN DU LỊCH PHONG PHÚ, ĐA DẠNG CỦA LÂM BÌNH - TUYÊN QUANG

Huyện Lâm Bình (Tuyên Quang) được thiên nhiên ban tặng một hệ sinh thái đa dạng với nhiều cảnh đẹp hùng vĩ, sơn thủy hữu tình. Nổi bật là 99 ngọn núi xã Thượng Lâm được ví như “vườn treo Babylon” hay “Hạ Long cạn giữa đại ngàn”. Cả một vùng hồ thủy điện Tuyên Quang rộng tới trên 8.000ha (trong đó Lâm Bình có trên 4.000 ha) với nhiều cảnh quan thiên nhiên kỳ sơn thủy tú, như Hòn Cọc Vài (tiếng Tày nghĩa là cọc buộc trâu - gắn với sự tích chàng Tài Ngào) và thác Nậm Mè (nghĩa là Suối Mè). Bên cạnh khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang - Lâm Bình có diện tích rừng nguyên sinh với thảm thực vật phong phú, bảo tồn được nhiều loại động vật quý hiếm thì huyện còn sở hữu những thắng cảnh đẹp khác như: Động Song Long, thác Mặn Me, thác Khuổi Nhi, thác Khuổi Súng; di tích khảo cổ Hang Phia Vài... Với các dân tộc cùng

sinh sống, trong đó chủ yếu là đồng bào dân tộc thiểu số, huyện Lâm Bình được xem là địa phương còn lưu giữ được nhiều giá trị văn hóa truyền thống cùng các di sản văn hóa vật thể, phi vật thể độc đáo. Mỗi dân tộc lại có những nét văn hóa riêng hết sức độc đáo như: Lễ hội Lồng tồng của dân tộc Tày xã Thượng Lâm, Lăng Can (đã được công nhận là di sản văn hóa phi vật thể cấp Quốc gia), Lễ hội Nhảy lửa của đồng bào dân tộc Pà Thẻn xã Hồng Quang. Ngoài ra, Lâm Bình còn là vùng đất lưu giữ nhiều kiến trúc tâm linh cổ trong đó phải kể đến đền Pú Bảo thờ Đức Quận Công Nguyễn Thế Quân còn là nơi thờ Thành hoàng làng (thờ các vị thần cai quản sông núi như: Thần núi Khau Ung...) và Thần nông (thờ bốn vị thần tự nhiên có ảnh hưởng đến đời sống nông nghiệp, đó là bốn vị thần: Thần Mưa (Pháp Vũ), thần Mây (Pháp Vân), thần Sấm (Pháp Lôi) và thần Chớp (Pháp Điện). Bên cạnh đó là chùa Phúc Lâm mang phong cách kiến trúc và nghệ thuật điêu khắc từ thời Trần thế kỷ XIII - XIV, điều này chứng tỏ lịch sử khai phá lâu đời và sinh hoạt tín ngưỡng phong phú mang dấu tích nhà Phật ở miền sơn cước - nơi cộng cư của đồng bào các dân tộc nơi đây... Đến với Lâm Bình du khách còn được thưởng thức những món ăn truyền thống của người Tày, người Dao như cơm lam, thịt chua, thịt trâu khô, cá mắm ruộng, chè Khau mút, rượu ngô, rượu thóc men lá...

Những giá trị môi trường sinh thái tự nhiên và môi trường sinh thái nhân văn kể trên của Lâm Bình chính là tiềm năng và thế mạnh để địa phương phát triển du lịch bền vững, mà trong đó CBT là hướng khai thác hợp lý.

### **3. HOẠT ĐỘNG DU LỊCH DỰA VÀO CỘNG ĐỒNG HIỆN NAY CỦA HUYỆN LÂM BÌNH**

#### **3.1. Quan điểm phát triển và nguồn lực của địa phương**

Từ lợi thế về thiên nhiên, con người và bản sắc văn hóa cộng đồng dân tộc thiểu số nên huyện Lâm Bình xác định chiến lược phát triển du lịch sinh thái gắn với du lịch cộng đồng homestay. Quan điểm này được hiện thực hóa bằng công tác quy hoạch phát triển tổng thể du lịch của huyện đến năm 2015, định hướng đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030. Năm 2017, Lâm Bình thực hiện đề án “Xây dựng và vận hành mô hình Du lịch cộng đồng”. Đề án nhằm bảo tồn và phát triển bền vững Làng văn hóa dân tộc Tày các thôn Nà Đông và Nà Tông (xã Thượng Lâm), Nà Muông (xã Khuôn Hà) và Nặm Đíp (xã Lăng Can) với 15 hộ tham gia (hiện nay đã tăng lên con số 24 hộ). Thực hiện đề án, huyện đã tổ chức cho các hộ dân tham quan, học tập kinh nghiệm, làm du lịch cộng đồng tại một số tỉnh bạn; tổ chức các lớp tập huấn nâng cao năng lực, kỹ năng làm du lịch cộng đồng; hoàn thành việc chỉnh trang khuôn viên nhà cửa, thành lập các đội văn nghệ, tổ chức tập luyện các tiết mục để phục vụ khách du lịch; hoàn thành xây dựng bản đồ, tour/tuyến du lịch, tập huấn hướng dẫn viên du lịch, bổ sung dịch vụ du lịch như: chèo thuyền kayak, xe đạp, xe máy, bè mảng, câu cá,... phục vụ du khách. Đồng thời, huyện đã triển khai khôi phục và duy trì và tổ chức các sự kiện văn hóa như Lễ hội Lồng tồng, Lễ hội Nhảy lửa, các nét văn hóa truyền thống khác của đồng bào dân tộc thiểu số trên địa bàn.

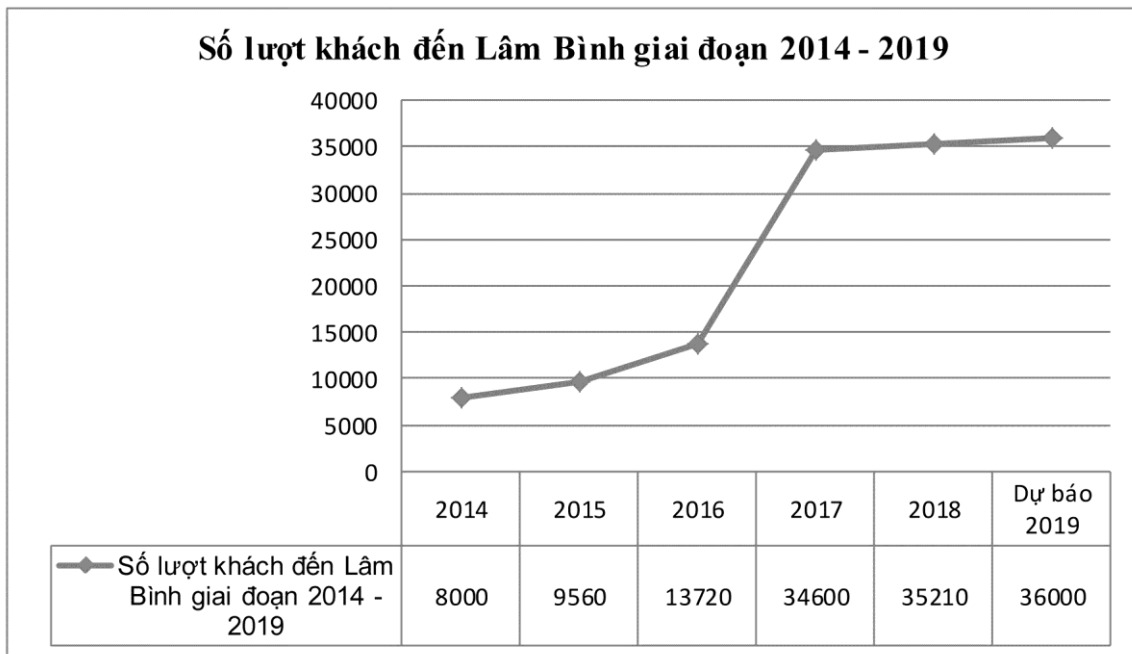
Để phát triển du lịch bền vững, Lâm Bình đã chú trọng tập trung giữ gìn cảnh quan thiên nhiên môi trường, bản sắc văn hóa các dân tộc. Đồng thời, thu hút kêu gọi, khuyến khích các nhà đầu tư với các nguồn lực, nguồn vốn để xây dựng hạ tầng các điểm du lịch. Đặc biệt, Lâm Bình đẩy mạnh tuyên truyền, quảng bá các điểm du lịch đến đông đảo du khách, tập trung nâng cao kỹ năng làm du lịch của cán bộ quản lý cấp huyện, cấp xã cũng như người dân tham gia làm du lịch. Trong 6 tháng đầu năm 2019, du lịch Lâm Bình đã kết nối được trên 30 công ty đến khảo sát, xây dựng sản phẩm, kết nối tour du lịch tại huyện, trong đó có Công ty Du lịch 5 sao đã đầu tư

ơ sở homestay tại xã Lăng Can và xã Phúc Yên; công ty Sao Việt của Hà Nội; Công ty TNHH Du lịch Non nước Lâm Bình kết nối tour đưa khách du lịch đến thăm quan, du lịch...

Thời gian qua, huyện Lâm Bình đã tăng cường tuyên truyền, quảng bá, tiềm năng du lịch của huyện về sinh thái, cảnh quan thiên nhiên độc đáo và bản sắc văn hóa dân tộc. Duy trì và nâng cao chất lượng các trang website quảng bá, giới thiệu du lịch trên Cổng thông tin điện tử, Facebook, Zalo, Touristlink.com để quảng bá du lịch của huyện bằng hai thứ tiếng cả tiếng Việt và tiếng Anh; triển khai xây dựng biển quảng bá du lịch tại khu vực lòng hồ thủy điện Tuyên Quang; xây dựng bảng giá, niêm yết giá dịch vụ du lịch; hoàn thiện hệ thống bảng, biển chỉ dẫn Homestay tại các khu, điểm du lịch; triển khai đầu tư xây dựng công trình đường lên hang Khuổi Pín, xã Khuôn Hà,... Tổ chức tập huấn cho đội ngũ hướng dẫn viên du lịch không chuyên của huyện; triển khai xây dựng thêm các dịch vụ trải nghiệm, như: Cơ sở sản xuất đồ dùng, quà lưu niệm từ vật liệu tre, nứa, dẹt thổ cẩm, làm bún, nấu rượu, đan lát, làm vườn,... Đồng thời, du lịch Lâm Bình chuyển mình mạnh mẽ trong công tác marketing với địa chỉ website <http://dulichlambinh.gov.vn> nhằm giới thiệu tới du khách, các công ty du lịch Bắc - Trung - Nam về tiềm năng địa phương khi được công nhận là “Danh thắng Quốc gia đặc biệt khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang - Lâm Bình”.

## 2.2. Sự hấp dẫn của Lâm Bình đối với khách du lịch

Thực hiện Chương trình hành động số 13 ngày 17/10/2017 của Ban Chấp hành Đảng bộ huyện về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và Kế hoạch phát triển du lịch giai đoạn 2019-2020, Kế hoạch phát triển mỗi xã một sản phẩm gắn với phát triển du lịch. Đến nay ngành du lịch của huyện Lâm Bình đã có nhiều khởi sắc, số lượng khách đến thăm quan, trải nghiệm ngày càng tăng, người dân tham gia làm du lịch cũng tăng lên.



Biểu đồ 1. Số lượt khách du lịch đến huyện Lâm Bình giai đoạn 2014 - 2019

Nguồn: Tác giả tổng hợp và phân tích, 2019

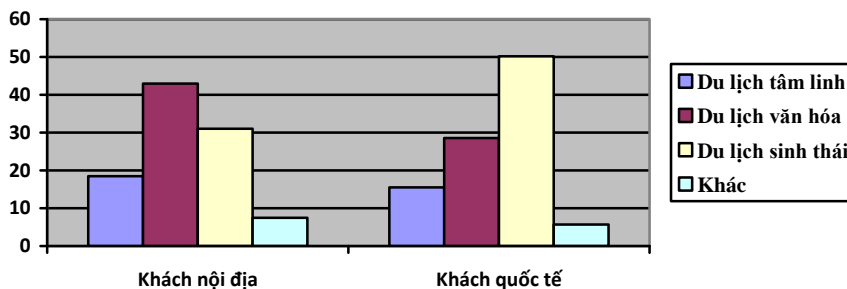
Khách du lịch đến Lâm Bình hiện nay tập trung vào trải nghiệm các loại hình du lịch chính mang đặc thù thế mạnh tài nguyên của địa phương là: du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng, du lịch văn hóa dựa vào cộng đồng mà điển hình là dạng thức homestay, du lịch tâm linh.

Bảng 1. Một số loại hình du lịch chính của huyện Lâm Bình

STT	Loại hình du lịch	Tài nguyên nền tảng
1	Du lịch tâm linh dựa vào các giá trị tôn giáo và tín ngưỡng được lưu giữ trong cộng đồng	Di tích chùa Phúc Lâm, đền Pú Bảo...
2	Du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng	Rừng nguyên sinh với thảm thực vật phong phú, bảo tồn được nhiều loại động vật quý hiếm; danh thắng 99 ngọn núi, thác Nặm Me... là tiềm năng để phát triển. Vùng lòng hồ thủy điện Tuyên Quang: Hòn Cọc Vài, thác Khuổi Slung, động Song Long, hang Phia Vài,...
3	Du lịch văn hóa dựa vào cộng đồng	Hàng năm, vào tháng Giêng có Lễ hội Lồng tồng ở Thượng Lâm, Lãng Can với các hoạt động: Lễ xuống đồng, hội tung còn, đánh pàm, đánh yến, đẩy gậy, kéo co; biểu diễn then, cọi, quan làng của người Tày; hát Páo dung của người Dao; thổi khèn lá, múa khèn của người Mông, Lễ nhảy lửa huyền bí của người Pà Thẻn ở Hồng Quang, lễ giã cốm của dân tộc Tày. Năm 2012, lễ hội Lồng tồng của dân tộc Tày được công nhận là Di sản văn hóa phi vật thể cấp Quốc gia.

Nguồn: Tác giả tổng hợp và phân tích, 2019

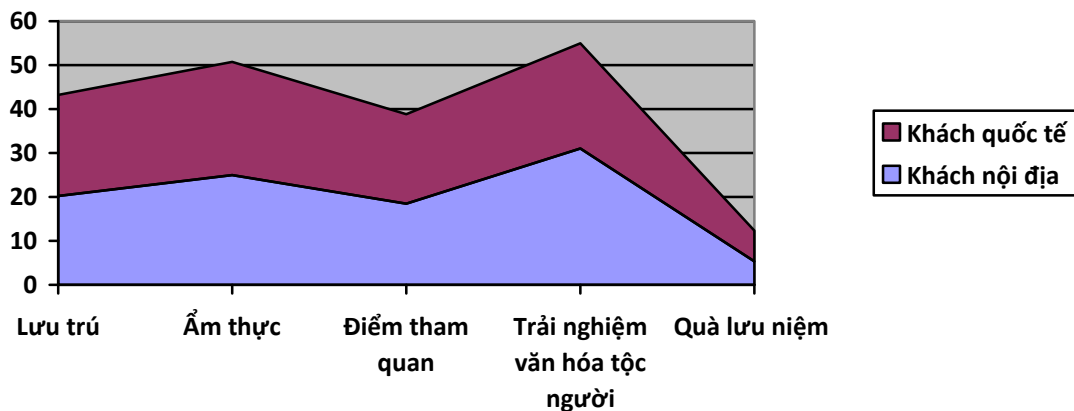
Với thế mạnh vốn có của mình là cảnh sắc hùng vĩ, thiên nhiên hoang dã, văn hóa tộc người độc đáo, huyện Lâm Bình chú trọng công tác vận động nhân dân duy trì, gìn giữ và phát huy các giá trị của môi trường sinh thái tự nhiên và văn hóa truyền thống các dân tộc trên địa bàn, đồng thời có sự liên kết với các công ty Lữ hành du lịch trong và ngoài tỉnh, để kết nối du lịch. Đồng thời, tuyên truyền cho nhân dân có ý thức để bảo vệ môi trường sống và bảo vệ cảnh quan thiên nhiên, định hướng cho các hộ gia đình cách làm du lịch để du khách cảm nhận được nét đặc sắc, nét đẹp trong văn hóa cộng đồng bản địa. Khách du lịch đến với Lâm Bình được hòa mình vào không gian khoáng đạt của vùng cảnh quan rêu giũa với 99 ngọn núi trùng điệp như món quà của tạo hóa làm thành “Hạ Long trên cạn”. Không những thế, du khách còn được trải nghiệm đời sống văn hóa của cư dân địa phương với những giá trị mang tính chất di sản độc đáo như lễ hội đầy huyền bí - Nhảy lửa của người Pà Thẻn, lễ hội mang sắc thái của cư dân nông nghiệp - Lồng tồng, những món ăn mang dư vị của một vùng có núi cao, có đồng bằng nhỏ hẹp giữa núi, có thung lũng, có lòng hồ mênh mông.



Biểu đồ 2. Mức độ quan tâm của du khách đối với sản phẩm du lịch Lâm Bình

Nguồn: Tác giả tổng hợp và phân tích, 2019

Như vậy, hiện nay cả hai đối tượng khách nội địa và quốc tế đều tập trung mạnh mẽ vào tiêu dùng sản phẩm du lịch dựa vào cộng đồng của Lâm Bình: du lịch văn hóa và du lịch sinh thái. Về cơ bản, Lâm Bình cũng đã xác định đây là hai hướng phát triển sản phẩm mang tính trọng điểm của địa phương. Vì vậy, huyện chỉ đạo gắn kết chặt chẽ với giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc, bảo tồn, tôn tạo các di tích lịch sử văn hóa, danh lam thắng cảnh, khôi phục các lễ hội, nghề truyền thống. Đồng thời, tổ chức tuyên truyền, vận động các hộ dân gìn giữ không gian văn hóa đặc sắc của dân tộc, giữ nguyên hiện trạng, cảnh quan, kiến trúc truyền thống... tại các điểm du lịch cộng đồng; kiên quyết không để các hộ xây dựng, chỉnh trang nhà cửa, các công trình phụ... không đúng với bản sắc truyền thống, làm phá vỡ cảnh quan, môi trường xung quanh; tái hiện nghề dệt truyền thống; tập huấn để các hộ biết hướng dẫn cho khách các công đoạn nghề dệt; từng bước khôi phục nghề trồng bông, dệt vải, tạo sản phẩm từ bông nguyên bản bán cho du khách.



Biểu đồ 3. Mức độ hài lòng của du khách đối với dịch vụ du lịch của Lâm Bình

Nguồn: Tác giả tổng hợp và phân tích, 2019

Như vậy, có thể thấy, Lâm Bình đã đa dạng hóa các sản phẩm, nâng cao khả năng cạnh tranh của “ngành công nghiệp không khói”, việc khai thác du lịch trên cơ sở bảo tồn, phát huy những giá trị độc đáo của văn hóa đồng bào dân tộc thiểu số được coi là hướng đi quan trọng, mở ra nhiều triển vọng. Những giá trị văn hóa đặc sắc đang được đồng bào các dân tộc thiểu số lưu giữ có sức hấp dẫn thế nào đối với du khách, nhất là khách quốc tế. Với một cộng đồng dân tộc thiểu số đông đảo, mỗi dân tộc lại là chủ nhân của những kho tàng văn hóa khác nhau, có thể khẳng định đây là nguồn tài nguyên giá trị, dồi dào để phát triển du lịch. Các địa chỉ thu hút khách du lịch của Lâm Bình hiện nay tập trung vào các xã như Thượng Lâm (6 homestay), xã Khuôn Hà (4 homestay), xã Lăng Can (5 homestay). Đây là kết quả của đề án “Xây dựng và vận hành mô hình Du lịch cộng đồng” nhằm bảo tồn và phát triển bền vững Làng văn hóa dân tộc Tày các thôn Nà Đông và Nà Tông (xã Thượng Lâm); Nà Muông (xã Khuôn Hà) và Nặm Đíp (xã Lăng Can).

Trong phạm vi một huyện có tổng diện tích 78.495,51ha, với 8 đơn vị hành chính cấp xã, cư dân sinh sống trên địa bàn gồm 14 dân tộc, trong đó điển hình là: Tày (19.354 người), Dao (8.438 người), Kinh (1.016 người), Mông (2.135 người), Pà Thên (419 người), việc tập trung sản phẩm du lịch dựa vào giá trị văn hóa của đồng bào các dân tộc thiểu số là điều hợp lý. Tuy nhiên, hiện nay, Lâm Bình khai thác mạnh yếu tố văn hóa truyền thống của đồng bào Tày, Dao sống tập trung ở các xã Thượng Lâm, Khuôn Hà, Lăng Can thông qua mô hình homestay. Nhưng khách



du lịch lại luôn có tâm lý luôn thích cái mới, cái độc đáo, cái dị biệt ở điểm đến nên việc hàng loạt các homestay Tày ở Lâm Bình hiện nay nếu làm không khéo, không sáng tạo sẽ bị lặp lại, nhàm chán, đơn điệu.

Để làm mới và đa dạng hóa sản phẩm du lịch dựa vào cộng đồng ở Lâm Bình, cần phải tập trung nghiên cứu, bảo tồn và đưa vào khai thác hợp lý các giá trị văn hóa truyền thống của các tộc người thiểu số khác trên địa bàn. Với đặc thù của Lâm Bình thì cộng đồng người Pà Thẻn (nhóm ngôn ngữ Mông – Dao) đang quần cư tại thôn Thượng Minh xã Hồng Quang hiện nay đang sở hữu và bảo tồn sống các phong tục tập quán đẹp, đời sống tinh thần tín ngưỡng độc đáo, lễ hội đặc sắc, trang phục truyền thống,... Đó chính yếu tố tạo nên là điểm nhấn mới của du lịch dựa vào cộng đồng ở Lâm Bình.

#### **4. KHAI THÁC GIÁ TRỊ VĂN HÓA DÂN TỘC PÀ THẺN NHẪM ĐA DẠNG HÓA SẢN PHẨM DU LỊCH DỰA VÀO CỘNG ĐỒNG Ở LÂM BÌNH**

Theo thống kê, hiện người Pà Thẻn ở thôn Thượng Minh, xã Hồng Quang có trên 500 khẩu. Trong thời gian qua, cấp ủy, chính quyền địa phương đã triển khai thực hiện nhiều chương trình, dự án đầu tư tại thôn Thượng Minh như: *Đề án phát triển kinh tế - xã hội các dân tộc thiểu số ít người giai đoạn 2016 - 2025* trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang, dân tộc Pà Thẻn, thôn Thượng Minh, xã Hồng Quang là một trong các thôn được tham gia đề án này. Qua việc thực hiện đề án đã bảo tồn, phát huy những giá trị văn hoá truyền thống, nhất là bảo tồn trang phục của người phụ nữ Pà Thẻn thông qua nghề dệt thủ công. Bên cạnh Hội thi dệt thổ cẩm, địa phương còn đẩy mạnh công tác tuyên truyền, vận động, khuyến khích chị em phụ nữ là dân tộc Pà Thẻn mặc trang phục dân tộc trong các dịp lễ, tết, đám cưới... Cũng theo kế hoạch "Bảo tồn, phát triển văn hóa dân tộc Pà Thẻn trên địa bàn tỉnh Hà Giang, Tuyên Quang gắn với phát triển du lịch" của Bộ Văn hóa - Thể thao và Du lịch, Đội văn nghệ truyền thống dân tộc Pà Thẻn đã được thành lập với 25 thành viên, đầu tư tập luyện và biểu diễn các tiết mục như: Hát giao duyên, thổi khèn lá và múa bát, múa cầu mùa... Qua đó, nhằm bảo tồn và phát triển các làn điệu dân ca, dân vũ, nghề dệt truyền thống của dân tộc Pà Thẻn, góp phần đẩy mạnh phát triển kinh tế, du lịch, tạo việc làm, nâng cao thu nhập cho đồng bào các dân tộc thiểu số trên địa bàn.

Không chỉ có trang phục rực rỡ mà đời sống văn hóa người Pà Thẻn ở Thượng Minh còn thu hút rất nhiều khách du lịch trong nước và quốc tế với Nghi lễ kéo chày và lễ hội Nhảy lửa. Trong Nghi lễ kéo chày, người thầy dùng một chiếc chày được làm bằng một đoạn gỗ hoặc vầu, có đường kính khoảng 10 cm, dài từ 2,5 - 3 m. Sau đó, thầy mo, cầm tay vào chiếc chày, xoay đi xoay lại mấy vòng và niệm thần chú. Cùng đó, hai thanh niên người Pà Thẻn, trai tráng, khỏe mạnh ôm chặt chày ở tư thế đối ngược nhau. Vừa xoay chày, người thầy vừa đọc thần chú, sau đó như có một phép thuật mà không ai có thể diễn tả nổi, chiếc chày khác tự xoay và nâng lên khỏi mặt đất, mặc dù hai thanh niên ra sức kéo xuống cũng không thể kéo được. Lúc này nhiều thanh niên trai tráng được mời lên sân khấu để cùng nhau kéo chày xuống nhưng cũng không kéo nổi, chỉ khi nào có người bịt tay vào đầu trên hoặc dưới của chiếc chày thì chiếc chày mới chạm đất, khi đó lễ kéo chày kết thúc. Với dân tộc Pà Thẻn, Lễ hội kéo chày là dịp để mọi người cùng nhau vui vẻ, thư giãn, là hoạt động mang tính cộng đồng, liên kết mọi người với nhau, qua đó, cầu mong mưa thuận, gió hòa, cho dân bán được mùa.

Đặc biệt, người Pà Thẻn còn có Lễ hội Nhảy lửa độc đáo. Theo quan niệm của đồng bào, nhảy lửa là nghi lễ đón thần/thánh xuống trần gian cùng vui với dân làng để phù hộ cho mọi người gặp nhiều may mắn trong cuộc sống, làm ăn thuận lợi, bệnh tật bị đẩy lùi. Vì vậy, nhảy lửa được đồng bào Pà Thẻn ở thôn Thượng Minh, xã Hồng Quang, huyện Lâm Bình coi là một nghi lễ vô cùng quan trọng trong sinh hoạt tín ngưỡng của mình. Lễ nhảy lửa, được tổ chức ngay trên

một khoảng sân rộng. Lúc này, thầy cúng chuẩn bị đồ lễ và bắt đầu nghi lễ cúng, xin phép tổ tiên, xin phép thần linh, cho dân làng được tổ chức trò chơi nhảy lửa. Trong suốt thời gian làm lễ cúng, các thành viên tham gia nhảy lửa ngồi bên cạnh thầy cúng, họ thay phiên nhau lấy que gõ liên tục vào chiếc đàn cho đến khi thần linh đồng ý cho nhảy lửa. Khi ngọn lửa bắt đầu yếu dần, chỉ còn lại đồng than đỏ rực, cũng là lúc cơ thể của những người tham gia nhảy lửa bắt đầu rung lên. Tiếng gõ đều đều của thanh tre trong tay thầy cúng mỗi lúc một thôi thúc, các động tác lắc lư của các chàng trai mạnh dần. Một nguồn năng lượng kỳ bí nào đó đưa bước chân của chàng trai lao vào giữa đám than đang cháy đỏ rực. Những chàng trai người Pà Thẻn như đang trong cơn mê, họ nhảy múa với đôi chân trần của mình, trong đồng lửa mà không hề có cảm giác bỏng rát hay sợ hãi.

Lễ hội nhảy lửa, không chỉ là dịp để các chàng trai, thể hiện sức mạnh và lòng dũng cảm mà còn là một hoạt động văn hóa độc đáo mang bản sắc rất hoang sơ, huyền bí của dân tộc Pà Thẻn. Có thể nói, tuy còn mang màu sắc tâm linh và huyền bí, nhưng lễ hội nhảy lửa truyền thống của dân tộc Pà Thẻn là minh chứng cho sức mạnh, cho quá trình lao động, chế ngự thiên nhiên để sinh tồn và phát triển của con người. Đây không chỉ là ngày vui của bản làng người Pà Thẻn, không chỉ có ý nghĩa gắn kết cộng đồng mà còn bảo lưu được rất nhiều giá trị văn hóa truyền thống từ đời này qua đời khác. Trước đây nghi lễ nhảy lửa thường được tổ chức vào trung tuần tháng Giêng hàng năm. Tuy nhiên, trước nguy cơ bị mai một, những năm gần đây, huyện Lâm Bình đã có kế hoạch phục dựng lại nhằm bảo tồn giá trị văn hóa độc đáo này, góp phần thúc đẩy phát triển du lịch homestay trên địa bàn. Chính vì vậy, ngày nay, nghi lễ nhảy lửa đã được tổ chức mỗi khi có khách du lịch đến tham quan. Đặc biệt, để giữ gìn và phát huy những giá trị văn hoá truyền thống này trong những năm gần đây xã Hồng Quang đã chú trọng mở các lớp học nhảy lửa cho các thế hệ trẻ.

Bảo tồn trang phục truyền thống, phục dựng/tái hiện lễ hội nhảy lửa,... không chỉ là hoạt động đưa du khách đến với những nét văn hóa đặc sắc và các phong tục truyền thống độc đáo đã tồn tại hàng trăm năm của người Pà Thẻn ở miền núi cao Lâm Bình mà còn là việc làm mới, chỉnh sửa, bổ sung sản phẩm du lịch dựa vào cộng đồng hiện có của Lâm Bình. Trong các tour/tuyến đang khai thác ở địa phương này, chính quyền và doanh nghiệp du lịch cũng nên chú trọng đầu tư hơn nữa điểm tham quan Làng văn hóa dân tộc Pà Thẻn ở thôn Thượng Minh (xã Hồng Quang). Dựa trên những giá trị văn hóa hiện có của cộng đồng người Pà Thẻn, khuyến nghị Lâm Bình xây dựng các sản phẩm trải nghiệm tại chỗ tại thôn Thượng Minh như:

*Bảng 2. Đề xuất một số sản phẩm trải nghiệm từ văn hóa người Pà Thẻn*

STT	Sản phẩm	Mô tả khái quát
1	Không gian nghệ thuật dệt thổ cẩm truyền thống của người Pà Thẻn	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trưng bày công cụ dệt thổ cẩm truyền thống, sản phẩm dệt thổ cẩm hoàn chỉnh.</li> <li>- Hướng dẫn khách trải nghiệm (nếu khách có nhu cầu)</li> <li>- Trưng bày và cho thuê trang phục thổ cẩm nam - nữ Pà Thẻn</li> <li>- Thuyết minh về nguyên liệu dệt, phương thức dệt và ý nghĩa hoa văn trên trang phục, những quan niệm tâm linh của người Pà Thẻn về trang phục truyền thống.</li> </ul>
2	Phân đoạn lễ cưới truyền thống của người Pà Thẻn	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tái hiện/mô phỏng 1 phần (ví dụ: rước dâu, hát đối đáp,...) của lễ cưới truyền thống người Pà Thẻn</li> <li>- Thuyết minh về giá trị nhân sinh quan - vũ trụ quan trong nghi lễ cưới hỏi của người Pà Thẻn</li> </ul>

STT	Sản phẩm	Mô tả khái quát
3	Lễ hội Nhảy lửa	Lễ hội Nhảy lửa cho du khách thưởng lãm và trực tiếp tham gia
4	Nghi lễ Kéo chày	“Festival hóa” nghi lễ kéo chày để thu hút số lượng khách du lịch tham gia
5	Xây dựng dịch vụ biểu diễn văn nghệ dân gian	- Nòng cốt là Đội văn nghệ truyền thống với 25 thành viên (ra mắt ngày 11/8/2019) - Xây dựng các chương trình biểu diễn văn nghệ truyền thống theo nhu cầu của khách (theo thời gian hoặc theo số lượng tiết mục biểu diễn), có niêm yết giá

*Nguồn: Tác giả phân tích, 2019*

Không chỉ dừng lại ở việc xây dựng sản phẩm trải nghiệm văn hóa người Pà Thẻn ở Hồng Quang mà du lịch Lâm Bình cần quan tâm đúng mức đến phát triển nguồn nhân lực tại với đối tượng là người dân tộc Pà Thẻn ở Hồng Quang. Bởi, với vị trí địa lý nằm ngay bìa của Khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang - Lâm Bình thì thôn Thượng Minh, xã Hồng Quang có nhiều điều kiện để hỗ trợ du khách khi họ tham gia các tour du lịch sinh thái trong Khu bảo tồn. Như vậy, huyện phải sớm có giải pháp tuyên truyền nâng cao nhận thức của cộng đồng về môi trường sinh thái và về du lịch. Chú trọng đào tạo nguồn nhân lực là cộng đồng dân cư cả về nghiệp vụ chuyên môn, ngoại ngữ, vấn đề vệ sinh môi trường trong ăn uống và sinh hoạt hàng ngày tạo ra môi trường sinh thái hấp dẫn khách du lịch. Mỗi người Pà Thẻn ở Thượng Minh, Hồng Quang sẽ không chỉ lo bảo tồn văn hóa của dân tộc mình là còn luôn sẵn sàng là người bạn đường, người dẫn đường cho du khách, giới thiệu/quảng bá nét đẹp thiên nhiên ban tặng cho quê hương Lâm Bình cũng như những di sản văn hóa cha ông để lại. Thường nhật, người Pà Thẻn ở Hồng Quang vẫn sinh hoạt kinh tế - văn hóa bình thường, khi có khách du lịch đến, họ lại hóa thân thành nghệ nhân dân gian dệt vải thổ cẩm, biểu diễn dân ca dân vũ; họ lại hóa thân thành đầu bếp dân gian với ẩm thực đặc thù của địa phương; họ lại trở thành những hướng dẫn viên du lịch địa phương... Đó chính là hướng làm mới, độc đáo và đa dạng hóa sản phẩm du lịch dựa vào cộng đồng hiện có của Lâm Bình.

## 5. KẾT LUẬN

Huyện Lâm Bình (tỉnh Tuyên Quang) bước đầu đã đa dạng hóa các sản phẩm du lịch, nâng cao khả năng cạnh tranh của “ngành công nghiệp không khói”. Việc khai thác du lịch trên cơ sở bảo tồn, phát huy những giá trị độc đáo của văn hóa đồng bào dân tộc thiểu số được coi là hướng đi quan trọng, mở ra nhiều triển vọng cho địa phương. Nhưng khách du lịch lại luôn có tâm lý luôn thích cái mới, cái độc đáo, cái dị biệt ở điểm đến nên các homestay Tày ở Lâm Bình hiện nay nếu làm không khéo, không sáng tạo sẽ bị lặp lại, nhàm chán, đơn điệu. Để làm mới và đa dạng hóa sản phẩm du lịch dựa vào cộng đồng ở Lâm Bình, cần phải tập trung nghiên cứu, bảo tồn và đưa vào khai thác hợp lý các giá trị văn hóa truyền thống của các tộc người thiểu số khác trên địa bàn. Với đặc thù của Lâm Bình thì cộng đồng người Pà Thẻn (nhóm ngôn ngữ Mông – Dao) đang quần cư tại thôn Thượng Minh xã Hồng Quang hiện đang sở hữu và bảo tồn sống các phong tục tập quán đẹp, đời sống tinh thần tín ngưỡng độc đáo, lễ hội đặc sắc, trang phục truyền thống... Đẩy mạnh hơn việc khai thác giá trị văn hóa dân tộc Pà Thẻn nhằm đa dạng hóa sản phẩm du lịch dựa vào cộng đồng ở Lâm Bình Đó chính là một trong những yếu tố tạo nên là điểm nhấn mới của du lịch dựa vào cộng đồng ở Lâm Bình.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Văn hóa Thể thao & Du lịch, Kế hoạch "Bảo tồn, phát triển văn hóa dân tộc Pa Thên trên địa bàn tỉnh Hà Giang, Tuyên Quang gắn với phát triển du lịch".
2. Chính phủ (2016), Quyết định số 2086/QĐ-TTg về "Phê duyệt Đề án hỗ trợ phát triển kinh tế - xã hội các dân tộc thiểu số rất ít người, giai đoạn 2016-2025".
3. UBND Tỉnh Tuyên Quang (2013), Quyết định số 28/QĐ-UBND về việc Phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang đến năm 2020, định hướng đến năm 2030.
4. UBND Tỉnh Tuyên Quang (2012), Quyết định số 526/QĐ-UBND về việc phê duyệt Quy hoạch phát triển sự nghiệp văn hóa tỉnh Tuyên Quang đến năm 2020.

## EXPLOITING THE UNIQUE CULTURE OF PA-THEN ETHNIC GROUP TO CONTRIBUTE TO COMMUNITY TOURISM DEVELOPMENT IN LAM BINH DISTRICT, TUYEN QUANG PROVINCE

Pham Thi Phuong Thai, Hoang Thi Phuong Nga  
*Vietnam National Institute of Culture and Arts Studies*

### Abstract

The values of the natural ecological environment and humane ecological environment of Lam Binh district (Tuyen Quang province) are the potentials and strengths for the locality to develop sustainable tourism, in which tourism is based on community is a rational exploitation direction. With the characteristics of Lam Binh, the Pa Then community (Mong - Dao language group) residing in Thuong Minh hamlet, Hong Quang commune currently owns and preserves beautiful customs and habits, spiritual life, unique beliefs, special festivals, traditional costumes, etc. That is the main factor creating a new highlight of community-based tourism in Lam Binh.

### Keywords

Lam Binh Tourism, community tourism, culture, Pa Then ethnic

## XÂY DỰNG HỆ THỐNG ĐỘNG LỰC THỨC ĐẨY NHÂN TỐ CHỦ QUAN TRONG PHÁT HUY DI SẢN VĂN HÓA GẮN VỚI PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở LÂM BÌNH HIỆN NAY

Trần Quang Huy

Trường Đại học Tân Trào

### Tóm tắt

Hoạt động mang tính liên ngành, vừa đảm bảo giữ được bản sắc văn hóa dân tộc, vừa khai thác tiềm năng phục vụ kinh tế nên phát huy di sản văn hóa gắn với phát triển du lịch không chỉ đòi hỏi tính chuyên môn mà còn đòi hỏi sự tận tâm, tận lực của chính mỗi chủ thể di sản văn hóa. Những năm gần đây, kinh tế du lịch ở huyện Lâm Bình đã đạt được kết quả nhất định song chưa tương xứng với tiềm năng, thế mạnh và chưa đảm bảo hướng tới những mục tiêu bền vững đóng góp cho phát triển kinh tế - xã hội tại địa phương. Bên cạnh những lý do khách quan thì bản thân các nhóm chủ thể vẫn chưa phát huy được hết vai trò của mình trong việc sáng tạo, khai thác tiềm năng di sản một cách có hiệu quả, khẳng định vị trí, vai trò trong phát triển kinh tế du lịch của các giá trị di sản văn hóa. Do đó cần thiết phải xây dựng hệ thống động lực thúc đẩy nhân tố chủ quan trong phát huy di sản văn hóa gắn với phát triển du lịch ở Lâm Bình hiện nay.

### Từ khóa

Phát huy di sản văn hóa, nhân tố chủ quan trong phát huy di sản văn hóa, lợi ích, động lực, du lịch.

### 1. KHÁI QUÁT VỀ NHÂN TỐ CHỦ QUAN TRONG PHÁT HUY DI SẢN VĂN HÓA GẮN VỚI DU LỊCH Ở HUYỆN LÂM BÌNH

Tài nguyên du lịch là “cảnh quan thiên nhiên, yếu tố tự nhiên và các giá trị văn hóa làm cơ sở để hình thành sản phẩm du lịch, khu du lịch, điểm du lịch đáp ứng nhu cầu du lịch. Tài nguyên du lịch gồm tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch văn hóa”<sup>(65)</sup>. Với cả 3 loại du lịch, ngoài du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng gắn chặt chẽ với di sản văn hóa thì du lịch sinh thái là hoạt động du lịch thường ngoạn cảnh quan thiên nhiên - môi trường sinh thái tự nhiên - thì cũng gắn kết chặt chẽ với tìm hiểu các giá trị văn hóa bản địa - môi trường sinh thái nhân văn. Ở loại hình nào thì du lịch cũng luôn đòi hỏi sự tham gia chủ động của cộng đồng dân cư, tức là những nhóm chủ thể khác nhau của các di sản văn hóa bản địa.

Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 đã xác định quan điểm, mục tiêu về bảo tồn và phát huy giá trị di sản với phát triển du lịch là phát triển du lịch bền vững gắn chặt với bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa dân tộc, giữ gìn cảnh quan, bảo vệ môi trường. Như thế di sản văn hóa có vai trò, tầm quan trọng là một trong các loại tài nguyên để xây dựng sản phẩm phục vụ cho phát triển du lịch. Nhưng phát huy di sản văn hóa gắn với phát triển du lịch là một hoạt động có tính liên ngành, có tiêu chí chung, mục đích là phục vụ cho sự tiến bộ của xã hội, đảm bảo cho việc phát triển du lịch bền vững và góp phần

<sup>65</sup> Luật Du lịch 2017

quan trọng trong việc giáo dục truyền thống yêu nước, giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc đồng thời là nhịp cầu nối với bạn bè trong nước và quốc tế.

Phát huy giá trị di sản văn hóa gắn với phát triển du lịch có nghĩa là phổ biến, khai thác tiềm năng của di sản góp phần phát triển kinh tế xã hội, phục vụ đời sống của cộng đồng dân cư. Hiện nay, các nhà khoa học đưa ra khái niệm mới về bảo tồn di sản gọi là “bảo tồn tích cực”, nghĩa là đưa di sản vào phục vụ cuộc sống, các di sản văn hóa được bảo vệ, tôn tạo và tổ chức giới thiệu rộng rãi cho công chúng ngoài cộng đồng được biết, đồng thời qua đó thu được nguồn lợi vật chất phục vụ đời sống địa phương. Với định hướng này, du lịch là động lực tích cực cho việc bảo vệ, phát huy di sản văn hóa, và di sản văn hóa thành một phức hợp đóng một vai trò chủ yếu trong các lĩnh vực kinh tế, chính trị, xã hội, văn hóa, giáo dục, sinh thái và thẩm mỹ... đó là mối quan hệ biện chứng giữa du lịch và di sản văn hóa.

Nhân tố chủ quan trong phát huy di sản văn hóa gắn với phát triển du lịch ở Lâm Bình là toàn bộ những yếu tố hợp thành phẩm chất, năng lực nhận thức, năng lực hoạt động và động lực thúc đẩy hành vi được các tầng lớp nhân dân các dân tộc huyện Lâm Bình cùng với các cấp ủy Đảng, chính quyền, đoàn thể huy động vào hoạt động làm cho các giá trị tích cực của di sản văn hóa gắn với đời sống hiện thực, tạo thành nền tảng đời sống tinh thần, đồng thời trở thành một yếu tố trong chính thể phức hợp các hoạt động thu hút, đáp ứng nhu cầu tham quan, khám phá của khách du lịch nhằm góp phần nâng cao đời sống vật chất, tinh thần của nhân dân. Các yếu tố của nhân tố chủ quan trong phát huy di sản văn hóa gắn với phát triển du lịch ở Lâm Bình bao gồm: Trình độ nhận thức, tình cảm, thái độ đối với di sản văn hóa và năng lực hoạch định chủ trương, kế hoạch phát huy di sản văn hóa gắn với du lịch; Năng lực tổ chức, triển khai thực hiện kế hoạch phát huy di sản văn hóa gắn với du lịch; Các nguồn động lực thúc đẩy chủ thể tham gia hoạt động phát huy di sản văn hóa gắn với du lịch. Gắn di sản với du lịch chính là “bảo tồn tích cực”, với lòng tự hào, tình cảm máu thịt của nhân dân Lâm Bình với di sản của địa phương, họ đóng vai trò quan trọng để các di sản văn hóa được kế tục và phát huy giá trị cho những thế hệ tiếp theo. Đồng thời cộng đồng biết phát huy giá trị của di sản văn hóa để đem lại nguồn lợi vật chất, từng bước cải thiện đời sống cho chính mình.

## **2. ĐẶC ĐIỂM NHÂN TỐ CHỦ QUAN TRONG PHÁT HUY DI SẢN VĂN HÓA GẮN VỚI DU LỊCH Ở HUYỆN LÂM BÌNH HIỆN NAY**

### **2.1. Đặc điểm về trình độ**

Xét ở trình độ, nhân tố chủ quan trong phát huy di sản văn hóa gắn với du lịch ở Lâm Bình còn thấp hơn so với các chủ thể ở các huyện thành phố khác trong tỉnh. Lâm Bình là huyện vùng sâu, vùng xa, vùng cao phía bắc và là huyện được thành lập muộn nhất của tỉnh Tuyên Quang (thành lập năm 2011). Đây là vùng đất có 12 dân tộc cùng chung sống, trong đó, dân tộc thiểu số chiếm trên 95%. Toàn huyện có 8/8 xã với 76/76 thôn bản trong danh sách thuộc xã đặc biệt khó khăn cần đầu tư của Chương trình 135<sup>(66)</sup>. Với cơ cấu dân tộc đa dạng, trong đó chủ yếu là cộng đồng các dân tộc ít người cùng với điều kiện đời sống kinh tế còn rất nhiều khó khăn đã có tác động trực tiếp dẫn tới trình độ nhân tố chủ quan trong phát huy di sản văn hóa gắn với du lịch ở Lâm Bình ở điểm xuất phát thấp.

<sup>66</sup> Quyết định số 900/QĐ-TTg ngày 20/6/2017 của Thủ tướng Chính phủ.

Thực tế đồng bào vẫn còn bảo lưu những phong tục, tập quán lạc hậu, đây là rào cản đối với sự phát triển. Trong điều kiện hoạt động sản xuất vật chất còn ở trình độ thấp đã khiến cộng đồng dân cư gặp nhiều khó khăn trong việc tiếp cận các dịch vụ xã hội; thanh niên vùng nông thôn lựa chọn hướng “ly nông” đồng thời “ly hương” khiến cho lượng lao động trẻ ở khu vực này bị giảm sút. Thực trạng đó đã càng khiến cho mặt bằng trình độ nhận thức của cộng đồng dân cư ở Lâm Bình, nhất là vùng nông thôn xuống mức thấp hơn. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng tiếp cận tri thức về phát huy di sản văn hóa nói chung và sự gắn kết với du lịch nói riêng. Vì thế, ở một bộ phận cư dân, khi được “mở cửa”, tiếp xúc đã bị “choáng ngợp” trước các yếu tố văn hóa bên ngoài được đưa vào đã làm nảy sinh tâm lý tự ti, thiếu niềm tin, ý chí trong phát huy di sản văn hóa của cộng đồng, coi những giá trị đó là “xa lạ”, là “lạc hậu” dẫn đến hiện tượng đang diễn ra khá phổ biến trong các tộc người thiểu số coi văn hóa người Kinh là “chuẩn phải theo”.

Từ sự hiểu biết chưa đầy đủ của các chủ thể về giá trị của di sản đã làm cho tình cảm, thái độ, động cơ, niềm tin, ý chí, trách nhiệm và hành vi ứng xử với di sản văn hóa chưa tương xứng với vai trò cần có. Họ chưa thấy hết tiềm năng, thế mạnh của những di sản văn hóa đang tồn tại trong cộng đồng mình, đồng thời còn mang nặng dấu ấn của chủ thể sản xuất tiêu nông xa lạ với sản xuất, kinh doanh trong kinh tế thị trường.

Nét đặc thù của nhân tố chủ quan trong phát huy di sản văn hóa gắn với du lịch ở Lâm Bình bắt đầu từ trình độ hiện có của các chủ thể đang vươn đến trình độ tương xứng, đáp ứng yêu cầu của từng giai đoạn cụ thể. Nội dung này bao hàm một mâu thuẫn biện chứng biểu hiện ở quan hệ giữa mục đích, yêu cầu ngày càng cao về trình độ của chủ thể với hiện trạng trình độ còn hạn chế. Điều này đòi hỏi cần thiết có sự giải quyết kịp thời đáp ứng yêu cầu từ thực tiễn.

## **2.2. Đặc điểm về tính năng động, sự làm chủ của các chủ thể**

Nghị quyết Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang lần thứ XV đã xác định phát triển du lịch là một trong bốn khâu đột phá và một trong những giải pháp để phát triển kinh tế - xã hội. Thực hiện Nghị quyết và xác định thế mạnh của địa phương, cấp ủy, chính quyền Lâm Bình đã quy hoạch phát triển tổng thể du lịch huyện đến năm 2015, định hướng đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030 và được cụ thể hóa bằng nhiều chương trình, kế hoạch cụ thể thúc đẩy sự phát triển du lịch ở địa phương, các Kế hoạch số 93/KH-UBND, ngày 11/8/2016 về việc sưu tầm các công cụ, dụng cụ sinh hoạt, lao động sản xuất, các giá trị văn hóa, tín ngưỡng,... truyền thống các dân tộc trên địa bàn; Kế hoạch số 117/KH-UBND, ngày 12/10/2016 về phát triển du lịch huyện Lâm Bình giai đoạn 2016-2020; Kế hoạch số 71/KH-UBND ngày 3/6/2017 về Bảo tồn, phục dựng và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh gắn với phát triển du lịch... Thực hiện các kế hoạch này, Lâm Bình đã triển khai khôi phục và duy trì tổ chức thường niên các sự kiện văn hóa như Lễ hội Lồng tồng, Lễ Nhảy lửa, các câu lạc bộ dân ca, phục dựng di tích... Đầu năm 2016, huyện Lâm Bình bắt đầu triển khai thực hiện thí điểm mô hình du lịch cộng đồng tại 04 điểm trong toàn huyện. Năm 2017, đề án “Xây dựng và vận hành mô hình du lịch cộng đồng” được thực hiện nhằm bảo tồn và phát triển bền vững Làng văn hóa dân tộc Tày 4 thôn với 15 hộ tham gia. Huyện đã tổ chức cho các hộ dân tham quan, học tập kinh nghiệm, làm du lịch cộng đồng tại các tỉnh bạn; tổ chức các lớp tập huấn nâng cao năng lực, kỹ năng làm du lịch cộng đồng; hoàn thành việc chỉnh trang khuôn viên nhà cửa, thành lập các đội văn nghệ, tập luyện để phục vụ khách du lịch; hoàn thành xây dựng bản đồ, tour, tuyến du lịch, tập huấn hướng dẫn viên du lịch, bổ sung dịch vụ phục vụ du khách như: chèo thuyền kayak, xe

đạp, bè mảng, câu cá,... Đến năm 2019, toàn huyện đã thành lập và duy trì được 5 Câu lạc bộ hát Then; 3 đội văn nghệ homestay và gần 100 đội văn nghệ ở các thôn, bản, trường học.

Công tác quảng bá, giới thiệu tiềm năng, lợi thế và sản phẩm du lịch của Lâm Bình cũng đã được các chủ thể tích cực thực hiện qua mạng xã hội Facebook, Youtube bằng nhiều ngôn ngữ; xây dựng website “Du lịch Lâm Bình”; liên kết với các công ty lữ hành du lịch trong và ngoài tỉnh khảo sát, kết nối du lịch. Với những hoạt động chủ động, tích cực này, lượng khách du lịch đến với huyện Lâm Bình ngày một tăng. Từ 3.500 lượt khách du lịch (năm 2011) tăng lên 8.000 lượt (năm 2014). Đến năm 2017, đã thu hút trên 35.000 lượt khách du lịch, đạt 291,7% kế hoạch, tăng 161,2% so với cùng kỳ năm 2016, doanh thu xã hội về du lịch 21 tỷ đồng, đạt 350% kế hoạch.

Bên cạnh đó, do cả nguyên nhân khách quan và chủ quan, khi nhận thức về vấn đề di sản văn hóa cũng như phát huy di sản văn hóa gắn với du lịch chưa đầy đủ thì những nội dung thuộc chủ quan của chủ thể cũng chưa vượt lên trình độ tương xứng với đòi hỏi của hiện thực khách quan. Trình độ, năng lực làm chủ các nội dung về phát huy di sản văn hóa gắn với du lịch thấp biểu hiện ở sự hoàn thiện các quan điểm chỉ đạo, chương trình, nội dung, kế hoạch, cách thức khai thác, phát huy di sản văn hóa Lâm Bình chưa xác thực, bám sát thực tiễn, hiện thực cuộc sống để khai thác hết tiềm năng thế mạnh của nó. Quan hệ giữa tính tổng thể của chương trình, kế hoạch... phát huy di sản văn hóa gắn với du lịch Lâm Bình và từng mặt, từng giai đoạn trong chiến lược lâu dài cũng chưa thể có tính lôgic, sự ăn khớp. Việc dự báo những tác động mới, với các mặt tích cực và tiêu cực; giữa nguy cơ và thời cơ; cơ hội và thách thức,... chưa xác thực.

Bản thân mô hình homestay mới dừng lại ở việc bố trí chỗ ăn, nghỉ của du khách tham quan, khám phá cảnh quan, chợ phiên và các hoạt động phụ trợ. Yếu tố đặc trưng văn hóa của Lâm Bình chưa được chú ý khai thác để tạo điểm nhấn cho sản phẩm du lịch. Trong khi đó, đã có nhiều di sản văn hóa của cộng đồng các dân tộc ở Lâm Bình được đưa vào Danh sách di sản văn hóa phi vật thể Quốc gia như: Lễ hội Lồng tồng, hát Then (dân tộc Tày); hát Páo dung; lễ cấp sắc (dân tộc Dao); Kéo co truyền thống của cộng đồng các dân tộc Tuyên Quang; hát Sinh ca (dân tộc Cao Lan); Nghệ thuật trang trí trên trang phục truyền thống của người Dao Đỏ; ngoài ra còn có những di sản độc đáo như Lễ hội Nhảy lửa của người Pà Thẻn hay những nét đặc thù văn hóa của tộc người Thủy. Đây là những tài nguyên vô cùng đặc sắc, chứa đựng tiềm năng thu hút và tạo điểm nhấn ấn tượng cho du lịch nhưng mới chỉ được thể hiện ở dịp lễ hội đầu năm mà chưa được các chủ thể ở Lâm Bình tích cực khai thác, phát huy trong các tour du lịch.

Mặc dù đã tăng cường tuyên truyền, quảng bá, tiềm năng du lịch của huyện về sinh thái, cảnh quan thiên nhiên độc đáo và bản sắc văn hóa dân tộc, tuy nhiên, công tác này của các chủ thể ở Lâm Bình vẫn thiếu tính chuyên nghiệp, chưa được triển khai thực hiện trong chiến lược dài hạn. Cùng với sự hạn chế của cơ cấu sản phẩm du lịch nên đến nay, hình ảnh nhận diện của du lịch Lâm Bình vẫn chưa rõ ràng. Thêm nữa, quảng bá xúc tiến du lịch của huyện cũng chưa có sự đồng bộ từ cơ quan quản lý nhà nước tới địa phương và giữa ngành Du lịch với các ngành khác, việc triển khai xúc tiến song song giữa sản phẩm du lịch và chương trình quảng bá còn hạn chế.

Chủ thể trong khai thác, phát huy di sản văn hóa gắn với du lịch Lâm Bình còn có biểu hiện tính thụ động ở tư duy dập khuôn. Khi tổ chức các lễ hội ở phần hội vẫn còn xuất hiện các trò chơi không mang tính truyền thống. Trong khi đó, các di sản văn hóa phi vật thể, các trò chơi dân gian, các làn điệu dân ca mới chỉ dừng ở việc được kiểm kê mà chưa được phổ biến thể hiện.



Tính thụ động còn biểu hiện qua “tính chủ động” thái quá của các cấp chính quyền địa phương ở xu hướng “nhà nước hóa lễ hội”. Hàng năm, vào tháng Giêng, Lâm Bình có Lễ hội Lồng tồng ở Thượng Lâm, Lăng Can với các hoạt động: Lễ xuống đồng, hội tung còn, đánh pàm, đánh yển, đẩy gậy, kéo co; biểu diễn then, cọi, quan làng; hát páo dung; thổi khèn lá, múa khèn, lễ nhảy lửa, lễ giã cốm. Là tài sản của cộng đồng, các sinh hoạt văn hóa phải do cộng đồng dân cư tại địa phương chủ trì; trách nhiệm của cơ quan quản lý nhà nước là hỗ trợ điều kiện tổ chức và hướng dẫn nghiệp vụ, tuyên truyền. Trong thực tế, sự tham gia hay vai trò của người dân, của cộng đồng trong điều hành, tổ chức, quản lý lễ hội còn mờ nhạt. Như vậy, nguyên tắc “việc của dân gian, để dân gian làm” bị vi phạm, vị trí, vai trò quan trọng của cộng đồng dân cư trong bảo tồn, phát huy di sản chưa được phát huy.

Gắn di sản văn hóa với du lịch để khai thác giá trị đòi hỏi phải có sự tích cực tham gia định hướng, trợ giúp của chính quyền với những giải pháp luôn sáng tạo, đổi mới. Việc sản xuất đồ lưu niệm phục vụ khách tham quan chưa được chú ý. Ngoài một số ít sản vật địa phương, một số đồ lưu niệm được sản xuất mang tính tự phát, do dân tự nghĩ, tự làm nên thiếu định hướng, thiếu chuyên nghiệp. Do đó, sản phẩm lưu niệm của Lâm Bình thiếu đa dạng và không thể hiện được đặc trưng gắn với di sản; các dịch vụ phụ trợ không được định hướng đầu tư đồng bộ, bài bản nên không lưu giữ được khách tham quan. Chính vì thế giá trị dịch vụ trong khai thác du lịch còn chiếm một tỷ trọng rất thấp.

Cộng đồng dân cư là người có vai trò đặc biệt trong loại hình du lịch gắn với di sản. Tuy nhiên, tư tưởng trông chờ, ỷ lại vào nhà nước vẫn còn tồn tại ở một bộ phận nhân dân, nhất là đồng bào ở vùng sâu, vùng xa. Tâm lý ỷ lại này càng thể hiện rõ trong việc tham gia các hoạt động phát huy di sản văn hóa nhất là ở những cộng đồng dân tộc thiểu số - nơi có những di sản đang có nguy cơ mai một nhiều nhất. Sự lảng tránh, tự chối bỏ trách nhiệm của mình với di sản, phó mặc cho chính quyền, đã làm suy giảm tinh thần, ý thức tự giác phát huy giá trị di sản gắn với du lịch của chính cộng đồng dân cư.

Sự thụ động, thiếu tính sáng tạo trong việc tổ chức thực hiện các hoạt động của các nhóm chủ thể ở Lâm Bình là một trong những nguyên nhân dẫn đến những hạn chế, bất cập trong phát huy di sản văn hóa, xây dựng đời sống văn hóa nói chung và trong việc gắn kết với phát triển kinh tế du lịch nói riêng. Đây là hạn chế không chỉ riêng của Lâm Bình khi Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang đã xác định: “Nhận thức của một số cấp ủy, chính quyền, đặc biệt là ở cơ sở về phát triển du lịch chưa đầy đủ, thiếu chủ động, vẫn còn tư tưởng trông chờ vào nhà nước; công tác lãnh đạo, chỉ đạo, tổ chức thực hiện, kiểm tra giám sát việc thực hiện chưa sâu sát, thiếu quyết liệt”<sup>67</sup>.

### 2.3. Đặc điểm về sự vận động, phát triển

Nhân tố chủ quan trong phát huy di sản văn hóa gắn với du lịch Lâm Bình không tồn tại thụ động, nhất thành bất biến mà trái lại, luôn trong quá trình vận động, phát triển biến chứng. Với tính cách là “hạt nhân” của toàn bộ hệ thống thì nhân tố chủ quan vừa tự phát triển, thể hiện vai trò không ngừng gia tăng, vừa tác động làm cho các nhân tố, yếu tố khác được đánh thức, được phát huy vai trò vị trí và tạo thành sức mạnh có tính tổng hợp. Đặc điểm này được biểu hiện và thông qua việc từng bước nâng cao chất lượng giáo dục và đào tạo nguồn nhân lực của huyện.

Khi mới thành lập huyện, năm 2012 kết quả giáo dục của Lâm Bình còn nhiều hạn chế. Cơ sở vật chất trang thiết bị đã được đầu tư nhưng chưa đáp ứng chưa đáp ứng được so với yêu cầu

<sup>67</sup> Văn kiện Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang, giai đoạn 2013 - 2015, tr. 872.

hiện tại, việc thực hiện công tác xã hội hóa còn khiêm tốn; Chất lượng giáo dục của học sinh chưa đồng đều ở một số đơn vị trường học, tỷ lệ chuyên cần của học sinh chưa cao; Ý thức trách nhiệm, trình độ, kiến thức, kỹ năng sư phạm, năng lực quản lý điều hành của một số cán bộ quản lý, giáo viên còn hạn chế, ứng dụng công nghệ thông tin còn lúng túng chưa đáp ứng yêu cầu đổi mới; Hoạt động của các trung tâm học tập công đồng hiệu quả chưa cao.

Tuy nhiên qua gần 10 năm xây dựng, phấn đấu, kết quả giáo dục của Lâm Bình đã có rất nhiều tiến bộ rõ rệt. Mạng lưới trường lớp tiếp tục được rà soát, sắp xếp theo hướng hợp lý, hiệu quả, phù hợp với điều kiện thực tế địa phương và nâng cao chất lượng giáo dục; Việc dồn ghép lớp, điểm trường được thực hiện có hiệu quả; Công tác quản lý có nhiều đổi mới, chuyên môn tích cực; nền nếp, kỷ cương trong trường học cơ bản được duy trì và giữ vững; Đội ngũ nhà giáo được quan tâm, bổ sung về số lượng và từng bước nâng cao chất lượng, cơ bản đạt chuẩn về trình độ đào tạo, được bồi dưỡng về lý luận chính trị và chuyên môn nghiệp vụ. Huyện đã tổ chức bồi dưỡng cho hơn 500 cán bộ quản lý, giáo viên các bậc học về nâng cao năng lực quản lý, năng lực chuyên môn và các hoạt động giáo dục; Chất lượng giáo dục toàn diện của các cấp học từng bước được chuyển biến, công tác phát hiện, bồi dưỡng học sinh giỏi, học sinh năng khiếu, hướng dẫn học sinh nghiên cứu khoa học kỹ thuật và vận dụng kiến thức vào thực tiễn trong học sinh trung học tiếp tục được chú trọng; Số lượng học sinh chưa biết đọc, viết không còn, tỷ lệ học sinh chưa đạt chuẩn kiến thức kỹ năng giảm so với năm học trước.

Mặc dù vậy, vẫn còn những hạn chế như: Tỷ lệ huy động trẻ nhà trẻ đến trường còn thấp; tổ chức dạy và học ngoại ngữ, ứng dụng công nghệ thông tin, học 2 buổi/ngày, tổ chức các hoạt động thực hành, thí nghiệm theo yêu cầu đổi mới còn hạn chế. Đối với riêng lực lượng lao động tham gia hoạt động du lịch của Lâm Bình, theo số liệu thống kê, đến năm 2015 toàn huyện có 700 lao động trong lĩnh vực du lịch, đến cuối năm 2018 con số này là 1.205. Tuy số lượng được tăng lên đáng kể qua hàng năm song nó không tăng dần với chất lượng cơ cấu trình độ, trong khi đó trình độ đào tạo thể hiện một phần chất lượng nhân lực ngành Du lịch. Hiện tại, lực lượng lao động trong lĩnh vực này ở Lâm Bình chưa qua đào tạo hoặc đào tạo sơ cấp chiếm 44,8%; có trình độ Đại học chiếm 8%; có trình độ cao đẳng là 9,2% và trình độ trung cấp là 21%. Đặc biệt, tỷ lệ lao động có chứng chỉ ngoại ngữ dưới 10%.

Phát huy giá trị di sản văn hóa gắn với du lịch và phát triển trình độ của nhân tố chủ quan trong hoạt động này có mối quan hệ biện chứng qua lại trong quá trình vận động phát triển. Trình độ của nhân tố chủ quan đến đâu sẽ đóng vai trò quyết định kết quả, mức độ phát huy di sản văn hóa gắn với du lịch đến đó. Và đến lượt mình, việc phát huy giá trị của các di sản văn hóa gắn với du lịch sẽ làm cho trình độ nhân tố chủ quan từng bước nâng lên. Ở đây, sự phát triển của giáo dục có ảnh hưởng trực tiếp đến mối quan hệ này. Bởi vì, nội dung của giáo dục là văn hóa và động lực, mục tiêu của giáo dục cũng là văn hóa.

Những đổi mới của công tác giáo dục của Lâm Bình về cơ sở vật chất, chất lượng giáo dục sẽ góp phần từng bước cải thiện, nâng cao trình độ nhận thức, mặt bằng dân trí của nhân dân qua đó góp phần nâng cao nhận thức và đào tạo nguồn nhân lực cho phát huy di sản văn hóa. Di sản văn hóa được lan tỏa, được phát huy giá trị có nghĩa là trước hết các chủ thể của di sản văn hóa đó có sự tiến bộ về nhận thức về sự hiểu biết về chuẩn mực giá trị trong di sản, lúc đó việc tiếp tục sáng tạo các giá trị văn hóa theo truyền thống sẽ được tiếp nối và góp phần trực tiếp nâng cao nhận thức của họ. Hơn nữa, những giá trị kinh tế đem lại qua hoạt động phát huy di sản văn hóa còn góp phần cải thiện đời sống vật chất, tạo điều kiện để người dân được tiếp cận tốt hơn các dịch vụ giáo dục, đào tạo.

Về tổng thể, sự vận động, phát triển nhân tố chủ quan ở Lâm Bình có những bước chuyển biến tích cực, nhưng vẫn chậm so với yêu cầu phát huy di sản văn hóa. Nguồn nhân lực tại chỗ được đào tạo, có tính nghiệp vụ, chuyên sâu cho phát huy di sản văn hóa của huyện còn thiếu, phải thu hút nhiều cán bộ văn hóa từ các địa phương khác. Tuy nhiên, những biến chuyển tích cực của giáo dục, đào tạo ở Lâm Bình sẽ từng bước khắc phục những hạn chế về trình độ nhận thức, về chất lượng nguồn nhân lực, từng bước nâng cao hiểu biết của các chủ thể đáp ứng yêu cầu phục vụ phát huy di sản văn hóa bởi đây là sự đáp ứng đòi hỏi bức thiết từ hiện thực khách quan.

### **3. CÁC GIẢI PHÁP XÂY DỰNG HỆ THỐNG ĐỘNG LỰC THÚC ĐẨY VAI TRÒ NHÂN TỐ CHỦ QUAN TRONG PHÁT HUY DI SẢN VĂN HÓA GẮN VỚI DU LỊCH Ở LÂM BÌNH HIỆN NAY**

#### **3.1. Nâng cao nhận thức của các chủ thể về di sản văn hóa nhằm thúc đẩy tính tích cực của nhân tố chủ quan trong phát huy di sản văn hóa gắn với du lịch**

*Thứ nhất, quán triệt, nâng cao nhận thức của các chủ thể lãnh đạo, quản lý về vị trí, vai trò của di sản văn hóa trong đời sống cộng đồng dân cư và trong phát triển kinh tế - xã hội*

Nhận thức của các cấp ủy Đảng, chính quyền về phát huy giá trị của di sản văn hóa gắn với du lịch có ý nghĩa quan trọng đầu tiên. Khi những chủ thể này hiểu được vị trí, tầm quan trọng của di sản văn hóa, họ sẽ có chiến lược, kế hoạch, phân bổ nguồn lực một cách phù hợp trong kế hoạch tổng thể phát triển ở địa phương để các di sản văn hóa có thể phát huy được hết các tiềm năng, thế mạnh của mình. Việc định hướng chỉ đạo sai không chỉ không phát huy được mà còn có thể khiến di sản trở thành gánh nặng trong mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội. Nội dung trước hết là những văn bản quy định cụ thể về pháp lý trong quản lý, bảo tồn, phát huy di sản và định hướng chỉ đạo khai thác tiềm năng gắn kết bảo tồn và phát huy di sản văn hóa với phát triển kinh tế - xã hội. Ngoài ra, nội dung giáo dục về tri thức văn hóa, an ninh văn hóa cần được lồng ghép vào những môn học trong các chương trình bồi dưỡng cán bộ quản lý. Đồng thời gắn với việc tiếp tục đẩy mạnh việc thực hiện Nghị quyết Hội nghị Trung ương 4 (khóa XII) và Chỉ thị số 05-CT/TW của Bộ Chính trị (khóa XII).

Quán triệt nhận thức của các chủ thể lãnh đạo quản lý còn cần hướng tới mục tiêu nhận thức đúng đắn về vai trò là tài nguyên du lịch phục vụ phát triển kinh tế của các di sản văn hóa ở địa phương. Khắc phục thái độ coi thường di sản, nhưng cũng cần phải tránh tư tưởng thương mại hóa các hoạt động văn hóa truyền thống hoặc đề cao thái quá khả năng tham gia phát triển kinh tế dẫn tới coi di sản văn hóa như những sản phẩm du lịch thuần túy. Trong quá trình công tác cần cần quán triệt thực hiện việc quy trách nhiệm người đứng đầu trong việc triển khai thực hiện Quyết định số 28/2014-UBND ngày 20/12/2014 của Ủy ban nhân dân tỉnh về việc quy định trách nhiệm quản lý, bảo vệ di tích lịch sử - văn hóa, danh lam thắng cảnh, di vật, cổ vật, bảo vật quốc gia trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang.

*Thứ hai, tuyên truyền, phổ biến thông tin về di sản, nâng cao ý thức tự giác, khơi dậy lòng tự hào để hướng cộng đồng dân cư chủ động tìm hiểu, sưu tầm và tích cực tham gia phát huy di sản văn hóa gắn với du lịch ở địa phương*

Cộng đồng các dân tộc Lâm Bình là chủ nhân thực sự của các di sản văn hóa ở Lâm Bình. Do đó, không thể không chú trọng việc tuyên truyền, giáo dục nhận thức về di sản, nâng cao ý thức tự giác của cộng đồng, khơi dậy lòng tự hào đối với di sản để hướng cộng đồng chủ động sưu tầm và tích cực tham gia phát huy giá trị của các di sản văn hóa ở địa phương.

Nội dung tuyên truyền, phổ biến tới cộng đồng trước hết là những thông tin về nguồn gốc, ý nghĩa và những giá trị đặc sắc của di sản văn hóa. Phổ biến, giải thích và cụ thể hóa các văn bản pháp luật, quy định về di sản như: Công ước bảo vệ di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới; Luật Di sản văn hóa; Pháp lệnh Bảo vệ và sử dụng di tích lịch sử, văn hóa và danh lam thắng cảnh; các nghị định, hướng dẫn thi hành. Nội dung tuyên truyền, phổ biến, phải rõ ràng, ngắn gọn, dễ hiểu, cụ thể, sinh động và thiết thực gắn với chính đời sống sinh hoạt thực tế để mỗi người dân dễ dàng tiếp thu.

Hình thức tuyên truyền, phổ biến thông tin phải đa dạng, linh hoạt. Không chỉ được chuyển tải trực tiếp qua các khóa tập huấn, hướng dẫn phổ biến kiến thức, các buổi sinh hoạt câu lạc bộ văn hóa, văn nghệ dân gian mà còn qua các kênh gián tiếp. Phương tiện truyền thông đại chúng là công cụ tuyên truyền hữu hiệu để nâng cao nhận thức cho cộng đồng dân cư, các phương tiện như truyền hình, phát thanh, báo, tạp chí, website, mạng xã hội cần xây dựng và duy trì thường xuyên các chuyên mục, chuyên trang di sản văn hóa để truyền tải thông tin giúp các di sản trở nên gần gũi hơn với cộng đồng dân cư.

Chủ thể thực hiện tuyên truyền di sản văn hóa cho cộng đồng dân cư tại các địa phương phải là cả hệ thống chính trị, nhất là cấp cơ sở. Cùng với việc truyền dạy, phổ biến của các nghệ nhân dân gian là sự vào cuộc của các già làng, trưởng bản, những người có uy tín trong gia đình, dòng tộc tại địa phương và các thầy giáo, cô giáo cùng tham gia. Đặc biệt hoạt động tuyên truyền, phổ biến không thể tổ chức mang tính phong trào, làm chiếu lệ, các chủ thể thực hiện cần xác định đây là nhiệm vụ phải được thực hiện lâu dài, thường xuyên, liên tục một cách nghiêm túc và chu đáo.

*Thứ ba, giáo dục, thu hút thanh niên, thiếu niên tham gia các hoạt động phát huy di sản văn hóa, tích cực thực hiện khẩu hiệu “Di sản nằm trong tay thế hệ trẻ”*

Nội dung giáo dục cho thế hệ trẻ không chỉ gồm tri thức về di sản mà còn phải kịp thời đấu tranh, phê phán, uốn nắn nhận thức lệch lạc, biểu hiện sai trái; kết hợp giáo dục pháp luật với giáo dục đạo đức, lối sống; giáo dục lịch sử truyền thống dân tộc, khơi dậy niềm tự hào và ý thức tự tôn dân tộc, xây dựng ý thức trách nhiệm của thế hệ trẻ với việc phát huy di sản văn hóa của cộng đồng.

Việc giáo dục thực hiện bằng nhiều hình thức phong phú, đa dạng, với sự tham gia, phối hợp có trách nhiệm đồng bộ của nhà trường, gia đình, các đoàn thể và toàn xã hội. Trường học các cấp trên địa bàn huyện phải tích cực tham gia công cuộc này bằng việc triển khai thực hiện nghiêm túc Hướng dẫn số 73/HD-BGDĐT-BVHTTDL ngày 16/01/2013 của Bộ GD&ĐT và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch về việc sử dụng di sản văn hóa trong dạy học ở trường phổ thông, trung tâm giáo dục thường xuyên. Công tác giáo dục này được thực hiện với quy định về việc học sinh mặc trang phục dân tộc truyền thống vào những ngày nhất định trong tuần; việc dạy các làn điệu dân ca, dân vũ truyền thống ở địa phương trong các giờ học nghệ thuật; các hội thi tìm hiểu về di sản văn hóa, tìm hiểu pháp luật về di sản văn hóa; các buổi đi dã ngoại, các buổi học ngoại khóa đến với các di sản; giáo dục tại các thiết chế văn hóa như bảo tàng, nhà văn hóa, các câu lạc bộ văn hóa...

Giáo dục, nâng cao nhận thức cho thanh niên về di sản văn hóa còn thực hiện thông qua việc phát huy vai trò xung kích của thanh niên trong việc thực hiện “Chiến lược phát triển thanh niên”, phong trào “Toàn dân đoàn kết xây dựng đời sống văn hóa”. Đây không chỉ là thực hiện

quan điểm của Đảng ta về huy động mọi lực lượng phát huy trách nhiệm trong việc xây dựng nền văn hóa hiện nay mà còn là thực hiện khẩu hiệu “Di sản nằm trong tay thế hệ trẻ” mà UNESCO đã đưa ra.

*Thứ tư, giáo dục ý thức trách nhiệm, đạo đức nghề nghiệp; đào tạo, bồi dưỡng, tập huấn chuyên sâu để nâng cao trình độ chuyên môn và chất lượng nghiệp vụ của đội ngũ cán bộ, viên chức ngành văn hóa*

Hàng năm, ngành văn hóa huyện cần cử cán bộ tham gia các lớp đào tạo chuyên sâu về lĩnh vực chuyên ngành; tham gia các lớp đào tạo ngắn hạn để đào tạo, tập huấn về công tác văn hóa, du lịch cho đối tượng là cán bộ làm công tác văn hóa - xã hội và chủ nhiệm các nhà văn hóa xã, phường, những người phụ trách nhà văn hóa thôn, bản. Những nguyên tắc chuyên môn về bảo tồn - phát huy, trùng tu, tôn tạo, các phương án bảo vệ, phát huy giá trị di sản văn hóa; những định hướng phát triển du lịch bền vững; những kiến thức cơ bản nhằm nâng cao năng lực tư duy, năng lực tổ chức hoạt động thực tiễn, khả năng ứng dụng lý luận một cách sáng tạo, hiệu quả là nội dung cần được trang bị cho đội ngũ cán bộ văn hóa, nhất là ở cấp cơ sở.

Chương trình đào tạo, tập huấn còn rất cần có nội dung về giáo dục ý thức trách nhiệm, đạo đức nghề nghiệp và thái độ ứng xử đối với di sản. Không chỉ riêng các lớp học mà các cơ quan, đơn vị sử dụng, quản lý phải thường xuyên giáo dục, bồi dưỡng ý thức, tinh thần đạo đức nghề nghiệp cho cán bộ, công chức. Những quy tắc, chuẩn mực riêng trong ứng xử, việc làm mang tính đặc thù như thái độ trân trọng giá trị của di sản truyền thống, sự quý trọng, tôn vinh nghệ nhân dân gian... cần được xây dựng và trang bị cho đội ngũ cán bộ làm công tác văn hóa.

Bên cạnh đó, phải hoàn thiện và kiện toàn hệ thống văn bản thực hiện cụ thể, tạo cơ sở hành lang pháp lý trong việc khen thưởng và xử lý kỷ luật nghiêm minh đối với đội ngũ cán bộ đang thực thi nhiệm vụ. Ý thức đạo đức nghề nghiệp được nâng lên song song với việc thực hiện nghiêm kỷ luật lao động, sự công bằng về chính sách đãi ngộ tiền lương, môi trường làm việc có tính cạnh tranh lành mạnh, trọng dụng người tài, bố trí sắp xếp công việc hợp lý, đúng người đúng việc sẽ tạo được trong đội ngũ cán bộ niềm tin và tâm huyết công tác vì sự nghiệp phát huy giá trị di sản văn hóa truyền thống.

### **3.2. Thực hiện đầy đủ các chế độ, chính sách đối với chủ thể nhằm thúc đẩy vai trò nhân tố chủ quan trong phát huy di sản văn hóa gắn với du lịch**

*Thứ nhất, rà soát, tôn vinh các danh hiệu và triển khai thực hiện các quy định của nhà nước về chính sách đãi ngộ cụ thể đối với những người có tài năng xuất sắc, có công bảo vệ, truyền dạy, phát huy giá trị di sản*

Là người nắm giữ nhiều nhất và trình diễn tốt nhất tài nguyên văn hóa phục vụ phát triển du lịch, nhưng dù các nghệ nhân dân gian có tâm huyết, tận tâm vì nền di sản truyền thống thì cũng không thể mãi hoạt động với động lực tinh thần. Cơ quan hữu quan cần phải căn cứ thực hiện các giải pháp cụ thể để đáp ứng thỏa mãn các quyền lợi vật chất và tinh thần chính đáng đã được nhà nước quy định.

Việc triển khai Nghị định 62/2014/NĐ-CP ngày 25/6/2014 của Chính phủ về xét tặng danh hiệu “Nghệ nhân nhân dân”, “Nghệ nhân ưu tú” trong lĩnh vực di sản văn hóa phi vật thể là nhiệm vụ cần triệt để thực hiện. Ủy ban nhân dân huyện rà soát những cá nhân có tài năng nghề nghiệp đặc biệt xuất sắc, có công hiến to lớn, tiêu biểu cho sự nghiệp bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa của địa phương để đề nghị xét duyệt các danh hiệu “Nghệ nhân nhân dân”, “Nghệ

nhân ưu tú” theo quy định. Cần phải cân đối các nguồn tài chính để từng bước triển khai chính sách đãi ngộ đối với Nghệ nhân nhân dân, Nghệ nhân ưu tú; kịp thời thực hiện các quy định tại Nghị định số 109/2015/NĐ-CP ngày 28/10/2015 của Chính phủ về việc hỗ trợ đối với nghệ nhân nhân dân, nghệ nhân ưu tú có thu nhập thấp, hoàn cảnh khó khăn. Trong khi tỉnh chưa có chính sách cụ thể thì chính quyền địa phương cũng cần có sự cân đối ngân sách hoặc thu hút nguồn tài trợ để hỗ trợ cho các nghệ nhân dân gian này. Vấn đề lâu dài là Lâm Bình cần phải xây dựng, định hướng các giải pháp cụ thể giúp các nghệ nhân có thể sử dụng, phát huy các tri thức mình đang nắm giữ để đem lại nguồn thu nhập cho bản thân và góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội của địa phương.

*Thứ hai, giải quyết kịp thời các chế độ, chính sách đối với đội ngũ cán bộ làm công tác văn hóa, đảm bảo sự công bằng trong quá trình công tác*

Phòng Văn hóa và Thông tin huyện cần có các giải pháp để cải thiện thu nhập, chăm lo đời sống vật chất và điều kiện làm việc cho đội ngũ cán bộ, công chức. Phải cân đối giữa việc tinh giản biên chế, xã hội hóa dịch vụ công, tiết kiệm chi tiêu để cùng với nguồn ngân sách của Nhà nước có thể từng bước nâng dần mức thu nhập của mỗi cán bộ, viên chức. Sự quan tâm, cải thiện đời sống cán bộ phải từ cấp cơ sở, bởi với mức lương, phụ cấp hiện tại theo quy định tại thì một công chức cấp xã ở chức danh Văn hóa - Xã hội đang gặp rất nhiều khó khăn trong đời sống kinh tế. Và như thế, việc họ tận tâm, tận lực với công tác sẽ là một yêu cầu khó có thể trở thành hiện thực.

Không chỉ đáp ứng các nhu cầu chính đáng về vật chất mà còn phải chú ý các giải pháp để đáp ứng được những điều kiện để không ngừng nâng cao, phát triển về mặt trí lực của đội ngũ cán bộ. Đó là những nhu cầu học tập để nâng cao trình độ, nhu cầu thẩm mỹ, giao tiếp và nhu cầu về sự công bằng xã hội. Đây không chỉ là động lực tinh thần chi phối, thúc đẩy công tác của họ mà còn gián tiếp hướng tới mục tiêu động lực lợi ích vật chất. Phòng Văn hóa và Thông tin căn cứ văn bản hướng dẫn để xác định nghĩa vụ, quyền lợi, trách nhiệm; xác định các tiêu chí đào tạo, tuyển dụng, đánh giá, khen thưởng, xử phạt, các điều kiện thực thi công vụ của cán bộ, công chức trong ngành văn hóa phù hợp với yêu cầu cụ thể của ngành và địa phương. Bên cạnh đó, các cấp chính quyền cần có các giải pháp cụ thể để thực hiện quan điểm chỉ đạo: “Chú trọng phát huy vai trò trụ cột của đội ngũ trí thức, văn nghệ sĩ trong nhiệm vụ phát triển văn hóa và xây dựng con người mới... Kịp thời phát hiện, biểu dương gương người tốt, việc tốt; khen thưởng, động viên những tập thể, cá nhân có thành tích xuất sắc trong hoạt động văn hóa”<sup>68</sup>.

### **3.3. Thu hút các nguồn lực phục vụ cho phát huy di sản văn hóa**

*Thứ nhất, thực hiện hiệu quả các giải pháp xóa đói, giảm nghèo, nâng cao đời sống vật chất cho đồng bào các dân tộc*

Tỷ lệ hộ nghèo hiện nay của tỉnh Tuyên Quang vẫn tập trung chủ yếu ở các huyện vùng cao, các xã vùng sâu (78,5% tổng số hộ nghèo hộ nghèo là hộ người dân tộc thiểu số). Lâm Bình là huyện khó khăn nhất của tỉnh thì những khó khăn này càng điển hình. Vì thế, Ủy ban nhân dân huyện, xã cần nỗ lực rà soát, nắm chắc thực trạng hộ nghèo, cận nghèo tại địa phương để thực hiện các giải pháp cụ thể theo từng nhóm nguyên nhân chính dẫn đến nghèo; căn cứ nhiệm vụ phân cấp quản lý để triển khai thực hiện đầy đủ, kịp thời các chính sách, các dự án tiếp cận dịch vụ, kết cấu hạ tầng; hỗ trợ sản xuất, thúc đẩy sản xuất hàng hóa và liên kết thị trường; đào tạo

<sup>68</sup> : Văn kiện Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang, Giai đoạn 2013 - 2015, tr.144.

nghề, tạo điều kiện phát triển các mặt của đời sống kinh tế, văn hóa, xã hội cho đồng bào (Chương trình 135, Chương trình 30a; Chương trình mục tiêu quốc gia về giảm nghèo...).

Chính quyền các cấp ở Lâm Bình cần từng bước thực hiện các nhiệm vụ: Một là, phát triển nguồn nhân lực, giáo dục, nâng cao dân trí cho đồng bào. Thực hiện có chất lượng công tác quy hoạch, đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, công chức là người dân tộc thiểu số; gắn đào tạo nghề với giải quyết việc làm tại chỗ phù hợp với nhu cầu chuyển dịch cơ cấu phát huy lợi thế so sánh của từng địa phương; Hai là, tập trung đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng, trước hết là đầu tư xây dựng các tuyến giao thông huyết mạch liên xã, liên huyện; Ba là, ở những vùng đặc biệt khó khăn cần quy hoạch, sắp xếp, bố trí đảm bảo sự tập trung dân cư gắn với việc giải quyết phù hợp vấn đề nhà ở, đất ở, đất canh tác để tăng hiệu quả đầu tư hạ tầng; Bốn là, thực hiện chuyển đổi cơ cấu cây trồng, vật nuôi, hình thành các vùng chuyên canh, khuyến khích phát triển kinh tế hộ gia đình và kinh tế trang trại gắn đồng bộ với chính sách tiêu thụ ổn định. Đẩy mạnh áp dụng khoa học kỹ thuật sản xuất, đổi mới đa dạng việc chuyển giao kỹ thuật khuyến nông, khuyến lâm cho đồng bào phù hợp với khả năng tiếp thu của từng nhóm đối tượng dân cư; Năm là, đổi mới một số quy định về chính sách cho vay vốn của ngân hàng, xây dựng cơ chế cho vay ưu đãi đối với đồng bào dân tộc thiểu số, hạn chế cho vay trực tiếp bằng tiền mặt; Sáu là, tuyên truyền để cộng đồng dân cư hiểu đúng đắn về các chính sách hỗ trợ xóa đói, giảm nghèo, loại bỏ tư tưởng ỷ lại, trông chờ, dựa tiêu cực vào chính sách.

*Thứ hai, khai thác di sản văn hóa trong hoạt động kinh tế du lịch, thực hiện “bảo tồn tích cực”*

Căn cứ các chiến lược kế hoạch của tỉnh, Lâm Bình cần bổ sung, điều chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển du lịch của huyện ở từng giai đoạn, trong đó xác định rõ mục tiêu tăng trưởng du lịch phải gắn với bảo tồn, kế thừa và phát huy giá trị di sản văn hóa của cộng đồng; thực hiện triệt để quan điểm di sản văn hóa là nền tảng để thúc đẩy du lịch phát triển bền vững và phát triển du lịch nhằm tạo nguồn lực, điều kiện thuận lợi cho công tác phát huy giá trị di sản văn hóa; đảm bảo nguyên tắc phát huy giá trị di sản văn hóa trong phát triển du lịch là phải được thực hiện ngay trong đời sống của cộng đồng.

Trước mắt, cần thực hiện có hiệu quả Kế hoạch của Ủy ban nhân dân tỉnh về phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang giai đoạn 2016 - 2020; cụ thể hóa các nhiệm vụ trong kế hoạch phù hợp với điều kiện thực tế địa phương, trong đó cần chú trọng khai thác những lợi thế về du lịch trên địa bàn để khai thác hiệu quả loại hình du lịch văn hóa, sinh thái, tâm linh, du lịch cộng đồng, xây dựng và phát triển thương hiệu đặc trưng của du lịch Lâm Bình; chính quyền phải chủ động hỗ trợ, tư vấn, hướng dẫn người dân về kỹ năng và chuẩn bị các điều kiện cơ sở vật chất đồng thời đầu tư cho công tác đào tạo nguồn nhân lực phục vụ du lịch. Đặc biệt, các cơ quan hữu quan, các cấp quản lý phải luôn quán triệt tư tưởng phát triển du lịch để gắn với phát huy di sản văn hóa và chú ý công tác tổ chức đánh giá rút kinh nghiệm thực tiễn; tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra.

Mặt trận Tổ quốc và các đoàn thể chính trị - xã hội phối hợp tăng cường vận động các tầng lớp nhân dân tham gia giữ gìn bản sắc văn hóa, bảo vệ môi trường du lịch, xây dựng phong cách ứng xử với khách du lịch. Thực hiện tuyên truyền, nâng cao nhận thức về phát triển du lịch gắn với phát huy các di sản văn hóa, phổ biến, giải thích các quy định hiện hành về bảo vệ di sản văn hóa. Có như vậy, giá trị của các di sản văn hóa mới được phát huy bền vững, hoạt động du lịch cũng vì thế ngày càng phát triển hơn.

*Thứ ba, huy động các tổ chức, cá nhân tham gia hành động góp phần tôn vinh, phát huy giá trị di sản văn hóa*

Bên cạnh việc tiếp tục xây dựng, trình các đề án khả thi để được cấp kinh phí từ tỉnh, từ trung ương đầu tư; tranh thủ các chương trình, dự án phát triển kinh tế du lịch, biến di sản văn hóa thành tài nguyên du lịch thì các cấp chính quyền phải thực hiện công tác xã hội hóa với phương châm nhà nước và nhân dân cùng làm.

Xã hội hóa hoạt động phát huy di sản văn hóa gắn với phát triển du lịch không đơn thuần nhằm mục đích huy động sự đóng góp tiền của từ nhân dân mà chính yếu nhằm vào việc họ vừa trực tiếp tham gia, vừa trực tiếp được hưởng thụ thành quả của những hoạt động đó. Hoạt động này chính là xây dựng cộng đồng trách nhiệm của các tầng lớp cư dân tự nguyện tham gia việc tạo lập và cải thiện môi trường kinh tế, xã hội lành mạnh và thuận lợi cho phát triển kinh tế cũng như các hoạt động phát huy di sản văn hóa. Đồng thời, thông qua các chương trình hợp tác quốc tế để xây dựng các dự án đầu tư mở ra những khả năng và triển vọng hợp tác đầu tư và gọi vốn đầu tư ngoài nước.

Quá trình thực hiện, chính quyền các cấp, Phòng Văn hóa và thông tin cần giữ vai trò chủ đạo trong việc định hướng cho các hoạt động văn hóa phát triển, đảm bảo định hướng chứ không làm thay, nhất là không “khoán trắng” cho cộng đồng hoặc các nhà hảo tâm. Đối với những di sản có khả năng thu hút nguồn kinh phí thường xuyên, cần phải ban hành và kiểm soát chặt chẽ chính sách quản lý và sử dụng tài chính theo định hướng ưu tiên sử dụng cho việc tái đầu tư. Ủy ban nhân dân huyện căn cứ quy định hiện hành để bổ sung các quy định cụ thể về ưu đãi đầu tư, hỗ trợ, giảm hoặc miễn thuế cho các hoạt động được thực hiện từ các nguồn kinh phí ngoài ngân sách nhà nước theo quy định của pháp luật về thuế; thực hiện tốt việc động viên, khen thưởng, tôn vinh kịp thời đối với tất cả các tổ chức, cá nhân đã nhiệt tình đóng góp trí tuệ, kinh phí.

## KẾT LUẬN

Tuy động lực hoạt động chỉ là nguồn gốc chứ không phải là điều kiện để tăng hiệu quả công việc bởi còn phụ thuộc vào trình độ, năng lực nhận thức và khả năng hoạt động thực tiễn của chủ thể, nhưng nó như một sức mạnh vô hình từ bên trong con người thúc đẩy họ hoạt động hăng say hơn, tích cực hơn. Với tinh thần trách nhiệm, đạo đức nghề nghiệp và lòng tự hào, tình cảm máu thịt với di sản văn hóa, các nhóm chủ thể ở Lâm Bình đã và đang tích cực triển khai thực hiện các giải pháp sáng tạo khai thác giá trị của di sản phục vụ phát triển du lịch ở địa phương giúp cho kinh tế du lịch của huyện đã có những bước chuyển biến tích cực trong thời gian qua. Tuy vậy, do mặt bằng trình độ nhận thức của cộng đồng dân cư vùng sâu, vùng xa còn thấp, điều kiện kinh tế còn nhiều khó khăn, thiếu sự chủ động, sáng tạo trong công tác nên mục tiêu phát huy di sản văn hóa gắn với phát triển du lịch ở địa phương chưa đạt hiệu quả như mong đợi.

Vì vậy, bên cạnh việc nâng cao nhận thức, tình cảm, khả năng tổ chức hoạt động thực tiễn thì việc thực hiện đồng bộ các giải pháp nhằm tạo nguồn động lực để qua đó thúc đẩy tích cực, sáng tạo của các nhóm chủ thể ở Lâm Bình hiện nay là việc làm mà các cấp ủy Đảng, chính quyền và các cơ quan quản lý văn hóa quan tâm thực hiện.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. BCH Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang (2017) Văn kiện Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang, Giai đoạn 2013 - 2015.



2. C.Mác và Ph.Ăngghen (1995), Toàn tập, t.1, t.2, t.3, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
3. Cục Thống kê tỉnh Tuyên Quang, (2017) Niên Giám thống kê 2016, NXB Thống kê, Hà Nội.
4. Đảng Cộng sản Việt Nam (2015), Văn kiện Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang lần thứ XVI nhiệm kỳ 2015 - 2020.
5. UBND huyện Lâm Bình (2019), Báo cáo đánh giá kết quả thực hiện nhiệm vụ năm học 2018 - 2019 và phương hướng, nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu năm học 2019 - 2020, Số 274/BC-UBND ngày 27/8/2019.
6. Phòng GD&ĐT huyện Lâm Bình (2012), Báo cáo tổng kết năm học 2011-2012, Phương hướng nhiệm vụ trọng tâm năm học 2012-2013, Số 45/BC-PGDĐT ngày 10/6/2012.
7. Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2018), Luật Du lịch.

## **BUILDING MOTIVATIVE SYSTEM TO PROMOTE SUBJECTIVE FACTORS IN PROMOTING CULTURAL HERITAGE ASSOCIATED WITH TOURISM DEVELOPMENT IN LAM BINH TODAY**

**Tran Quang Huy**  
*Tan Trao University*

### **Abstract**

As an interdisciplinary activity that both preserves the national cultural identity and exploits the potential for economic service, promoting the cultural heritage associated with tourism development requires not only professional but also requires the dedicated of each subject of cultural heritage. In recent years, tourism economy in Lam Binh district has achieved certain results but not commensurate with the potential, strengths and not guaranteed towards sustainable goals contributing to socio-economic development local association. In addition to objective reasons, the groups of subjects themselves have not fully promoted their roles in creating and exploiting the potentials of heritage effectively, confirming their positions and roles in development tourism economic development of cultural heritage values. Therefore, it is necessary to build a system of motivation to promote subjective factors in promoting cultural heritage associated with tourism development in Lam Binh today.

### **Keywords**

Promoting cultural heritage, subjective factors in promoting cultural heritage, benefit, motivation, tourism.

# TÁC ĐỘNG CỦA HỘI NHẬP LIÊN VÙNG TRONG PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG DU LỊCH LÂM BÌNH - TUYÊN QUANG HIỆN NAY

**Đinh Văn Thành**

*Trường Đại học Nguyễn Huệ*

## Tóm tắt

Lâm Bình là một huyện thuộc vùng cao của tỉnh Tuyên Quang, trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của địa phương, phát triển bền vững ngành Du lịch được xác định là một thế mạnh, đột phá của huyện. Trong bối cảnh đất nước tham gia hội nhập quốc tế và khu vực ngày càng sâu rộng như hiện nay, hội nhập liên vùng là một xu thế tất yếu của các địa phương, có vai trò hết sức quan trọng góp phần thúc đẩy phát triển các lĩnh vực của đời sống xã hội nói chung, ngành Du lịch nói riêng. Do đó, trong chiến lược phát triển bền vững ngành Du lịch của Lâm Bình cần tính đến sự tác động nhiều chiều của yếu tố hội nhập liên vùng, để từ đó có những đánh giá khách quan, đồng thời chủ động nắm bắt những thời cơ, vượt qua những khó khăn, thách thức trong chiến lược phát triển bền vững ngành du lịch nhằm đạt được những mục tiêu và kết quả thiết thực.

## Từ khóa

Du lịch Lâm Bình, phát triển du lịch, hội nhập liên vùng, tác động của hội nhập liên vùng.

## 1. MỞ ĐẦU

Trong bối cảnh nước ta tham gia hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng trên các lĩnh vực của đời sống xã hội, thì hội nhập liên vùng đang trở thành một xu thế tất yếu của các địa phương trong cả nước, nhằm phát huy những tiềm năng và lợi thế của các địa phương trong tiến trình hội nhập của đất nước hiện nay.

Du lịch với tính chất là ngành kinh tế tổng hợp có tính liên ngành, liên vùng và xã hội hóa cao. Sự phát triển của ngành công nghiệp du lịch không chỉ nằm trong phạm vi của một địa phương nào, mà luôn có xu hướng vận động phát triển vượt ra khỏi phạm vi hành chính của địa phương. Do vậy, việc tăng cường hội nhập liên vùng để phát triển du lịch một cách bền vững giữa các vùng, miền đang trở thành một trong những xu thế tất yếu, tạo nên sự hấp dẫn và sức thu hút khách du lịch cả trong và ngoài nước đến tham quan.

Trên cơ sở quán triệt và thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16-1-2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch thành một ngành kinh tế mũi nhọn, trong những năm qua tỉnh Tuyên Quang nói chung, huyện Lâm Bình nói riêng, đã chú trọng phát triển ngành Du lịch coi đó là một thế mạnh của địa phương, có nhiều đóng góp tích cực trong sự phát triển kinh tế - xã hội của huyện.

Trong đó, huyện đã chủ động quy hoạch đề án phát triển du lịch, xây dựng phát triển cơ sở hạ tầng, đẩy mạnh liên kết du lịch với các địa phương trong tỉnh cũng như các tỉnh lân cận trong khu vực, nhằm hỗ trợ nhau, cùng phát huy lợi thế, khai thác và sử dụng các nguồn lực một cách hợp lý để phát triển du lịch.

Từ những kết quả đạt được, chúng ta thấy hội nhập liên vùng đã có những tác động và ảnh hưởng to lớn đến các lĩnh vực đời sống kinh tế - xã hội của Lâm Bình nói chung, trong đó có ngành Du lịch nói riêng. Nhận thức đúng vai trò và những tác động từ hội nhập liên vùng là cơ sở khoa học trong xác định chiến lược phát triển bền vững ngành Du lịch Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang trong thời kỳ đẩy mạnh sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước hiện nay.

## 2. NỘI DUNG

### 2.1. Khái quát một số đặc điểm của Lâm Bình - Tuyên Quang hiện nay

Lâm Bình là một huyện thuộc vùng cao nằm ở phía Bắc của tỉnh Tuyên Quang, có vị trí địa lý từ 21°29' đến 22°42' vĩ bắc, từ 104°53' đến 105°0' kinh đông. Phía Đông giáp huyện Nà Hang (Tuyên Quang), Đông Bắc giáp huyện Bắc Mê (Hà Giang); Tây và Tây Bắc giáp huyện Vị Xuyên và huyện Bắc Quang (Hà Giang); phía Nam giáp huyện Chiêm Hóa (Tuyên Quang). Với diện tích tự nhiên khoảng 78.152,17 ha, dân số khoảng 29.459 người. Huyện có 08 đơn vị hành chính trực thuộc, gồm có 8 xã: Lang Can, Thượng Lâm, Khuôn Hà, Phúc Yên, Xuân Lập, Bình An, Thổ Bình, Hồng Quang.

Địa hình Lâm Bình thấp dần từ bắc xuống nam, nằm trên vòng cung sông Gâm, Lâm Bình có nhiều dãy núi lớn, có nhiều núi đá vôi và núi cao hiểm trở, có nhiều đỉnh núi cao trên 1000 m, tập trung chủ yếu ở các xã Lãng Can, Xuân Lập, Phúc Yên, dãy núi có đỉnh cao nhất là núi Phia Choóng (thuộc địa phận xã Bình An, cao 1.229 m). Núi đất và núi đá xen kẽ lẫn nhau, tạo thành nhiều thung lũng lớn, nhỏ. Do sự phức tạp của địa hình nên đã chia cắt địa bàn của huyện thành nhiều vùng khác nhau, trong đó có vùng gần như biệt lập, sự liên kết giữa các vùng dân cư với trung tâm của huyện có nơi còn hạn chế.

Nguồn tài nguyên chính của Lâm Bình chủ yếu là rừng, với diện tích khoảng 68.985,15 ha, rừng có nhiều loài cây gỗ quý như: đinh hương, trai, sến, nghiến,... và có nhiều loại thú quý hiếm, trong đó có loài Voọc mũi hếch, nằm trong danh mục đỏ của thế giới cần được bảo vệ. Ngoài ra còn có các loại khoáng sản: Antimon, vàng... Tuy nhiên, với trữ lượng khoáng sản không lớn, khó khai thác vì địa hình phức tạp và giao thông vận tải khó khăn.

Điều kiện tự nhiên tạo cho Lâm Bình những thuận lợi để phát triển nền kinh tế lâm, nông nghiệp. Tuy nhiên, sự phức tạp của địa hình cũng đã tạo nên những khó khăn lớn cho phát triển hạ tầng giao thông, xây dựng các trung tâm dân cư, kinh tế, văn hóa, xã hội. Bên cạnh đó, những hiện tượng thiên nhiên như lũ lụt, sạt lở đất đã gây ra những tác hại đến phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn, để lại hậu quả lớn như các trận lũ lụt lớn vào năm 1971 và 1986; rét đậm, rét hại vào năm 2008... Bên cạnh đó, do địa hình hiểm trở nên dân cư sống phân tán, trình độ dân trí còn hạn chế, phương thức sản xuất và phong tục tập quán của một bộ phận đồng bào có nơi còn lạc hậu đã dẫn đến những khó khăn trong phát triển kinh tế, văn hóa xã hội trên địa bàn Lâm Bình.

Về du lịch, Lâm Bình là một trong những địa phương có nhiều danh lam thắng cảnh du lịch nổi tiếng cả trong và ngoài nước. Ngay từ khi thành lập huyện, Lâm Bình đã thực hiện công tác quy hoạch phát triển tổng thể du lịch huyện đến năm 2015, định hướng đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030. Theo đó, huyện đã triển khai khôi phục và duy trì, tổ chức các sự kiện văn hóa như Lễ hội Lồng tồng, Nhảy lửa, các nét văn hóa truyền thống của đồng bào các dân tộc. Thời gian qua, huyện đã khôi phục và nâng cấp Lễ hội Lồng tồng xã Lãng Can thành lễ hội cấp huyện, phục dựng chùa Phúc Lâm; khuyến khích các tập thể và cá nhân trong và ngoài tỉnh đầu tư vào các điểm, khu du lịch.

Nhờ đó, số lượng khách du lịch đến với huyện Lâm Bình ngày một tăng. Năm 2011 huyện đón được 3.500 lượt khách du lịch, đến năm 2014, tổng lượt khách đến với Lâm Bình đạt 8.000 lượt, bằng 190% kế hoạch đề ra. Năm 2017 huyện Lâm Bình đã đón tiếp, hướng dẫn trên 34.600 lượt khách tham quan du lịch, doanh thu xã hội từ du lịch đạt trên 17 tỷ đồng.

Bên cạnh đó, huyện cũng đã chú trọng phát triển du lịch sinh thái gắn với du lịch cộng đồng. Năm 2017, huyện thực hiện đề án “Xây dựng và vận hành mô hình du lịch cộng đồng”. Đề

án nhằm bảo tồn và phát triển bền vững Làng văn hóa dân tộc Tày các thôn Nà Đông và Nà Tông (xã Thượng Lâm), Nà Muông (xã Khuôn Hà) và Nặm Đíp (xã Lăng Can) với nhiều hộ dân tham gia. Thực hiện đề án, huyện đã tổ chức cho các hộ dân tham quan, học tập kinh nghiệm, làm du lịch cộng đồng tại một số tỉnh bạn; tổ chức các lớp tập huấn nâng cao năng lực, kỹ năng làm du lịch cộng đồng; hoàn thành việc chỉnh trang khuôn viên nhà cửa, thành lập các đội văn nghệ, tổ chức tập luyện các tiết mục để phục vụ khách du lịch; hoàn thành xây dựng bản đồ, tua, tuyến du lịch, tập huấn hướng dẫn viên du lịch, bổ sung dịch vụ du lịch như: chèo thuyền kayak, xe đạp, xe máy, bè mảng, câu cá,... phục vụ du khách.

Bên cạnh việc xây dựng các tua, tuyến du lịch kể cả đường bộ lẫn đường thủy, gắn với nhu cầu ẩm thực thì nhu cầu lưu trú tại địa phương cũng đang phát triển nhanh, bền vững. Huyện tích cực quảng bá, giới thiệu tiềm năng, lợi thế và sản phẩm du lịch của huyện trên Facebook, Youtube bằng tiếng Anh, Pháp; hoàn thành xây dựng website “Du lịch Lâm Bình”; tiếp tục vận động nhân dân duy trì gìn giữ và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống; liên kết với các công ty lữ hành du lịch trong và ngoài tỉnh khảo sát, kết nối du lịch; thực hiện đón, tiếp khách quốc tế và trong nước đến tham quan, du lịch. Trong 6 tháng đầu năm 2018 đã thu hút trên 22.700 lượt khách thăm quan, du lịch, đạt khoảng 81% kế hoạch năm.

Hoạt động du lịch đã góp phần quan trọng vào quá trình phát triển kinh tế - xã hội của huyện, giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc, bảo vệ môi trường sinh thái, công tác tuyên truyền, quảng bá du lịch được chú trọng, công tác xã hội hóa du lịch từng bước được đẩy mạnh. Đặc biệt thời gian qua, các cơ quan chức năng của tỉnh và Bộ Tài nguyên và Môi trường đã hoàn thành “Đề cương nghiên cứu, xây dựng công viên Địa chất Nà Hang - Lâm Bình, Tuyên Quang” trình Chính phủ xem xét, công nhận là Công viên địa chất quốc gia. Khu vực được coi là “hội tụ nhiều giá trị di sản tự nhiên và văn hóa, đặc biệt là các di sản địa chất - địa đạo, các di tích lịch sử, khảo cổ, đa dạng sinh học... có giá trị nổi bật tầm cỡ quốc gia và quốc tế”. Đây sẽ là cơ hội lớn để du lịch Lâm Bình phát triển. Tuy nhiên, việc phát triển du lịch trên địa bàn huyện Lâm Bình còn gặp nhiều khó khăn như hệ thống cơ sở hạ tầng du lịch chưa được đầu tư đồng bộ; các tua, tuyến du lịch chưa được hình thành, chưa có sự gắn kết giữa các khu du lịch, khu di tích lịch sử, các trung tâm văn hóa của trong và ngoài huyện theo quy hoạch phát triển đô thị trong thời gian tới.

Như vậy, với những đặc điểm trên, huyện Lâm Bình là địa phương có nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú, có diện tích rừng nguyên sinh lớn, với hệ sinh thái đa dạng, nhiều danh lam thắng cảnh nổi tiếng; nguồn nhân lực dồi dào và nền kinh tế đang phát triển. Để ngành Du lịch Lâm Bình phát triển bền vững, ngoài những yếu tố nội lực huyện cần chủ động đẩy mạnh hội nhập liên vùng để phát huy những tiềm năng, thế mạnh về du lịch của Lâm Bình, tăng cường thu hút các nguồn đầu tư từ bên ngoài cũng như học tập kinh nghiệm tổ chức, quản lý các hoạt động của ngành Du lịch. Nhằm đem lại hiệu quả cao, góp phần tích cực vào sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

## **2.2. Những tác động của hội nhập liên vùng đến phát triển bền vững ngành Du lịch Lâm Bình - Tuyên Quang hiện nay**

Hội nhập liên vùng có vai trò rất quan trọng và to lớn trong phát triển kinh tế - xã hội của Lâm Bình nói chung, phát triển bền vững ngành Du lịch của Lâm Bình nói riêng cả trong hiện tại và tương lai. Điều đó được thể hiện, Hội nhập liên vùng thúc đẩy ngành Du lịch của Lâm Bình phát triển trên cả hai khía cạnh về bề rộng và chiều sâu trong tổng thể quy hoạch phát triển ngành Du lịch của tỉnh Tuyên Quang; đã tạo ra được hiệu ứng tích cực để quảng bá những thế mạnh của du lịch Lâm Bình như danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử văn hóa, sản phẩm du lịch

của địa phương; đã tạo ra được nguồn thu nhập ổn định về kinh tế cho lao động của địa phương, góp phần làm tăng thu nhập ngân sách của địa phương và mức sống của nhân dân trên địa bàn huyện Lâm Bình.

Từ vai trò to lớn của hội nhập liên vùng mang lại đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của Lâm Bình. Trong phạm vi hoạt động của ngành Du lịch Lâm Bình, hội nhập liên vùng có những tác động nhất định đến sự phát triển trên các lĩnh vực của đời sống kinh tế - xã hội huyện Lâm Bình nói chung, ngành Du lịch Lâm Bình nói riêng. Sự tác động của hội nhập liên vùng đến phát triển bền vững ngành Du lịch Lâm Bình trên cả hai phương diện cả tích cực và tiêu cực, do đó cần có cách nhìn tổng thể để nhận thức đúng những thuận lợi, những cơ hội cần nắm bắt; đồng thời, cũng thấy được những khó khăn, thách thức cần khắc phục vượt qua để phát triển.

Những tác động tích cực từ hội nhập liên vùng đối với ngành Du lịch Lâm Bình, được thể hiện trên những vấn đề sau:

Hội nhập liên vùng sẽ tạo ra một không gian rộng lớn để ngành Du lịch Lâm Bình mở rộng giao lưu, trao đổi, học hỏi kinh nghiệm phát triển du lịch của các địa phương. Đây là một thuận lợi được mang lại từ hội nhập liên vùng, đồng thời là một khát vọng mong muốn của các địa phương như Lâm Bình trong liên kết hội nhập phát triển du lịch.

Hội nhập liên vùng sẽ phát huy những lợi thế du lịch của Lâm Bình trong thu hút du khách đến tham quan du lịch tại địa phương; tạo sự phát triển cân đối và đồng bộ giữa các thành phần, các quần thể du lịch của Lâm Bình với các địa phương khác trong khu vực. Bởi vì, như phần giới thiệu về đặc điểm ở trên, Lâm Bình có một thế mạnh về du lịch thiên nhiên mà ít có nhiều địa phương có được.

Hội nhập liên vùng sẽ tạo sự ổn định trong xây dựng các thể chế và thiết chế về văn hóa du lịch của địa phương; đem lại nhiều công ăn việc làm và mức thu nhập ổn định về kinh tế của lao động địa phương trong tham gia các hoạt động của ngành Du lịch Lâm Bình. Đây là cơ hội được mang đến nhờ sự hội nhập liên vùng có được, vì nhờ sự hội nhập liên vùng, ngành Du lịch Lâm Bình có điều kiện thuận lợi để trao đổi, học tập kinh nghiệm của các địa phương khác trong xây dựng các thể chế, thiết chế văn hóa du lịch, đồng thời tạo ra nhiều công việc làm du lịch cho cư dân địa phương.

Những tác động tiêu cực và vấn đề đặt ra của hội nhập liên vùng đến phát triển bền vững du lịch Lâm Bình hiện nay

Hội nhập liên vùng bên cạnh những tác động tích cực mang lại đối với sự phát triển kinh tế - xã hội nói chung, phát triển bền vững ngành Du lịch Lâm Bình nói riêng, cũng có những tác động tiêu cực nhất định điều đó đã đưa tới những khó khăn, thách thức đối với ngành Du lịch Lâm Bình, được thể hiện trên những vấn đề sau:

*Thứ nhất*, sức ép cạnh tranh về sức thu hút khách du lịch đến Lâm Bình với các địa phương khác trong tỉnh Tuyên Quang và các tỉnh lân cận ngày càng tăng cao. Đây là một thực tế mà bất kỳ một địa phương nào khi tham gia vào sự liên kết, hợp tác, hội nhập để phát triển du lịch. Trong vấn đề này, địa phương nào có nhiều ưu thế về tiềm năng thiên nhiên, cơ chế chính sách thông thoáng và trình độ tổ chức quản lý chuyên nghiệp... thì sẽ dành ưu thế. Còn ngược lại những địa phương nào hạn chế về những vấn đề trên thì luôn chịu sự thua thiệt, dẫn đến thất bại trong chính sách và thực tiễn hoạt động kêu gọi, thu hút khách tham quan du lịch đến địa phương. Do vậy, vấn đề đặt ra là Lâm Bình cần nhận thức đúng những gì địa phương mình có ưu thế và những gì địa phương mình còn hạn chế và gặp nhiều khó khăn. Chẳng hạn như những thuận lợi như danh lam thắng cảnh, môi trường sinh thái, tài nguyên rừng phong phú, đa dạng để

phát triển du lịch; đồng thời cũng thấy được những khó khăn, thách thức như hạ tầng du lịch, nguồn nhân lực du lịch còn kém phát triển do địa hình phức tạp, hiểm trở, trình độ dân trí của dân cư chưa đồng đều.

*Thứ hai*, hội nhập liên vùng tạo ra sự giao thoa về văn hóa du lịch của Lâm Bình với văn hóa du lịch của các địa phương khác, dẫn đến một số giá trị văn hóa bản sắc của địa phương sẽ bị mai một. Đây là một thực tế của các địa phương trong cả nước nói chung khi tham gia hội nhập liên vùng. Điều này dễ dẫn đến sự nhầm lẫn của khách du lịch khi đến địa phương tham quan các danh lam thắng cảnh, các di tích lịch sử văn hóa, khác khu du lịch sinh thái, các lễ hội văn hoá. Do đó, để giữ gìn những bản sắc văn hóa du lịch của Lâm Bình trong xu thế hội nhập liên vùng, vấn đề đặt ra là ngành Du lịch Lâm Bình cần nghiên cứu tổ chức các hoạt động du lịch trên địa bàn một cách chuyên nghiệp, từ việc phục dựng chân thực các lễ hội văn hóa của địa phương như lễ hội Lồng tồng, Nhảy lửa,... đầu tư xây dựng những công trình du lịch mới trong tổng thể kiến trúc cơ bản của các khu di tích, các khu du lịch, các khu sinh thái hiện có, để làm tăng tính liên kết, tính hấp dẫn trong phạm vi một điểm, một khu du lịch và với các khu du lịch khác trong và ngoài huyện. Bên cạnh đó, cần chú trọng học tập kinh nghiệm tổ chức, quản lý các tua, các tuyến du lịch của các địa phương khác để chủ động phát triển ngành Du lịch một cách có hiệu quả.

*Thứ ba*, hội nhập liên vùng có thể dẫn đến nguy cơ làm mất ổn định môi trường sinh thái và tình hình an ninh chính trị của địa phương. Đây là một thực tế đã và đang diễn ra tại các địa phương khi tham gia hội nhập liên vùng. Bởi vì, khi Lâm Bình tham gia hội nhập liên vùng du lịch với các địa phương khác trong và ngoài huyện, thì lượng khách du lịch nhất định sẽ tăng lên, trên thực tế khách du lịch đến tham quan du lịch Lâm Bình từ năm 2011 cho đến nay (như trình bày phần trên) luôn có xu hướng tăng cao, năm sau cao hơn năm trước. Dẫn đến môi trường sinh thái sẽ bị tác động và ảnh hưởng bởi hoạt động vui chơi giải trí và sinh hoạt của khách du lịch, thậm chí do nhu cầu của khách du lịch một số tài nguyên rừng sẽ bị khai thác dẫn đến cạn kiệt... Cùng với, xu hướng lượng khách tham quan du lịch đến Lâm Bình ngày một tăng cao thì đan xen với đó là những phần tử xấu, thù địch cũng lợi dụng vào hoạt động du lịch để lẫn trốn, chống phá chính quyền, gây rối làm mất ổn định về tình hình an ninh chính trị trên địa bàn của Lâm Bình, vì địa phương có địa hình hiểm trở dễ lẫn trốn và mua chuộc, kích động lôi kéo đồng bào... Do đó, vấn đề đặt ra đối với ngành Du lịch Lâm Bình nói riêng và cấp uỷ, chính quyền các cấp và các tổ chức đoàn thể của huyện Lâm Bình cần có các biện pháp hữu hiệu để quản lý bảo vệ môi trường sinh thái; đồng thời, có biện pháp phát hiện, ngăn chặn các phần tử xấu, các thế lực phản động thù địch lợi dụng du lịch để đến địa phương lẫn trốn, gây rối chống phá làm mất ổn định tình hình an ninh chính trị trên địa bàn.

### **2.3. Một số biện pháp phát huy có hiệu quả hội nhập liên vùng để phát triển bền vững ngành Du lịch Lâm Bình - Tuyên Quang hiện nay**

Thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XVI; Kết luận số 28-KL/TU ngày 18/5/2016 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy (khóa XVI) về nhiệm vụ, giải pháp phát triển du lịch giai đoạn 2016 - 2020; Quyết định số 28/QĐ-UBND ngày 28/01/2013 phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang đến năm 2020, định hướng đến năm 2030 và Kế hoạch phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang giai đoạn 2016 - 2020 của Ủy ban nhân dân tỉnh Tuyên Quang.

Với mục tiêu tổng quát là phát huy mọi tiềm năng du lịch, khai thác có hiệu quả loại hình du lịch như lịch sử, văn hóa, nghỉ dưỡng, sinh thái, tâm linh, du lịch cộng đồng; xây dựng và phát triển thương hiệu đặc trưng của du lịch Tuyên Quang; thu hút nhà đầu tư có năng lực phát triển các dịch vụ du lịch; đưa du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh. Tạo sự chuyển biến mạnh mẽ về nhận thức của các cấp, các ngành, các tổ chức chính trị - xã hội về vị trí, vai trò

và ý nghĩa của ngành Du lịch đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Phát triển du lịch bền vững theo quy hoạch, kế hoạch được duyệt, có bước đi vững chắc, phù hợp với quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Phát triển du lịch gắn kết chặt chẽ với giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc, bảo tồn, tôn tạo các di tích lịch sử văn hóa, danh lam thắng cảnh, khôi phục các lễ hội, làng nghề truyền thống; phát triển các sản phẩm nông nghiệp chất lượng cao, nhất là đặc sản của địa phương phục vụ phát triển kinh tế và phục vụ nhu cầu du lịch. Phát triển du lịch giai đoạn 2016-2020 phải tranh thủ được sự quan tâm của các bộ, ban, ngành Trung ương; sự chỉ đạo sát sao của tỉnh ủy, ủy ban nhân dân tỉnh, Ban Chỉ đạo phát triển du lịch; sự phối hợp chặt chẽ của các cấp, các ngành; sự đồng tình, ủng hộ của nhân dân các dân tộc trong tỉnh trong suốt quá trình thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Chú trọng khai thác công nghệ thông tin trong việc quảng bá, xúc tiến du lịch.

Mục tiêu cụ thể là phấn đấu đến năm 2020 đón 1,7 triệu lượt khách. Cơ sở hạ tầng kỹ thuật du lịch tương đối đồng bộ tại các khu, điểm du lịch trọng điểm của tỉnh. Tạo việc làm cho khoảng 16.000 lao động ngành Du lịch; đến năm 2020, phấn đấu 100% cán bộ, công chức, viên chức trong ngành Du lịch được bồi dưỡng kiến thức quản lý nhà nước về du lịch; 60% lao động du lịch trực tiếp được bồi dưỡng kiến thức về chuyên môn, nghiệp vụ. Phấn đấu xây dựng Khu du lịch lịch sử, văn hóa và sinh thái Tân Trào trở thành Khu du lịch quốc gia.

Trong quy hoạch tổng thể của tỉnh, từ những mục tiêu trên, để bảo đảm cho ngành Du lịch Lâm Bình phát triển bền vững trong xu thế hội nhập liên vùng hiện nay, cần thực hiện tốt những biện pháp chủ yếu sau:

*Một là, cấp uỷ, chính quyền các cấp và nhân dân trên địa bàn phải có nhận thức đúng về ý nghĩa tầm quan trọng của hội nhập liên vùng trong phát triển bền vững ngành Du lịch, đóng góp tích cực cho phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.*

Tăng cường công tác tuyên truyền, giáo dục nhằm nâng cao nhận thức của các cấp, các ngành, nhân dân về ý nghĩa tầm quan trọng của hội nhập liên vùng trong phát triển bền vững ngành Du lịch, có đóng góp tích cực đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của huyện; về ý thức và trách nhiệm của mỗi người trong việc bảo vệ, giữ gìn cảnh quan, môi trường du lịch xanh, sạch, đẹp, an toàn. Triển khai cuộc vận động nhân dân tự giác và tích cực tham gia giữ gìn an ninh trật tự, vệ sinh môi trường; tăng cường thực hiện nếp sống văn minh, lịch sự, tôn trọng pháp luật; xây dựng phong cách ứng xử văn minh, thái độ cởi mở, chân thành đối với khách du lịch.

*Hai là, phải chủ động nắm bắt các cơ hội để thu hút đầu tư phát triển hạ tầng du lịch một cách bền vững.*

Theo quy hoạch phát triển đô thị, trong thời gian tới, Lâm Bình cần tiếp tục bổ sung, hoàn thiện cơ chế, chính sách khuyến khích ưu đãi đầu tư, chú trọng ưu đãi các tổ chức, cá nhân trong và ngoài huyện tham gia các hoạt động phục vụ cho phát triển du lịch, dịch vụ. hàng năm bố trí vốn đầu tư xây dựng hạ tầng du lịch, cơ sở vật chất - kỹ thuật cho các khu, điểm du lịch; phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch cấp trên bố trí nguồn vốn đầu tư cơ sở hạ tầng du lịch một cách phù hợp; chủ trì, phối hợp với các cơ quan, ban, ngành của địa phương rà soát các dự án đầu tư kinh doanh du lịch để có giải pháp đẩy nhanh tiến độ các dự án và xử lý những dự án vi phạm quy định, cam kết đầu tư.

Lập Đề án cải thiện môi trường đầu tư, kinh doanh giai đoạn 2016-2020; xây dựng danh mục dự án kêu gọi xúc tiến đầu tư; tập trung thu hút, mời gọi các doanh nghiệp tư nhân đầu tư kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, chú trọng đầu tư xây dựng các khách sạn cao cấp, khu nghỉ dưỡng, khu sinh thái, khu vui chơi giải trí, khu thương mại - dịch vụ cao cấp... Tập

trung hoàn thành quy hoạch chi tiết các khu, điểm du lịch; tổ chức tốt các lễ hội truyền thống, quảng bá các sản vật đặc sản của địa phương; phối hợp với các đơn vị quản lý, khai thác du lịch tổ chức xây dựng các tua, tuyến du lịch văn hóa, sinh thái.

*Ba là, Đẩy mạnh công tác thông tin quảng bá, tăng cường liên kết vùng để phát triển du lịch Lâm Bình.*

Tăng cường công tác thông tin, quảng bá hình ảnh về miền đất, văn hóa, và danh lam thắng cảnh của Lâm Bình. Từng bước chuyên nghiệp hóa công tác xúc tiến quảng bá du lịch. Chú trọng tổ chức hoặc đăng cai tổ chức các sự kiện văn hóa, thể thao, du lịch cấp tỉnh và quốc gia; các chương trình khảo sát, xây dựng tua, tuyến, điểm du lịch cho các doanh nghiệp lữ hành trong huyện và khu vực các tỉnh Tây Bắc; các chương trình khảo sát, thăm và quảng bá tiềm năng du lịch của huyện cho các phóng viên báo, đài thuộc các cơ quan thông tấn, báo chí có uy tín trong nước và quốc tế.

Xây dựng kế hoạch xúc tiến quảng bá du lịch thông qua xuất bản các ấn phẩm, sách, báo, cẩm nang du lịch Lâm Bình để quảng bá giới thiệu về du lịch. Duy trì và nâng cao hiệu quả quảng bá du lịch trên công thông tin điện tử của huyện về các địa điểm du lịch,... Tham gia các sự kiện du lịch của các tỉnh và trong nước; trưng bày, tuyên truyền quảng bá, xúc tiến thương mại, giới thiệu văn hóa, du lịch của Lâm Bình. Tăng cường, nâng cao số lượng, chất lượng các tin, bài, chuyên mục, chuyên đề tuyên truyền quảng bá, xúc tiến du lịch trên các phương tiện thông tin đại chúng. Đẩy mạnh liên kết khai thác, phối hợp với các công ty lữ hành lớn để quảng bá về du lịch Lâm Bình.

Chủ động đẩy mạnh liên kết và hợp tác phát triển du lịch với các địa phương khác trong và ngoài tỉnh, trong đó tập trung nâng cao hiệu quả Chương trình hợp tác phát triển du lịch "Qua những miền di sản Việt Bắc", kết nối du lịch với các tỉnh Tây Bắc, Chương trình kết nối hợp tác du lịch bốn tỉnh: Tuyên Quang, Hà Nội, Vĩnh Phúc, Thái Nguyên; kết nối du lịch với Quảng Ninh,... để đa dạng hóa và phát triển thị trường nguồn khách cũng như thu hút đầu tư vào du lịch.

*Bốn là, phải có chiến lược lâu dài về đầu tư xây dựng thương hiệu du lịch Lâm Bình đặc trưng.*

Trong quy hoạch tổng thể của chiến lược đầu tư xây dựng thương hiệu du lịch Lâm Bình, ngành Du lịch cần tính tới những vấn đề gì là thế mạnh, những gì cần phải bổ sung phát triển để tương xứng với tiềm năng của du lịch cận vùng. Trong chiến lược đó cần chú trọng đầu tư bảo tồn, tôn tạo các di tích, di sản văn hóa, các khu bảo tồn thiên nhiên, khu rừng đặc dụng để phát huy giá trị khai thác phục vụ du lịch như: hang động Pài Pó với nhũ đá tuyệt đẹp, làng chài Phúc Yên,...

Đầu tư xây dựng các làng văn hóa gắn với phát triển du lịch cộng đồng như: Làng văn hóa - du lịch ở thôn Nà Tông, xã Thượng Lâm, du lịch cộng đồng homestay ở bản Bon, xã Phúc Yên.

Chủ động phối hợp với cấp trên lập và hoàn thành hồ sơ di sản văn hóa "Công viên địa chất quốc gia Nà Hang - Lâm Bình" trình Thủ tướng Chính phủ công nhận. Xây dựng, phát triển thêm các loại hình du lịch mới, dịch vụ du lịch mới, như: Du lịch tham quan, du lịch lịch sử văn hóa Lễ hội Lồng tồng, Nhảy nước,... để thu hút khách du lịch. Xây dựng kế hoạch phát triển các sản phẩm công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp, làng nghề truyền thống, nông nghiệp chất lượng cao phục vụ phát triển kinh tế và phục vụ phát triển du lịch trên địa bàn của huyện.

*Năm là, chủ động xây dựng và phát triển nguồn nhân lực du lịch của địa phương.*

Ban Chỉ đạo phát triển du lịch của huyện cần chủ động xây dựng chương trình công tác, xây dựng đề án sắp xếp, tổ chức lại bộ máy các Ban quản lý khu du lịch, liên kết thành lập Hiệp hội du lịch với các huyện trong tỉnh Tuyên Quang; hình thành Trung tâm hỗ trợ du khách của huyện. Ban hành cơ chế, chính sách thu hút nguồn nhân lực có trình độ đào tạo chuyên sâu về du



lich về công tác tại huyện. Gửi đi đào tạo hướng dẫn viên du lịch chuyên nghiệp tại các trường trong và ngoài tỉnh. Định kỳ tổ chức các lớp tập huấn bồi dưỡng nghiệp vụ du lịch cho đội ngũ cán bộ quản lý, nhân viên lao động trực tiếp tại các cơ sở kinh doanh du lịch; hướng dẫn viên du lịch trên địa bàn; tổ chức hội thi tay nghề du lịch nhằm tôn vinh, nâng cao kỹ năng nghiệp vụ hướng dẫn du lịch và trao đổi học hỏi kinh nghiệm.

### 3. KẾT LUẬN

Hội nhập liên vùng có những tác động, ảnh hưởng to lớn đến các lĩnh vực trong đời sống kinh tế - xã hội của huyện Lâm Bình nói chung, ngành Du lịch Lâm Bình nói riêng. Nhận thức đúng những tác động của hội nhập liên vùng trên cả hai phương diện là cơ sở khoa học để cấp ủy đảng, chính quyền các cấp của huyện Lâm Bình chủ động lãnh đạo, chỉ đạo phát triển ngành Du lịch một cách bền vững.

Để phát huy có hiệu quả các tiềm năng và thế mạnh của địa phương trong hoạt động du lịch. Đặt ra, cấp ủy, chính quyền địa phương, các đoàn thể và nhân dân trên địa bàn của huyện cần tích cực, từ đổi mới tư duy đến quyết liệt hành động trong hội nhập liên vùng và phải coi là nhiệm vụ quan trọng và quyết tâm chính trị của huyện, chủ động nắm chắc những thời cơ, vượt qua khó khăn, thách thức; khai thác hiệu quả những tiềm năng du lịch, tiếp tục tạo bước phát triển bền vững ngành Du lịch của Lâm Bình trong bối cảnh hội nhập hiện nay, góp phần tích cực vào sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội của địa phương huyện Lâm Bình.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Dulichlambinh.gov.vn>DetailView>Gioi- thieu-ve-Lam-Binh, ngày 06/11/2017.
2. Chí Cường (2018), Du lịch Lâm Bình tiềm năng và định hướng phát triển.
3. Kế hoạch Số: 51/KH-UBND về Phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang, ngày 23/6/2016.

## THE IMPACT OF INTER-AREA INTEGRATION IN SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN LAM BINH DISTRICT, TUYEN QUANG

**Dinh Van Thanh**

*Nguyen Hue University*

### Abstract

Lam Binh is a highland district of Tuyen Quang province. In the local socio-economic development strategy, the sustainable development of tourism is identified as a strong and breakthrough strength of the district. In the context that the country participates in international and regional integration more and more deeply as today, inter-regional integration is an indispensable trend of localities, playing a very important role, contributing to promoting development. sectors of social life in general, tourism in particular. Therefore, in the sustainable development strategy of Lam Binh tourism industry, it is necessary to take into account the multi-dimensional impacts of inter-regional integration factors, so that there are objective assessments, and at the same time, proactively grasp the times. To overcome difficulties and challenges in the tourism industry's sustainable development strategy in order to achieve practical goals and results.

### Keywords

Lam Binh tourism, tourism development, inter-regional integration, impact of inter-regional integration.

# THE OUTSTANDING ROLE OF DEVELOPING HOMESTAY AND CUISINE TO INCREASE THE INCOME FOR LOCAL PEOPLE IN LAM BINH - TUYEN QUANG

Pham Do Trang Minh, Nguyen Thi Ngan

*Tien Giang University*

## Abstract

Lam Binh is a mountainous district located in the northern of Tuyen Quang province. Specially, Na Hang Natural Reservation has just been widely admitted as the Natural Attraction. Thus, this is the best chance for Lam Binh to develop tourism industry and open the door to job opportunities for locals. Products and services needed by travelers' act as a source of income for the local economy. Another upside comes from the uniqueness of homestay. Homestay becomes popular to the tourists who desire to know and interact with local people, and natural resources (LTSN Hospitality, Sport and Tourism, 2003).

In addition, one of the main implicit factors that tourists consider in choosing the destination is food. Local food holds much potential to enhance sustainability in tourism; contribute to the authenticity of the destination; strengthen the local economy; and provide for the environmentally friendly infrastructure. In this article, authors try to find out whether food presents an effective instrument for enhancing rural tourism development in Lam Binh in which has many ethnic minorities with many kinds of diversified cuisine. Therefore, it is an ideal idea for accommodation and food production in the tourism industry and an outstanding economic activity in tourism sector.

## Keywords

Homestay, food, ethnic minorities, rural tourism, tourism in Lam Binh district.

## 1. INTRODUCTION

In most developing countries, tourism is a prominent part of everyone's life and it plays an essential role in the growth of a country. Making tourism development for local people and managing all by the government will be a very big step towards the rapid growth of a society. The local people were looking for ways to earn an extra shilling by hosting tourists in their homes. As an extended form of local people involvement in tourism, the homestay concept helps promote households to earn an income from tourism directly. As we know for certain is that the homestay was admitted not only as a way of enhancing community participation in tourism but also as a platform of enabling the local people to derive direct profits from the tourism industry. Homestay can therefore provide an assured income stream for local families and aims to promote further conservation activities, as part of a development tourism strategy and a holistic conservation of the natural resources of Lam Binh district. In these days, tourists' feedback has played a significant to improve the quality of homestay accommodation. According to Hinch and Butler (1996) indicated that economic considerations have been the primary motivating force for the local people to become involved in tourism development. Therefore, home stay is an interested economic activity in tourism sector and this is the best chance for local community to get involve in improving their income. The money making activities of tourism has the potential

to the local economy that policies and guidelines are established in ensuring the sustainable development (Yassin et al., 2010). It can be denial that many hotel developers have cut down trees by the local people to build them, removed sand from the beach for construction and generated large amounts of solid waste and waste water. For this reason, homestay brings some outstanding benefits for the environment effectively because the local people has planted the trees, protected the land and generated less waste. Although Lam Binh homestay has been newly formed and developed in the past few years, it brought many stimulating things for visitors. There have been 15 homestay business households serving 500 guests /night, and presented in raising the standards of the facilities like beds, rest rooms, room services. Ideally, tourists can rest, enjoy the fresh air of the village, and eat ethnic dishes, and take part in many productive labor activities with the local people. Thus, once investing in tourism, the family hosts pay attention to use environmental materials such as wood, bamboo, etc. Tourists are interested in their choosing accommodation because they have experienced the mountainous life, and very impressive with the cultural exchanges of Tay ethnic race.

According to the statistics of Ministry of Culture, Sports and Tourism VietNam National Administration of Tourism (2018), tourists' need a range of services while they are on holiday such as: transportation to get around, accommodation for overnight stays, food & drink for breakfast, lunch, dinner and snacks, and things to see and do for relaxation, recreation and entertainment. With the current factors tourists' need of were mentioned above, the combination of homestay and gastronomy has played an outstanding role to develop tourism at Lam Binh district. The combination of homestay and cuisine has become important attraction for international visitors to visit a destination. It is no doubt that cuisine is considered a factor that makes the destination value and also a factor of interest in deciding the destination of tourists, because cuisine is an essential source of practical experience for visitors, and marketing the destination image. Moreover, culinary images in each locality and region affect consumers' minds. Specifically activate the human senses (sight, taste, smell, hearing and touch) and can stay in the minds of visitors for a long time. Seen from the origin of culture and cuisine representing the origin and character of a community. Visitors can experience the beliefs, standards, culture and customs of a community when consuming food at that place.

In addition, in tourism industry, food service establishment is a major importance in generating jobs and income for many countries including Vietnam. Tourism stimulates the local economy through creating business opportunities and sales of locally-produced products brought by the tourists demand for food, which benefits the local community from revenue generated from food sales. Furthermore, many studies argue that linking local food and tourism destination could benefits for both host and visitors (Mohd Nazri Abdul Raji et al., 2018).

## **2. SOCIO-ECONOMIC BENEFITS OF THE COMBINATION OF HOMESTAY ACCOMMODATION AND GASTRONOMY TO HOST FAMILIES**

As we know certainly that homestay tourist accommodation has numerous benefits to host families and the community. The attention the homestay concept has received from stakeholders and its prioritization in Lam Binh's economic is a clear indication of the opportunities; it presents in raising the standards of the living of the local people through employment creation, both directly and indirectly. Take the study of Bhuiyan, Siwar, Ismail, and Islam (2011) as an example, he pointed out that homestay provides job opportunities for local communities, thus improving their quality of life and ensure economic, social, and cultural benefits for local communities as well as sustainable development. This article, therefore, reinforce these previous

findings on the contribution of homestay accommodation to the socio-economic well-being of the rural populace. It is clearly that homestay accommodation provides opportunities for local people living around the homestay such as cleaning services, production of finer home goods, or small local food supplies that may not be readily available in the hosts' home. Moreover, according to Moscardo (2008) ideated that because the homestay offers job opportunities in rural areas, it decreases the number of people that leave small communities to search for jobs in bigger cities, which not only keeps local intellectual capital in communities, but also helps to prevent overcrowding in major urban hubs. Furthermore, due to the multiplier effect of tourism, the homestay has played an important role to provide an opportunity for tourists to spend money within local communities which raises regional incomes sometimes by even more than the value of their spending (Lynch, 2003). For this reason, homestay tourist accommodation increases business opportunities in the community, creates employment, encourages them to preserve traditional culture. For example, tourists may need to buy food and other supplies to supplement the visitors stay, therefore, the homestay hosts have supplied the stuffs of visitors. It is clearly that there is the best chance to attract tourists to stay at their homes, family hosts are trying to appeal tourists who wish to experience other people's cultures and lifestyles (Kayat, 2009), the local people would endeavor to preserve their culture and continue with their daily activities as usual so that they can continually attract tourists which would translate to more income. Thus, the homestay hosts enable the local people to earn an income from tourism directly, thereby benefiting directly from the tourism industry. According to Mr. Nguyen Van Hien, The Vice Chairman of Lam Binh District People's Committee said, currently, Lam Binh district has been focusing to support investment in the development of essential infrastructure systems into tourist sites with the potential for cultural development, eco-tourism and homestay accommodation. Specially, Na Hang Natural Reservation has just been widely admitted as the Natural Attraction. Thus, this is the best chance for Lam Binh to develop tourism industry and open the door to job opportunities for locals. In recent years, Lam Binh people has planned to build homestay accommodation for tourist stay in the direction of homestay community tourism. For example, the outstanding homestay host at Na Tong village, Thuong Lam commune is Mrs. Trieu Thi Xuong's family. In the past, her family had never thought of making business tourism, however, since Na Hang Natural Reservation has just been widely admitted as the Natural Attraction, many tourists have come to Lam Binh increasingly. In order to increase her household income, he started to become family host fast. As well as the extra income her homestay business brings in, her family members enjoy practising many English skills with his guests and learning about their cultures. Besides, both her family members and homestay tourists can practice their language skills, creating a more enriching experience and potentially leading to future learning or employment opportunities. In addition, the homestay tourists have the chance to discover her hosts' culture, which is usually an eye opening and transformational experience. It is no doubt that through the homestay accommodation plan, she plans to raise money to give his children a better future, to promote homestay tourism on her home, and eventually to expand her ecotourism business. Currently, her family has invested in buying 4 boats which carried some tourists to visit the beautiful scenery on the lake and built a floating house on the lake to serve tourists who have the needs of eating and staying at Lam Binh district. Clearly, in recent years, her family has continually attracted tourists which would translate to more income with making homestay activities as usual, and the homestay income may be used to pay for school fees, clothes and other necessities. Further, since homestays are deemed to attract tourists who wish to experience other people's cultures and lifestyles (Kayat, 2009), the local people would endeavor to preserve their culture and continue with their daily activities. In addition, homestay tourist

accommodation was a significant means of boosting the socio-economic well-being of rural people.

According to Nwokorie and Edwin Chigozie (2018), today's tourist is better informed, more cultured, well traveled and looking for new experiences and adventures. Food is a key part of all cultures, a major element of global intangible heritage and an increasingly important attraction for tourists. The linkages between food and tourism also provide a platform for local economic development, which can be strengthened by the use of food experiences for branding and marketing destinations. In addition, gastronomy has become one among factors attracting tourists. This paper is aimed to find out the uniqueness of ethnic group's food in order to help efficiently launch marketing activities for tourism in Lam Binh. However, the fact that the use of culinary elements to attract international tourists today still has many issues that need to be studied in detail and improved to better suit the necessity of tourists. For other types of tourism, eating and drinking also play an important role in influencing how visitors feel about the whole trip, but it not seen as a factor for travelers to decide to make the trip. However, the type of culinary tourism, food is a decisive factor in the selection of tourism schedules, destinations. The more unique and abundant the culinary culture is, the more tourists will be attracted. The richness of cuisine may also focus of many culinary villages, such as corn wine in Na Hang, sour meat in Chiem Hoa, etc. Along with the trend of diversified development in tourism demand, food is not only a factor to support and serve the needs of tourists about simple eating but has become the purpose of the trip. In fact, many travel businesses in the world have designed tourism programs that combine cuisine with the main purpose observing tourists who want to enjoy the unique traditional flavors at the tourist sites. Food tourism includes all unique and memorable food experiences, not just four star or critically acclaimed restaurants. Price is not necessarily indicative of quality. According to a research by Tourism Queensland (TQ) in 2003, true food tourists are perfectly happy at a roadside café in the middle of nowhere, as long as there is something memorable about their visit (TQ, 2003). Results of the research revealed that regional food got 36% of the responses. Variety in the cuisine got 73%, tradition 9% and the reputation of the food service destination got 18% of the responses.

### 3. SUGGESTIONS

When tourists arrival increasing in a tourism area, then both the local government and the county government encouraged the local people to operate homestays and combine with cuisine which could accelerate economic growth. By this time, the local people regarded home stay operation as an occupation and provided rooms and facilities to tourists. It is clearly that Tuyen Quang is made up of mountainous areas, which means that most of the touristic activities and features that this region can offer are based on the homestay tourism models within Lam Binh district. With the current situation of tourism resources were mentioned above, Lam Binh has the great potential in tourism development, especially in homestay accommodation models. There are a lot of prominent tourism activities implemented at Lam Binh based on exploiting the natural and cultural tourism resources. As we know for certainly that tourists who visit a homestay are interested in experiencing village life - culture and traditions of local people, and enjoying the surrounding natural environment that almost all tourists visiting homestays have in common. For this reason, in order to be able to successfully combine homestay accommodation and gastronomy, it is important to understand the nature of this combination that Lam Binh district has in (special food and services), visitors, and understand the potential positive and negative impacts of Lam Binh. In general, there are many key requirements for operating

homestays and gastronomy in Vietnam that can be improved and applied at Lam Binh district including:

Homestays should provide certain standards in the provision of facilities and services to ensure tourists obtain a satisfactory homestay experience, therefore, homestay operators must follow to the Vietnam government's national standards (TCVN). Obviously, hygienic and cleanliness homestay accommodation are always concerned by tourists. Visitors have a basic expectation of hygienic and cleanliness. Within the homestay hygiene refers to cleanness of the house and garden as well as the cleanliness of the homestay family or service staff. In addition, most homestay visitors are also interested in seeing the surrounding natural environment and want to know homestay operators are doing their bit to look after it. Another crucial factor plays an important role to operate homestay accommodation in Lam Binh is the safety of tourists. When tourists travel, safety and security of their own health and personal property are a primary concern. Homestay operators need to be aware of ways to prevent incidents from occurring and be able to respond to situations in the event that they do occur and cannot be prevented. In these days, customer services are a primary concern to maintain the stable business of homestay hosts. Customer services are actions or activities provided to meet customer expectations and produce customer satisfaction. Homestay customer service activities can be grouped into four key areas: preparing for guests, welcoming guests, interacting with guests, and fare welling guests. A key to the success of any business is being able to make customers' satisfaction. Thus, accommodation and meals are the core products of any homestay business other opportunities exist to increase income, for example through the sale of snacks, beverages and souvenirs or the provision of local tours. Providing free of charge activities such as handmade food or farming demonstrations can also be a great way to create an educational and cultural experiences for your guests, increasing their overall satisfaction.

It is understandable to explain why food is so important to the tourism industry. Food and beverages are key elements of anybody's vacation. Most day trips begin and end with a local food treat of food and/or drink. Visitors may have become a lot choosier on what they spend their money on, but they are also highly experimental and open to new ideas and tastes. A location can now become a tourist hotspot purely because of its local food and drink. The mountainous province of Tuyen Quang is home to 22 ethnic groups, each of which has their own cultural characteristics, as can be seen in their languages, costumes and traditional foods. Most of the foods are made using the special ingredients of the mountains and forests where they are living. Coming to Tuyen Quang, visitors not only enjoy the nature, the accommodation services, etc, but also have the opportunity to enjoy the specialties of ethnic minority people. The famous dishes here are often accompanied by the brand name of the region, ethnicity, such as lam rice in mineral spring (rice is grilled in bamboo stems), Gai cake (a dessert is made from rice, green bean and ramie leaves), sticky rice with five colors, dried buffalo meat, sour meat and river fish of ethnic group in Chiem Hoa, corn wine in Na Hang, orange in Ham Yen, etc. This easily engraved on the minds of tourists, contributing to create more motivation for them to decide to visit and return Tuyen Quang. Moreover, for culinary of ethnic group in Tuyen Quang is widely introduced to bring back high economic value, requiring local authorities and cultural management to have specific directions and plans. For example, guiding and encouraging restaurants, motels, hotels, resorts, households, etc, to bring culinary culture into the service model; ready-to-sell dishes, products and ingredients for typical dishes of ethnic minority people for tourists to choose as souvenirs, gifts, etc. At the same time, people should introduce and promote unique uses, separate of each dish, produce for diners. In the other hand, every family,

business establishment needs to have advertisements, leaflets, etc, with pictures of products and distribution to visitors. This is considered an effective and inexpensive way of advertising. Through tourism activities, the typical culinary culture of ethnic minorities is widely known by domestic and foreign tourists. Tourism business establishments need to reserve an important position to collect and display their food culture. Combining the fixed display with the organization of exhibitions, outdoor activities, scene reproduction, food processing, etc. Combining product artifacts and artifact processing tools with pictures photos, movies, scenes of practical activities to increase the authenticity, science and vividness of the display art, to attract visitors, stimulate demand and use products. In Tuyen Quang province, every year there are many different festivals such as Tay festival (a festival of ethnic group), Mid-Autumn festival, Ha temple festival (a temple festival in Lam Binh), etc. It can be said that the festival is an opportunity for promotion, business and introduce regional gastronomic culture to diners, create jobs to bring income for a part of local people to contribute to promoting the economic development of families, economic regions and the economy of the province. In order to promote ethnic group's cuisine effectively, it is necessary to build specific and direct programs and activities for diners such as displaying specialties, organizing local food competitions. There are food business booths with attractive promotions, etc.

In order to further promote the role of cuisine on the development of the economic life of the local community in Tuyen Quang, it is necessary to have specific, synchronous and strict planning solutions in the management and organization function, introduction, etc, creating brand for each dish. Local government should promote the organization and participation in events to improve local cuisine inside and outside the province through food processing competitions; developing criteria for orientation and selection of food brands; improve the quantity and quality of tours and cooking classes for tourists; professionalize culinary human resources, carry out planning of local street food areas to serve tourists, etc. Ethnic minorities' culinary culture is simple but extremely unique. Through the historical process, the culinary culture of this ethnic group has many changes. However, the typical cultural values are still preserved by the local people in the modern cultural interference. In addition, to introducing and promoting local food, attention is also given to food safety. In order to make safe food to visitors, it is necessary to have source of fresh and safe ingredients for food processing which are collected from surrounding farms. In addition, a farm that provides clean fresh ingredients for food processing at hotels, restaurants, can become a destination for tourists. Therefore, Lam Binh can develop rural tourism to provide the increasing demand of tourists. The combination of food tourism and agri-tourism can contribute for development of tourism industry. Agri-tourism is any tourism based on agriculture or making visitors visit a cattle ranch. Agri-tourism consists of a series of activities including buying farm produce directly from a farm, navigating a supply of corn, picking fruit, feeding animals, or staying at a one-farm. Agri-tourism differs from gastronomic tourism in that agri-tourism aims to satisfy the need to learn about agricultural activities, to understand how human food is created. Food tourism also aims to satisfy the need to learn about the culinary arts of the destination. Culinary tourism and rural tourism are closely intertwined as seeds of dishes that can be found in agriculture. In this type of travelling, visitors can choose a ethnic family as a place of residence, they can join in activities like the local people. This is a combination of cuisine and homestay. Through this form, visitors can enjoy traditional dishes produced by local people. It is possible for visitors to experience farming or self-processing and enjoy them in the way of indigenous people. The experience left a deep impression on visitors, the culinary culture of the destination is more unique and different from

other regions. The richness of culinary culture will give visitors many opportunities to explore and learn, while the uniqueness created by the characteristics of a cuisine, it makes a difference from other culinary culture. The uniqueness can be expressed in the way of cooking, the specific flavor, the benefits of the dish or the architecture of restaurants, etc. For the type of culinary tourism, the development of facilities in food business, food production and food processing is a very necessary condition. Thus, visitors not only enjoy the food, drinks but also enjoy the scenery, the layout of restaurants. The restaurants with traditional local and ethnic styles are even more attractive to visitors.

#### 4. CONCLUSION

For tourism development including food and homestay accommodation to actually impact on the economy of the host community, a linkage has to exist between tourist attraction managers and stakeholders (food entrepreneurs) in the food industry especially at the local level in order to create a synergy in providing adequate food requirements of food tourists and accommodation, in terms of quality and quantity, and to ultimately enhance their travel experience. If destinations encourage visitors to spend longer periods within the environment, the local economy will benefit from the multiplier effect as a result of businesses generated by the network of entrepreneurial activities of local stakeholders.

#### REFERENCES

1. Bhuiyan, A. H., Siwar, C., Ismail, S. M., & Islam, R. (2011). The role of home stay for ecotourism development in east coast economic region. *American Journal of Applied Sciences*, 8(6), 540-546.
2. Fei Long, Jiaming Liu, Shuying Zhang, Hu Yu and Hou Jiang (2018). Development Characteristic and Evolution Mechanism of Homestay Agglomeration in Morgan Mountain, China. *Sustainability, mdpi.com*.
3. Gu, M. and P.P. Wong, 2010. Development of Coastal Tourism and Homestays on Dachangshan Dao, Liaoning Province, *North East China*.
4. Hinch, T., & Butler, R. (1996). Indigenous tourism: A common ground for discussion. In R. Butler and T. Hinch (Eds.), *Tourism and indigenous peoples (pp. 3-21)*. London: *International Thomson Business Press*.
5. Kayat, K. (2009). Customer orientation among rural home stay operators in Malaysia. *ASEAN Journal on Hospitality Tourism*, 6(2), 65-78.
6. Lynch, P. A. (2003). Homestay accommodation sector. *LTSN Hospitality, Leisure, Sport and Tourism*, 1-6.
7. Mai Le Ngoc Huynh (2005). Khai thác văn hóa ẩm thực phục vụ phát triển du lịch tại quận Hoàn Kiếm, Hà nội. *Hanoi National University*.
8. Mohd Nazri Abdul Raji, Shahrim Ab. Karim, Mohd Mursyid Arshad, Farah Adibah Che Ishak (2018). Community Development through Food Tourism: Exploring the Utilization of Local Food as Community Development at Rural Destination in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business & Social Sciences*, Pg. 937 – 951.
9. Moscardo, G. (2008). Building community capacity for tourism development. New York, NY: *CABI Publishing*.



10. Nwokorie, Edwin Chigozie (2015). Food development and National Branding in Nigeria. *Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 5.
11. Yassin, S.M., H.A.M. Shaffril, M.S. Hassan, M.S. Othman and A.A. Samah et al., 2010. Prospects of waterway development as a catalyst to improve regional and community socio-economy level, *Am. J. Econ. Bus. Admin.*, 2: 240-246. DOI: 10.3844/ajebasp.2010.240.246
12. Tourism Service Act. Act No. 61 of 2003. <https://www.legislation.qld.gov.au> › view › pdf › asmade
13. <http://daibieunhandan.vn/default.aspx?tabid=78&NewsId=238618>
14. <https://text.123doc.org/document/160727-thuc-trang-va-giai-phap-phat-trien-du-lich-am-thuc-o-viet-nam.htm>
15. <http://en.baotuyenquang.com.vn/print/food-a-tourism-ambassador-of-tuyen-quang-119.html>

## **VAI TRÒ NỔI BẬT CỦA VIỆC PHÁT TRIỂN LOẠI HÌNH HOMESTAY VÀ ẨM THỰC ĐỂ TĂNG THU NHẬP CHO NHÂN DÂN ĐỊA PHƯƠNG Ở LÂM BÌNH - TUYÊN QUANG**

**Phạm Đỗ Trang Minh, Nguyễn Thị Ngân**  
*Trường Đại học Tiền Giang*

### **Tóm tắt**

Lâm Bình là một huyện miền núi nằm ở phía bắc của tỉnh Tuyên Quang. Đặc biệt, khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang vừa được công nhận là danh lam thắng cảnh quốc gia. Theo đó, đây là cơ hội rất tốt để Lâm Bình phát triển công nghiệp du lịch và mở ra nhiều cơ hội việc làm cho người dân địa phương. Các sản phẩm và dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu của du khách đóng vai trò là nguồn thu nhập cho kinh tế địa phương. Loại hình lưu trú homestay đã trở nên phổ biến đối với khách du lịch những người muốn khám phá và tương tác với người dân địa phương và tài nguyên thiên nhiên.

Bên cạnh đó, một trong những yếu tố mà khách du lịch cân nhắc khi chọn điểm đến là ẩm thực. Ẩm thực địa phương có nhiều tiềm năng để tăng cường tính bền vững trong du lịch. Đóng góp vào tính xác thực của điểm đến, tăng cường kinh tế địa phương và thân thiện với môi trường. Trong bài viết này, tác giả tìm hiểu ẩm thực có phải là công cụ hữu hiệu để tăng cường phát triển du lịch nông thôn ở Lâm Bình, nơi có nhiều dân tộc thiểu số với nhiều loại ẩm thực đa dạng. Do đó, đây là một ý tưởng sáng tạo cho phát triển lưu trú và ẩm thực trong ngành Du lịch và là một hoạt động kinh tế nổi bật trong lĩnh vực du lịch.

### **Từ khóa**

Homestay, ẩm thực, dân tộc thiểu số, du lịch nông thôn, du lịch ở huyện Lâm Bình.

# VAI TRÒ CỦA CỘNG ĐỒNG ĐỊA PHƯƠNG TRONG HOẠT ĐỘNG DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở HUYỆN LÂM BÌNH, TUYÊN QUANG - TỪ LÝ LUẬN, KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN VÀ NHỮNG ĐỀ XUẤT NGHIÊN CỨU

Bùi Thị Hoa

Trường Đại học Hùng Vương

## Tóm tắt

Phát triển du lịch cộng đồng thực chất là phát triển loại hình du lịch bền vững, có trách nhiệm với tài nguyên môi trường và sự phát triển của cộng đồng. Với những điều kiện sẵn có (tài nguyên du lịch, nhu cầu của khách du lịch, khả năng tiếp cận điểm đến...), phát triển du lịch cộng đồng ở huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang là một hướng đi phù hợp. Mức độ tham gia của cộng đồng địa phương là một trong những yếu tố cốt lõi, quan trọng nhất, ảnh hưởng lớn đến tính hấp dẫn và sự thành công của một điểm đến du lịch cộng đồng. Vì vậy, việc nghiên cứu, đề xuất mô hình đánh giá mức độ tham gia của cộng đồng địa phương vào hoạt động du lịch là cần thiết để địa phương có những giải pháp, phương hướng phát triển du lịch hiệu quả hơn, bền vững hơn.

## Từ khóa

Du lịch cộng đồng, cộng đồng địa phương, mức độ tham gia, thang đo.

## 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN

*Cộng đồng* (community) là một thuật ngữ được Liên hiệp quốc công nhận vào năm 1950 và khuyến khích các quốc gia sử dụng khái niệm này như một công cụ để thực hiện trong các chương trình viện trợ. Có nhiều cách hiểu khác nhau về thuật ngữ này. Chúng ta có thể tham khảo một số khái niệm của Keith và Arycho [1]; Từ điển Bách khoa Việt Nam [2]; Bùi Thị Hải Yến [5]... Tóm lược, có thể hiểu Cộng đồng là một nhóm người có những đặc điểm tương đồng về kinh tế, văn hóa, xã hội... cùng tồn tại trong một không gian địa lý nhất định.

*Du lịch cộng đồng (DLCD)* là một thuật ngữ được nhắc đến nhiều trên thế giới trong nhiều thập kỷ gần đây. Du lịch cộng đồng phát triển ở Việt Nam vào cuối những năm 1980 và ngày càng được coi trọng từ sau những năm 1990. Khái niệm về DLCD trong phạm vi bài viết này dựa vào đặc điểm của cộng đồng địa phương (CĐDP) với tư cách là thành phần cốt lõi, là trung tâm của mọi hoạt động phát triển du lịch địa phương. Do vậy, tổng hợp từ nhiều lý luận của các tổ chức, nhà nghiên cứu, lấy nhận định từ *Tài liệu hướng dẫn phát triển du lịch cộng đồng*: “Du lịch cộng đồng là một loại hình du lịch do chính cộng đồng người dân phối hợp tổ chức, quản lý và làm chủ để đem lại lợi ích kinh tế và bảo vệ được môi trường chung thông qua việc giới thiệu với du khách các nét đặc trưng của địa phương (phong cảnh, văn hóa) [3].

Tựu chung lại, khái niệm DLCD chứa đựng các nội dung chủ yếu:

- CĐDP là người kiểm soát các giá trị về mặt tài nguyên du lịch (TNDL) để hỗ trợ du khách có cơ hội tìm hiểu và nâng cao nhận thức của mình khi có cơ hội tiếp cận hệ thống TNDL tại không gian sống của cộng đồng địa phương.

- CDDP sẽ nhận được lợi ích về mặt kinh tế, mở rộng tầm hiểu biết về đặc điểm tính cách của du khách cũng như có cơ hội nắm bắt các thông tin bên ngoài từ du khách.
- Du khách là tác nhân bên ngoài, là tiền đề mang lại lợi ích kinh tế và sẽ có những tác động nhất định kèm theo việc thụ hưởng các giá trị về môi trường sinh thái tự nhiên và nhân văn khi đến với một CDDP cụ thể.
- CDDP ngày càng được tăng cường về khả năng tổ chức, vận hành và thực hiện các hoạt động, xây dựng các sản phẩm du lịch (SPDL) phục vụ cho du khách. Từ đó, cộng đồng ngày càng phát huy vai trò làm chủ của mình.

#### *Nguyên tắc phát triển du lịch cộng đồng*

Để đảm bảo sự tồn tại và phát triển bền vững, đòi hỏi mỗi loại hình du lịch phải tuân thủ theo những nguyên tắc đã đặt ra. Theo đó, một số nguyên tắc cơ bản để phát triển DLCĐ bao gồm [4]: Bình đẳng xã hội; Tôn trọng văn hóa địa phương và các di sản thiên nhiên; Chia sẻ lợi ích; Sở hữu và tham gia của địa phương.

Đây được xem là bốn nguyên tắc chính đảm bảo sự tồn tại, phát triển của DLCĐ. Thực tế, hầu hết các điểm DLCĐ vẫn chưa đảm bảo đầy đủ bốn nguyên tắc này. Mô hình DLCĐ thu hút sự tham gia của nhiều thành phần, trong đó CDDP là nhân tố chủ đạo, thế nhưng việc chưa phát huy được một cách tích cực, chủ động sự tham gia của CDDP cũng như phân chia quyền lợi hài hòa giữa các bên liên quan luôn là vấn đề gây ra nhiều tranh cãi và nhiều mô hình DLCĐ đã thất bại xuất phát từ nguyên nhân này.

#### *Đặc trưng của du lịch cộng đồng*

Mỗi loại hình du lịch mang những đặc trưng riêng của loại hình du lịch đó. DLCĐ có các đặc trưng phân biệt với các loại hình du lịch khác như:

- Đặc trưng nổi bật và quan trọng của DLCĐ đó là loại hình du lịch mà CDDP là chủ thể trực tiếp tham gia vào các hoạt động từ bảo tồn, quản lý đến khai thác các giá trị du lịch từ nguồn TNDL và môi trường du lịch, giữ vai trò chính trong các hoạt động kinh doanh du lịch như kinh doanh lưu trú, ăn uống, vận chuyển khách du lịch, vui chơi, giải trí, hướng dẫn, tư vấn các hoạt động kinh tế - xã hội liên quan đến du lịch địa phương.
- Phát triển DLCĐ tức là công nhận quyền chủ sở hữu hợp pháp trong việc bảo tồn, khai thác hợp pháp và bền vững các loại tài nguyên và môi trường vì sự phát triển của cộng đồng. Phát triển DLCĐ là thực hiện các mục tiêu phát triển du lịch gắn liền với việc thực hiện các mục tiêu phát triển cộng đồng, vì sự phát triển của cộng đồng.
- CDDP phải là người dân sinh sống, làm ăn trong hoặc liền kề các điểm TNDL, đồng thời cộng đồng phải có quyền lợi và trách nhiệm tham gia khai thác cũng như bảo tồn tài nguyên, các nguồn lực phát triển du lịch bền vững.
- Phát triển DLCĐ phải đảm bảo sự công bằng trong việc phân chia nguồn lợi từ hoạt động du lịch. Phần lớn nguồn lợi thu được từ hoạt động du lịch được giữ lại cho cộng đồng. Hoạt động này phải tính đến các hiệu quả về kinh tế - xã hội, môi trường và chịu sự điều tiết của các quy luật kinh tế - xã hội, đặc biệt là Luật Cung - Cầu...

Như vậy, yếu tố sự tham gia của CDDP từ khái niệm, các nguyên tắc, điều kiện phát triển, các đặc trưng luôn là yếu tố cốt lõi, quan trọng nhất, đảm bảo sự thành công, hấp dẫn của một điểm đến du lịch cộng đồng, ở Lâm Bình nói riêng và ở nhiều địa phương khác trên nói chung. Chủ thể của các hoạt động bảo tồn, tôn tạo tài nguyên môi trường và khai thác chính cho phát triển du lịch là CDDP. Nguồn lợi thu được từ hoạt động du lịch cũng như mục đích của các hoạt

động trên nhằm phát triển cộng đồng. Các loại hình DLCĐ do đó còn được gọi là các loại hình du lịch *vì dân* và *do dân*. Việc tổ chức, đầu tư, triển khai, phát triển các loại hình DLCĐ đòi hỏi nhiều thời gian, công sức, tiền của, cơ chế, chính sách, cơ sở vật chất kỹ thuật, thường xuyên tiến hành khảo sát, đánh giá... nhằm phát huy cao nhất, hiệu quả nhất vai trò của CĐĐP [5].

## 2. CÁC MÔ HÌNH PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TIÊU BIỂU Ở VIỆT NAM

DLCĐ hiện có mặt ở hầu hết các vùng miền nước ta. Kết quả từ hoạt động DLCĐ cũng như vai trò và mức độ tham gia của CĐĐP vào hoạt động du lịch sẽ là những bài học quý để huyện Lâm Bình học hỏi, rút kinh nghiệm.

### 2.1. Mô hình phát triển du lịch cộng đồng tại Sapa (Lào Cai)

Từ năm 2001, được sự tư vấn, hỗ trợ của tổ chức Hà Lan (SNV), mô hình DLCĐ tại các thôn, bản Sapa đã được khởi xướng, các Ban quản lý DLCĐ tại các xã Thanh Phú, Bản Hồ, Tả Van, Tả Phìn đã được thành lập để mở rộng không gian du lịch. Dự án đã huy động được các nguồn lực trong nước và quốc tế hỗ trợ CĐĐP về vấn đề môi trường, xây dựng hệ thống giao thông, các tuyến đường tham quan du lịch, đồng thời tổ chức tập huấn, nâng cao kỹ năng làm du lịch cho người dân [5].

Từ đó, với việc nắm bắt nhu cầu của du khách và phát huy tiềm năng, thế mạnh có được, Sapa tập trung đầu tư phát triển loại hình DLCĐ, hướng về bản làng và người dân, cộng đồng dân cư, trong đó, dịch vụ chính được khai thác là dịch vụ lưu trú homestay với phương châm “*ba cùng*”: *cùng ăn, cùng ở và cùng lao động* với người dân, điều này vừa giảm quá tải cho khu vực đô thị chật hẹp, vừa xóa nghèo, tạo thế phát triển du lịch bền vững, gắn với bảo vệ bản sắc văn hóa và môi trường sinh thái địa phương. Tính đến năm 2017, toàn huyện Sapa có trên 160 cơ sở homestay, tập trung ở các xã Tả Van, Lao Chải, Bản Hồ, Tả Phìn... đem lại nguồn thu hàng chục tỷ đồng mỗi năm. Phát triển du lịch “*ba cùng*” là hướng đi đúng của Sa Pa. Cư dân địa phương tham gia chủ động, tích cực và thực sự là chủ thể của loại hình du lịch cộng đồng, giúp người dân xóa đói, giảm nghèo.

Hiện nay, làng Cát Cát tỉ lệ người dân tham gia làm du lịch chiếm hơn 30% dân số; ở Lý Lao Chải là hơn 20%... [10]. Theo điều tra của Tổ chức Bảo tồn thiên nhiên thế giới (IUCN), một trong hai đơn vị tài trợ ban đầu cho dự án hỗ trợ DL bền vững tại Sa Pa thì hơn 70% số du khách quốc tế đến Sa Pa có nhu cầu đi du lịch đến các bản, làng của đồng bào dân tộc thiểu số. Sapa được xem là địa chỉ tiên phong về khai thác loại hình DLCĐ ở nước ta.

### 2.2. Mô hình phát triển du lịch cộng đồng tại Làng rau Trà Quế (Hội An)

DLCĐ ở Hội An đã tạo dựng được thương hiệu riêng. Trong đó, làng rau Trà Quế đã và đang là mô hình DLCĐ thành công tại Hội An trong những năm qua. Du khách có thể đến Trà Quế bằng xe đạp, bằng thuyền... Đến với Làng rau Trà Quế, du khách sẽ được trở thành những người nông dân trồng rau thực thụ trong bộ áo quần nông dân, cuốc đất, trồng, tưới nước và chăm bón rau. Du khách được thưởng thức các món ăn chế biến từ các loại rau xanh đặc hữu Trà Quế và các món ngon của Quảng Nam như: bánh đập, bánh vạc, hến trộn, tôm hũ, mì Quảng, cao lầu Hội An... Tại đây, cũng có nhiều hộ gia đình kinh doanh dịch vụ homestay cho du khách cùng tham gia vào công việc trồng rau sạch, trải nghiệm cuộc sống của người trồng rau. Tour du lịch “*Một ngày làm nông dân Trà Quế*” trở thành “đặc sản” du lịch Hội An.

Thành phố phối hợp với UBND xã Cẩm Hà để tổ chức nhiều buổi tập huấn, giáo dục người dân cách làm du lịch, cử những hộ gia đình tiêu biểu học tập, nghiên cứu và tiếp cận với các mô

hình DLCĐ thành công ở các vùng miền... Và hơn 10 năm qua, lượng du khách đến tham quan làng rau Trà Quế ngày một tăng thể hiện sự hấp dẫn vốn có của làng nghề này đối với khách thập phương, đặc biệt là khách nước ngoài. Tổ du lịch cũng được thành lập nhằm quản lý tốt các vấn đề về sản xuất rau cũng như làm du lịch. Việc phục vụ khách tham quan theo một quy trình cụ thể từ tiếp đón khách cho đến khi khách hoàn thành chuyến tham quan. Ở đây, bất cứ người dân nào cũng có thể được coi là hướng dẫn viên du lịch của làng, chào đón khách bằng sự nhiệt tình và thân thiện. Đến nay, có thể khẳng định rằng Làng rau Trà Quế là một thương hiệu DLCĐ thành công. CĐDP tham gia làm du lịch trực tiếp được hưởng lợi ích và phát huy vai trò chủ động, tích cực trong phát triển loại hình DLCĐ tại địa phương.

### 2.3. Mô hình phát triển du lịch cộng đồng tại Cù lao Ông Hồ (An Giang)

Với vẻ đẹp đặc trưng của khu vực đồng bằng sông Cửu Long, Cù lao Ông Hồ thu hút rất đông khách du lịch, nhất là khách du lịch quốc tế. Bởi thế, bên cạnh các nghề chính như trồng cây ăn trái, chăn nuôi gia súc, gia cầm, đánh bắt thủy sản, làm mắm... người dân nơi đây còn kinh doanh các dịch vụ du lịch, trong đó, chủ yếu là cung cấp dịch vụ homestay (du khách ăn, ngủ và tham gia các công việc hàng ngày với người dân địa phương).

Năm 2013, Cù lao cũng nhận được sự giúp đỡ từ dự án EU-ESRT (Chương trình Phát triển Năng lực Du lịch có trách nhiệm với Môi trường và Xã hội do Liên hiệp Châu Âu tài trợ). Hai dự án này như một sự liên kết hỗ trợ cho bà con Cù lao làm DL. Cụ thể là hỗ trợ cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch để phát triển DLCĐ; mở các lớp tập huấn nâng cao nhận thức về du lịch; đào tạo kỹ năng làm du lịch cho bà con như kỹ năng giao tiếp, trang trí nhà cửa, nấu ăn, phục vụ buồng, quảng bá, kinh doanh lưu trú homestay, quản lý du lịch có trách nhiệm, quản lý chất lượng dịch vụ...

Để duy trì tính bền vững, tăng cường hiệu quả của dự án cũng như tạo những hỗ trợ tích cực cho người nông dân tham gia dự án giai đoạn tiếp theo, Hội Nông dân tỉnh An Giang đã thành lập *Trung tâm Du lịch nông dân* với nhiệm vụ kết nối khách du lịch với nông dân, quảng bá du lịch nông nghiệp, đại diện cho nông dân về mặt pháp lý, tạo điều kiện cho nông dân hợp tác với nhau, đào tạo và hướng dẫn nông dân làm du lịch, quản lý chất lượng, quản lý việc xây dựng các kế hoạch du lịch nông nghiệp và khách du lịch giữa các hội viên nông dân để tránh cạnh tranh không lành mạnh.

Đến nay, mô hình DLCĐ tại Cù lao Ông Hồ đã thu hút sự tham gia của đông đảo bà con bởi những lợi ích tích cực mà du lịch mang lại. Năng lực (sự tham gia) của CĐDP ngày càng được cải thiện, sự kết nối giữa bà con bền chặt hơn và vì thế, chất lượng dịch vụ du lịch nơi đây tăng lên đáng kể.

Từ mô hình DLCĐ tại Sapa, làng rau Trà Quế và Cù lao Ông Hồ, khẳng định rằng, khai thác hiệu quả loại hình DLCĐ là cả một quá trình. Việc nghiên cứu, đánh giá chính xác được vai trò, mức độ tham gia vào hoạt động du lịch của CĐDP đóng vai trò quan trọng, quyết định, cốt lõi, đảm bảo sự phát triển bền vững trên cơ sở phân chia lợi ích hài hòa, gìn giữ những giá trị tốt đẹp, hấp dẫn của địa phương đó.

## 3. MỘT SỐ ĐỀ XUẤT TRONG VIỆC ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ THAM GIA CỦA CĐDP VÀO HOẠT ĐỘNG DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở LÂM BÌNH

### 3.1. Cơ sở của việc tiến hành đánh giá mức độ tham gia của cộng đồng địa phương vào hoạt động du lịch cộng đồng ở Lâm Bình

Lâm Bình là một huyện có rất nhiều tiềm năng, lợi thế trong việc phát triển loại hình DLCĐ. Huyện có hệ sinh thái đa dạng, nhiều thắng cảnh đẹp và là nơi lưu giữ những giá trị văn

hóa đặc sắc của 14 dân tộc thiểu số anh em. Bên cạnh đó, diện tích nước hồ thủy điện Tuyên Quang rộng trên 8.000 ha, trong đó Lâm Bình có trên 4.000 ha đã trở thành một vùng hồ rộng lớn với nhiều cảnh quan thiên nhiên sơn thủy hữu tình. Lâm Bình còn có những di tích, thắng cảnh đẹp như: di tích chùa Phúc Lâm, đền Pú Bảo, danh thắng Thượng Lâm, thắng cảnh thác Nặm Me, thuộc khu vực Hát Nghiền, thắng cảnh động Song Long, hang Phia Vài, vùng lòng hồ thủy điện Tuyên Quang (hòn Cọc Vài), thác Khuổi Slung, động Song Long, xưởng Quân khí H52...

Hàng năm, vào tháng Giêng có Lễ hội Lồng tồng ở Thượng Lâm, Lãng Can với các hoạt động đặc sắc; Lễ Nhảy lửa huyền bí của người Pà Thên ở Hồng Quang, lễ giã cối của dân tộc Tày... Năm 2012, Lễ hội Lồng tồng của dân tộc Tày được công nhận là Di sản văn hóa phi vật thể cấp Quốc gia... đây là những di tích, danh lam thắng cảnh, lễ hội, phục tục đặc sắc, độc đáo, là tài nguyên du lịch quý giá, điểm nhấn trong hành trình đến thăm Lâm Bình.

Đến năm 2013, huyện Lâm Bình có 8 xã với 75 thôn, huyện có 6.990 hộ, với 31.468 nhân khẩu. Trong đó, nam 15.855 người; nữ 15.613 người. Dân số nông thôn: 31.468 người. Cư dân sinh sống trên địa bàn huyện gồm 14 dân tộc, trong đó: Tày là 19.354 người, Dao 8.438 người, Kinh 1.016 người, H'Mông 2.135 người, Pà Thên 419 người còn lại là các dân tộc khác [11]. Yếu tố đặc sắc, đa dạng văn hóa của 14 đồng bào dân tộc anh em cư trú trên địa bàn huyện là yếu tố vô cùng hấp dẫn để du khách trải nghiệm, tìm hiểu, khám phá.

Theo số liệu thống kê của Phòng Văn hóa và Thông tin huyện Lâm Bình, Tuyên Quang, năm 2017, thu hút khoảng 34.600 lượt khách du khách, trong đó có 115 người là khách quốc tế. Khách du lịch theo hình thức homestay là 3.620 khách (trong đó có 90 lượt khách quốc tế). Năm 2018 thu hút hơn 35.000 lượt khách, trong đó có trên 9.000 lượt khách du lịch theo hình thức homestay, trong số này có 200 khách là người nước ngoài. Chỉ thống kê tháng đầu năm 2019, Lâm Bình đã thu hút khoảng 23.000 lượt khách, tăng 1,32% so với cùng kỳ 2018.

Số lượng homestay ngày càng tăng, năm 2016 là 15 hộ; năm 2017 là 15 hộ, năm 2018 là 17 hộ; năm 2019 là 24 hộ. Các cơ sở homestay phân bố chủ yếu ở 04 xã Lãng Can, Khuôn Hà, Thượng Lâm và Phúc Yên.

Như vậy, những lợi thế về vị trí địa lý, tài nguyên du lịch, truyền thống văn hóa đặc sắc, đa dạng của các cộng đồng dân tộc anh em, hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch đã và đang được sử dụng là những yếu tố quan trọng để Lâm Bình phát triển loại hình DLCĐ.

Đồng thời, việc đánh giá mức độ tham gia của CDDP vào hoạt động DLCĐ tại Lâm Bình là cấp thiết, là định hướng cho những kế hoạch phát triển du lịch mang tính “dài hơi” hơn. Nếu đánh giá chính xác được mức độ tham gia của CDDP đến đâu, chính quyền và các cơ quan hữu quan sẽ có cách nhìn tổng thể nhất, tìm ra những hạn chế, đưa ra những điều chỉnh trong chính sách, chủ trương nhằm phát huy tích cực nhất vai trò chủ động, tương tác, chức năng chứ không chỉ ở mức độ thụ động, cung cấp thông tin hay đơn thuần là hưởng lợi ích vật chất đơn thuần của CDDP trong phát triển loại hình DLCĐ tại địa phương.

### **3.2. Đề xuất mô hình thang đo phù hợp trong đánh giá mức độ tham gia của cộng đồng địa phương**

#### *3.2.1. Đề xuất thang đo*

Tùy thuộc vào điều kiện, nhận thức mà CDDP tham gia hoạt động du lịch tại địa phương mình ở các mức độ khác nhau. Nghiên cứu về các mức độ tham gia của CDDP vào du lịch, tác giả *Pretty và Hine (1999)* chia ra thành 7 mức độ, theo đó cao nhất là tham gia chủ động, tiếp đến là tham gia tương tác, tham gia chức năng, tham gia khuyến khích vật chất, tham gia tư vấn, tham gia cung cấp thông tin và thấp nhất là tham gia thụ động. Ứng với mỗi mức độ có các hình thức biểu hiện như sau:

Bảng phân bố các mức độ tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch theo thang đo Pretty và Hine (1999)

Mức độ tham gia	Tính chất	Hình thức biểu hiện
1	Tham gia thụ động	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cộng đồng tham gia bị giới hạn cho biết những điều sẽ xảy ra với địa phương họ</li> <li>- Ý kiến của người dân không được đưa vào</li> <li>- Thông tin chỉ thuộc về các chuyên gia bên ngoài</li> </ul>
2	Tham gia cung cấp thông tin	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cộng đồng tham gia cung cấp thông tin bằng cách trả lời bảng hỏi và khảo sát... được thiết kế bởi tác nhân bên ngoài</li> <li>- Kết quả của nghiên cứu không được chia sẻ với mọi người</li> </ul>
3	Tham gia tư vấn	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Những người tham gia đại diện sẽ được đưa ra ý kiến cho cộng đồng địa phương</li> <li>- Quan điểm của cộng đồng được lắng nghe</li> </ul>
4	Tham gia khuyến khích vật chất	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cộng đồng tham gia với tư cách là các nguồn lực (ví dụ như nguồn lao động) để đổi lấy các khuyến khích vật chất (thực phẩm, tiền mặt)</li> <li>- Cộng đồng tham gia theo kiểu hình thức, họ không có cổ phần, cũng như không góp mặt trong các quá trình diễn ra dự án</li> </ul>
5	Tham gia chức năng	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cộng đồng tham gia bằng cách hình thành các nhóm để đáp ứng mục tiêu từng phần liên quan đến dự án</li> <li>- Tổ chức cộng đồng được thành lập có xu hướng phụ thuộc vào các hỗ trợ từ bên ngoài</li> </ul>
6	Tham gia tương tác	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cộng đồng tham gia vào quá trình phân tích, phát triển kế hoạch hành động tại địa phương</li> <li>- Cộng đồng địa phương kiểm soát việc ra quyết định, xây dựng kế hoạch sử dụng hợp lý nguồn tài nguyên ở địa phương</li> </ul>
7	Tham gia chủ động	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cộng đồng đưa ra các sáng kiến độc lập và có quyền tự quyết</li> <li>- Cộng đồng liên hệ với các tổ chức bên ngoài để nhận được tư vấn, giữ quyền kiểm soát việc sử dụng các nguồn lực</li> <li>- Tự phân phối của cải và quyền lực đảm bảo sự công bằng</li> </ul>

[Nguồn: 6, tr.17]

### 3.2.2. Đề xuất mẫu điều tra dự kiến

Theo đề xuất của tác giả, đối với CĐDP, số phiếu khảo sát được tính như sau: Khu vực điều tra được giới hạn trong phạm vi 4 xã đang phát triển loại hình DLCĐ, có các cơ sở lưu trú là homestay, diễn ra các hoạt động đón khách và cung ứng các dịch vụ du lịch kèm theo. Các xã đó là: Lăng Can, Khuôn Hà, Thượng Lâm và Phúc Yên. Tác giả tạm thời căn cứ vào số liệu dân số, số hộ được thống kê năm 2013 [5] [6] [7].

Số lượng các mẫu điều tra được tính toán dựa vào công thức của Nancy J.Helen F. Clair E (2004):

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Trong đó: n: số lượng mẫu cần xác định cho nghiên cứu điều tra;

N: số hộ gia đình trong cộng đồng;

se: độ sai số được tính bằng phần trăm sai số của số gốc ( $e = 10\%$ ).

Đơn vị (xã)	N	e = 10%	Số mẫu điều tra dự kiến cho nghiên cứu
Xã Thượng Lâm - Dân số: 5.474 - Số hộ: 1.249	1249	93	100
Xã Khuôn Hà - Dân số: 3.550 - Số hộ: 778	778	89	100
Xã Lăng Can - Dân số: 5.312 - Số hộ: 1.186	1186	92	100
Xã Phúc Yên - Dân số: 2.740 - Số hộ: 550	550	85	100
Tổng	3763	359	400

Dựa vào mẫu khảo sát dự kiến trên, số mẫu điều tra thực tế của mỗi thôn là 100 phiếu. Để đạt kết quả tốt, cần tiến hành điều tra thử mỗi đối tượng khảo sát 15 phiếu, từ đó có những điều chỉnh lại bảng hỏi cho phù hợp.

### 3.2.3. Đề xuất nội dung khảo sát

Trong phạm vi bài viết, tác giả đề xuất khảo sát, đánh giá mức độ tham gia của CĐDP ở 3 nội dung cơ bản ứng với các câu hỏi khảo sát ở 7 cấp độ theo thang đo *Pretty và Hine (1999)* sau:

#### 3.2.3.1. Mức độ tham gia của CĐDP vào các hoạt động du lịch

- 1) CĐDP có được thông báo về kế hoạch phát triển du lịch tại địa phương không?
- 2) CĐDP có sẵn lòng cung cấp thông tin hoặc trả lời các câu hỏi về các vấn đề liên quan đến các hoạt động du lịch địa phương không?
- 3) CĐDP có được tham gia các cuộc họp cộng đồng, được đóng góp ý kiến về các vấn đề liên quan đến hoạt động du lịch địa phương không?
- 4) CĐDP có đang làm việc trong các cơ sở kinh doanh du lịch, cung cấp dịch vụ du lịch... để kiếm thu nhập không?
- 5) CĐDP có tham gia vào tổ chức du lịch cộng đồng về việc cung cấp các dịch vụ du lịch tại địa phương không?
- 6) CĐDP có được tham gia vào quá trình phân tích, lập kế hoạch, ra quyết định liên quan đến phát triển du lịch địa phương không?
- 7) CĐDP có được quyền tự đưa ra sáng kiến; tự liên hệ với các tổ chức bên ngoài cộng đồng để nhận sự tư vấn; tự đầu tư, đẩy mạnh và mở rộng các hoạt động kinh doanh du lịch địa phương không?



### 3.2.3.2. Mức độ tham gia của CĐDP vào hoạt động bảo vệ môi trường và TNDL

- 1) CĐDP có được thông báo về các vấn đề liên quan đến hoạt động bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch tại địa phương không?
- 2) CĐDP có sẵn sàng cung cấp thông tin hoặc trả lời các câu hỏi liên quan đến hoạt động bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch tại địa phương không?
- 3) CĐDP có được tham gia các cuộc họp cộng đồng, được đóng góp ý kiến liên quan đến hoạt động bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch tại địa phương không?
- 4) CĐDP có phải chỉ tham gia các hoạt động bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch khi được nhận hỗ trợ hoặc quyền lợi không?
- 5) CĐDP có tham gia vào tổ/nhóm bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch của xã không?
- 6) CĐDP có được tham gia bàn bạc, đưa ra ý kiến về vấn đề bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch tại địa phương không?
- 7) CĐDP có được quyền chủ động đưa ra các sáng kiến và tự quyết các vấn đề liên quan đến hoạt động bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch tại địa phương không?

### 3.2.3.3. Mức độ tham gia của cộng đồng địa phương vào hoạt động quảng bá du lịch

- 1) CĐDP có được thông báo các hoạt động quảng bá du lịch của địa phương không?
- 2) CĐDP có sẵn lòng cung cấp thông tin hoặc trả lời các câu hỏi của các công ty quảng cáo, bộ phận xúc tiến du lịch... liên quan đến hoạt động quảng bá dịch vụ của địa phương không?
- 3) CĐDP có được tham gia các buổi họp lấy ý kiến liên quan đến hoạt động quảng bá du lịch địa phương không?
- 4) CĐDP Có phải chỉ tham gia vào hoạt động quảng bá du lịch địa phương khi nhận được quyền lợi hoặc sự hỗ trợ?
- 5) CĐDP có tham gia vào các tổ/nhóm tuyên truyền, quảng bá hình ảnh du lịch địa phương không?
- 6) CĐDP có được quyền người tham gia bàn bạc, đưa ý kiến, ý tưởng về các hoạt động quảng bá du lịch địa phương không?
- 7) CĐDP có được quyền chủ động lựa chọn, thay đổi, tham gia điều hành kênh quảng cáo và giữ quyền quyết định độc lập về các hình thức quảng bá du lịch của địa phương không?

Các nội dung nghiên cứu, các câu hỏi đề xuất dựa vào thang đo như đã trình bày có thể là gợi ý, cơ sở cho quá trình thiết kế phiếu điều tra cho người nghiên cứu khi điền dã. Ngoài việc tiến hành điều tra dựa trên việc áp dụng thang đo, khi tiến hành nghiên cứu, cần kết hợp với các phương pháp và hình thức nghiên cứu khác như kết hợp với điều tra xã hội học, phỏng vấn chuyên gia và người dân địa phương, phương pháp phân tích, đánh giá, nhập liệu qua các phần mềm chuyên dụng, biểu đồ hóa kết quả khảo sát... Người nghiên cứu kết hợp hiệu quả, linh hoạt các phương pháp nghiên cứu sẽ đạt kết quả chính xác, khách quan và thuyết phục.

## 4. KẾT LUẬN

Không có yếu tố *tham gia của cộng đồng* sẽ không thể phân biệt được DLCĐ với các loại hình du lịch khác. CĐDP là trọng tâm của phát triển DLCĐ bởi vì họ là chủ nhân của những tài nguyên du lịch, vốn tri thức dân gian và là đối tượng trực tiếp tham gia phục vụ khách du lịch...

Do đó, khi quy hoạch phát triển DLCD nên phát huy tích cực, chủ động nhất vai trò tham gia của cộng đồng. Đồng thời cần lên kế hoạch cụ thể trong việc tiến hành nghiên cứu, điều tra thường xuyên để xác định chính xác, kịp thời những hạn chế, đảm bảo DLCD phát triển bền vững, thực sự là loại hình du lịch *của dân, vì dân*.

Trong phạm vi bài viết, tác giả chỉ dừng lại ở việc nghiên cứu cơ sở lí luận, các mô hình phát triển DLCD điển hình ở Việt Nam, nghiên cứu sơ bộ các điều kiện phát triển DLCD ở Quang Bình. Từ đó, tác giả đề xuất thang đo phù hợp, đề xuất mẫu khảo sát và các nội dung điều tra khảo sát dự kiến. Việc tiến hành điều tra thực tế và các đánh giá, phân tích kèm theo tại huyện Lâm Bình là “một khoảng trống nghiên cứu”, một đề tài nghiên cứu ở phạm vi rộng hơn, quy mô hơn, cụ thể hơn cho chính tác giả trong giai đoạn sau.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Popple K. (1988), *Community Development: Theory and Practice*, Michigan Journal of Community Service Learning, 11(2), 5-24.
2. *Từ điển Bách Khoa Việt Nam* (tập 1) (1995), NXB Hà Nội.
3. Quỹ phát triển châu Á (2012), *Tài liệu hướng dẫn phát triển du lịch cộng đồng*.
4. Quỹ quốc tế về bảo tồn thiên nhiên Việt Nam (WWF) (2013), *Sổ tay du lịch cộng đồng Việt Nam - phương pháp tiếp cận dựa vào thị trường*.
5. Bùi Thị Hải Yến (Chủ biên) (2012), *Du lịch cộng đồng*, NXB Giáo dục, Hà Nội.
6. Nguyễn Thị Minh Chính (2016), *Nghiên cứu sự tham gia của cộng đồng địa phương vào hoạt động du lịch tại Cù Lao Chàm - Hội An, Quảng Nam*, Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.
7. *Tỉnh Tuyên Quang* được tái lập ngày 11/4/1900, gồm phủ Yên Bình và các châu Hàm Yên, Sơn Dương, Chiêm Hóa rút từ Tiểu quân khu Tuyên Quang ra.
8. Quyết định số 200-NV ngày 21/4/1969 của Bộ trưởng Bộ Nội vụ: Hợp nhất hai xã Thổ Bình và Trung Thành, lấy tên là xã Thổ Bình.
9. Quyết định số 269 -NV ngày 22/5/1969 của Bộ trưởng Bộ Nội vụ: Hợp nhất hai xã Lang Can và Thượng Yên, lấy tên là Lang Can.
10. Quốc Hồng (2017), *Du lịch cộng đồng ở Sa Pa*, <http://www.vietnamtourism.com/index.php/news/items/19045>, Truy cập ngày 01 tháng 8 năm 2019.
11. UBND huyện Lâm Bình (Công thông tin điện tử huyện Lâm Bình), *Giới thiệu chung về huyện Lâm Bình*, <http://lambinh.tuyenquang.gov.vn/gioi-thieu.html>, truy cập ngày 20/8/2019

## **ROLE OF LOCAL COMMUNITY IN COMMUNITY TOURISM ACTIVITIES IN LAM BINH DISTRICT, TUYEN QUANG - FROM THEORETICAL, DEVELOPING EXPERIENCE AND RESEARCH PROPOSALS**

**Bui Thi Hoa**

*Hung Vuong University*

### **Abstract**

Community-based tourism development is actually to develop sustainable tourism form which are responsible for the environment and community development. With available conditions (tourism resources, tourists' needs, accessibility to destinations, etc.), community-based tourism is a suitable direction in Lam Binh district, Tuyen Quang province. The participation level of the local community is one of the core, the most important factors, greatly affecting the attractiveness and the success of a community-based destination. Therefore, it is necessary to research and propose one (or a few) models to assess the participation level of local communities so that local authorities have more effective and sustainable solutions and orientations for tourism development.

### **Keywords**

Community-based tourism, local community, participating level, scale

# ĐÁNH GIÁ CỦA DU KHÁCH VỀ MỘT SỐ YẾU TỐ Ở CÁC ĐIỂM DU LỊCH, KINH NGHIỆM CHO PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở LÂM BÌNH, TUYÊN QUANG

(Kết quả khảo sát ở ba tỉnh, thành phố Lào Cai, Đà Nẵng và Tiền Giang)

Trần Thị Hiền, Vũ Hoa Ngọc

Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam

## Tóm tắt

Lào Cai, Đà Nẵng và Tiền Giang là ba tỉnh, thành phố có các hoạt động du lịch phát triển, đã và đang thu hút được nhiều khách du lịch trong nước và quốc tế đến tham quan. Thực tế, những năm qua một số hoạt động du lịch ở ba địa bàn trên nhận được sự đánh giá khá cao của khách du lịch. Bên cạnh đó, một số yếu tố còn tồn tại những mặt hạn chế cần được khắc phục để du lịch phát triển hơn nữa trong tương lai. Bài viết tập trung phân tích những vấn đề sau: 1/Mức độ du khách trong nước và quốc tế đến tham quan tại địa phương; 2/Đánh giá của khách du lịch về một số yếu tố: chất lượng dịch vụ du lịch, môi trường du lịch và thái độ ứng xử của cộng đồng địa phương; 3/Từ đó, rút ra một số kinh nghiệm cho phát triển du lịch ở Lâm Bình, Tuyên Quang. Số liệu phân tích trong bài là kết quả khảo sát ở ba địa bàn Lào Cai, Đà Nẵng và Tiền Giang với 465 phiếu hỏi phỏng vấn khách du lịch trong nước và quốc tế, được xử lý bằng chương trình SPSS 16.0. Đồng thời, tác giả sử dụng phương pháp phân tích tài liệu, kế thừa kết quả từ những công trình nghiên cứu của các nhà khoa học đi trước làm cơ sở dữ liệu để có thể nhìn nhận một cách khách quan vấn đề bài viết đề cập.

## Từ khóa

Du lịch, khách du lịch, đánh giá của du khách.

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch là một trong những ngành kinh tế phát triển nhất trên thế giới. Du lịch còn góp phần phát triển kinh tế của đất nước, tạo việc làm và tăng thu nhập cho người lao động, đồng thời là phương tiện quảng bá hình ảnh của Việt Nam đến với thế giới. Ngày nay, đi du lịch đã trở thành nhu cầu không thể thiếu trong đời sống của người dân và xã hội và ngày một tăng cao, nhu cầu nghỉ ngơi, giảm stress và mong muốn khám phá nhiều điều hay mới lạ ở các điểm du lịch. Việt Nam có nhiều điểm du lịch hấp dẫn thu hút hàng triệu lượt khách đến tham quan và khám phá. Trong đó có Lào Cai, Đà Nẵng và Tiền Giang là ba tỉnh, thành phố có các hoạt động du lịch phát triển, đã và đang thu hút được nhiều khách du lịch trong nước và quốc tế đến tham quan.

Thực tế, những năm qua một số hoạt động du lịch ở ba địa bàn trên nhận được sự đánh giá khá cao của khách du lịch. Bên cạnh đó, một số yếu tố còn tồn tại những mặt hạn chế cần được khắc phục để du lịch phát triển hơn nữa trong tương lai. Bài viết tập trung phân tích những vấn đề sau: Mức độ du khách trong nước và quốc tế đến tham quan tại địa phương; Đánh giá của khách du lịch về một số yếu tố: chất lượng dịch vụ du lịch, môi trường du lịch và thái độ ứng xử của cộng đồng địa phương; Từ đó, rút ra một số kinh nghiệm cho phát triển du lịch ở Lâm Bình, Tuyên Quang. Bài viết dựa trên một phần kết quả điều tra xã hội học của đề tài khoa học cấp Bộ

“Nghiên cứu văn hóa ứng xử trong hoạt động du lịch” do PGS.TS. Nguyễn Thị Thu Phương làm chủ nhiệm. Số liệu phân tích trong bài là kết quả khảo sát ở ba địa bàn Lào Cai, Đà Nẵng và Tiền Giang với 465 phiếu hỏi phỏng vấn khách du lịch nội địa và khách quốc tế, được xử lý bằng chương trình SPSS 16.0. Các phép phân tích được dùng trong nghiên cứu là: Phân tích thống kê mô tả gồm có phép tính tần suất (%), phép phân tích tương quan được tiến hành dựa trên hệ số tương quan Cramer’V giữa các biến số để thấy được mối liên hệ giữa các biến số độc lập với các biến phụ thuộc. Khi kiểm định hệ số Cramer’V mà Approx Sig <0.05 thì mối tương quan giữa các biến được chấp nhận và có ý nghĩa thống kê. Đồng thời, tác giả sử dụng phương pháp phân tích tài liệu, kế thừa kết quả từ những công trình nghiên cứu của các nhà khoa học đi trước làm cơ sở dữ liệu để có thể nhìn nhận một cách khách quan vấn đề bài viết đề cập dưới đây.

## 2. MỨC ĐỘ KHÁCH DU LỊCH ĐẾN THAM QUAN TẠI ĐỊA PHƯƠNG

Lào Cai, Đà Nẵng và Tiền Giang là ba tỉnh, thành phố đã và đang thu hút được nhiều khách du lịch trong nước lẫn khách quốc tế đến tham quan. Kết quả khảo sát mức độ khách du lịch đến tham quan ở ba tỉnh, thành phố thể hiện ở bảng số liệu dưới đây:

*Bảng 1: Mức độ khách du lịch đến tham quan tại địa phương (tỷ lệ %)*

	Khách du lịch nội địa	Khách du lịch quốc tế
Lần đầu tiên	47.3	70.7
Lần thứ hai	22.2	11.3
Trên hai lần	30.5	18.0
Tổng	100.0	100.0

Bảng số liệu trên cho thấy, có (47.3%) khách du lịch nội địa lần đầu tiên đến tham quan tại địa phương. Khách du lịch quốc tế lần đầu tiên đến tham quan tại địa phương gấp gần 1,5 lần khách du lịch nội địa (70.7%). Tỷ lệ khách du lịch nội địa đến lần thứ hai là (22.2%) và trên hai lần chiếm (30.5%). Tỷ lệ du khách quốc tế đến trên hai lần chiếm (18.0%) và (11.3%) du khách đến lần thứ hai. Như vậy, các điểm du lịch trên địa bàn khảo sát đã thu hút được lượng khách du lịch đến thăm không chỉ một lần, có nhiều người đã quay trở lại lần thứ hai, thậm chí khá cao người dân đã đi du lịch ở các địa bàn này trên hai lần. Chủ yếu khách du lịch quốc tế đi du lịch ở ba địa bàn trên là lần đầu tiên, lượng khách du lịch quốc tế đến lần thứ hai, trên hai lần chiếm tỷ lệ thấp hơn khách du lịch nội địa.

Thực tế cho thấy, trong những năm qua nhu cầu đi du lịch của người dân ngày một tăng nhanh, theo thống kê của Tổng cục du lịch lượng khách du lịch nội địa tăng dần theo năm trong giai đoạn 2011-10/2017, thể hiện ở bảng số liệu sau:

*Bảng 2: Khách du lịch nội địa giai đoạn 2011-2017*

*Đơn vị: Triệu lượt khách*

Năm	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Lượt khách	28,0	30,0	32,5	35,0	38,5	57,0	62,0	73,2

*(Nguồn: thống kê của Tổng cục Du lịch)*

Như vậy, lượng khách du lịch nội địa đã tăng theo từng năm, những năm từ sau năm 2014 lượng khách tăng vượt trội, cho đến tháng 10 năm 2017 đã tăng hơn gấp 2 lần các năm 2011, 2012, 2013. Đặc biệt, những điểm du lịch hấp dẫn du khách như Đà Nẵng, Lào Cai, Tiền Giang, theo số liệu từ Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Lào Cai, trong 6 tháng đầu năm 2017, lượng khách du lịch đến Lào Cai đạt 2.337.269 lượt, tăng 77% so với cùng kỳ năm 2016 và đạt 75,4% so với kế hoạch năm 2017. Tại Đà Nẵng, trong tháng 6 năm 2017, tổng lượt khách tham quan, du lịch ước đạt 3.229.476 lượt, tăng 33,2% so với cùng kỳ 2016, đạt 51,3% kế hoạch năm 2017.

Việt Nam đã thu hút được nhiều du khách ở các nước trên thế giới đến thăm quan trong thời gian qua. Kết quả khảo sát tại ba địa bàn Lào Cai, Đà Nẵng và Tiền Giang cho thấy: tỷ lệ du khách quốc tế đi du lịch ở Tiền Giang lần đầu tiên cao nhất (81.8%); Lào Cai có (71.5%) và Đà Nẵng là (63.0%). Trong khi đó, tỷ lệ du khách quốc tế đi du lịch ở Đà Nẵng lần thứ hai cao chiếm tỷ lệ (16.7%). Lào Cai và Đà Nẵng là hai tỉnh, thành phố có trên (20.0%) du khách đã đến trên hai lần thể hiện ở bảng số liệu sau:

*Bảng 3: Tương quan giữa địa bàn khảo sát với mức độ khách du lịch quốc tế đi du lịch ở địa phương (tỷ lệ %)*

	Lào Cai	Đà Nẵng	Tiền Giang
Lần đầu tiên	71.5	63.0	81.8
Lần thứ hai	7.9	16.7	9.1
Trên hai lần	20.6	20.3	9.1
Tổng	100.0	100.0	100.0

Có thể nói, Đà Nẵng và Lào Cai là hai điểm du lịch khá hấp dẫn, đã thu hút được lượng du khách đến tham quan nhiều lần. Điều này cũng có thể lý giải bởi nhiều du khách quốc tế khi đi du lịch Đà Nẵng đã cho biết họ đến Đà Nẵng bởi ở đây con người thân thiện, môi trường sạch đẹp, phong cảnh đa dạng. Theo đánh giá khảo sát của dự án “*Xác định đóng góp của du lịch trong GRDP Thành phố Đà Nẵng*” do Sở Du lịch, Sở Kế hoạch - Đầu tư, Sở Tài chính, Cục Thuế, Cục Thống kê thành phố Đà Nẵng phối hợp triển khai cho kết quả điểm bình quân mà du khách quốc tế đánh giá về chuyến đi tới Đà Nẵng là 4,3 điểm, có (91,2%) du khách quốc tế đánh giá từ mức 4 điểm trở lên. Có (92,1%) du khách quốc tế được hỏi ý kiến cho biết họ nhất định sẽ giới thiệu Đà Nẵng với bạn bè; (75,1%) khẳng định chắc chắn quay lại Đà Nẵng; và có (18,9%) cho biết đã đến Đà Nẵng từ 2 lần trở lên<sup>69</sup>. Do đó, từ kết quả nghiên cứu của chúng tôi cùng với những số liệu nghiên cứu trước đã đưa ra, có thể khẳng định Đà Nẵng là địa bàn thu hút du khách quay trở lại tham quan lần thứ hai và trên hai lần cao hơn hai địa bàn Lào Cai, Tiền Giang.

Theo thống kê của Tổng cục du lịch và thống kê từ các Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Sở Du lịch, lượng khách quốc tế đi du lịch ở nước ta tăng trong những năm vừa qua, thể hiện ở bảng số liệu về khách du lịch quốc tế đến Việt Nam giai đoạn 2011 đến tháng 10/2017:

*Bảng 4: Khách du lịch quốc tế đến Việt Nam giai đoạn 2011- 10/2017*

*Đơn vị: Lượt khách*

Năm	2011	2012	2013	2014	2015	2016	10/2017
Lượt khách	6.014.032	6.847.678	7.572.352	7.874.312	7.943.000	10.012.000	10.473.230

*(Nguồn: Tổng cục Du lịch và thống kê từ các Sở VH-TT-DL, Sở Du lịch)*

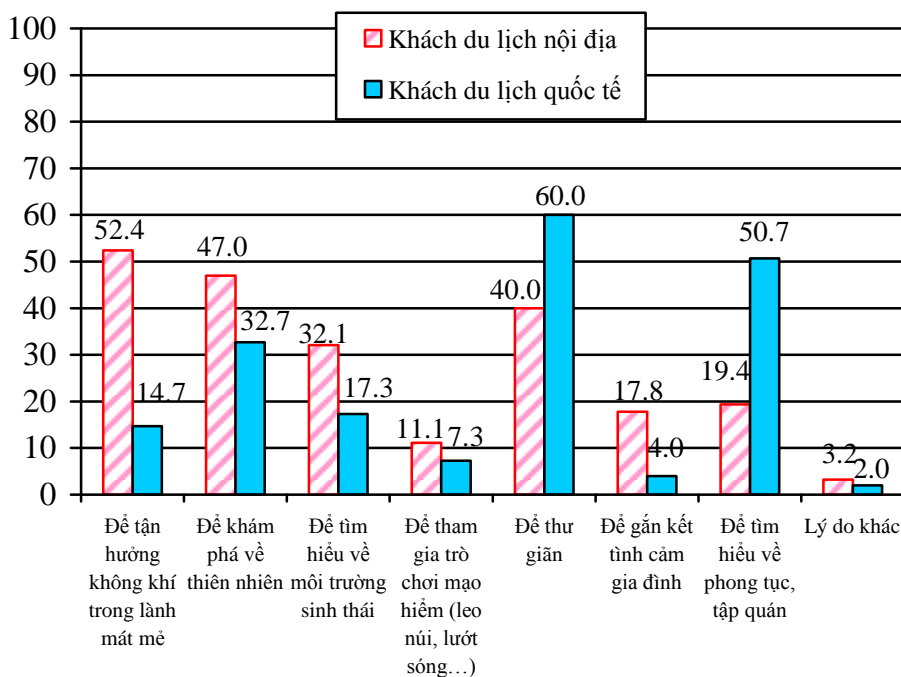
<sup>69</sup><http://infonet.vn/du-khach-quoc-te-thich-va-che-da-nang-o-nhung-diem-nao-post249973.info>

Đặc biệt, chính sách miễn thị thực thêm cho một số nước và thí điểm cấp Visa điện tử cho công dân của 40 quốc gia đã tạo điều kiện thuận lợi cho du khách quốc tế đi du lịch ở Việt Nam. Với xu hướng tăng trưởng khách quốc tế trong giai đoạn từ 2011 đến 10/2017 thể hiện ở bảng số liệu trên, cùng với những biện pháp nâng cao chất lượng các dịch vụ du lịch, thu hút đầu tư và chú trọng đến công tác quảng bá du lịch Việt Nam, điều đó làm tăng sức hấp dẫn du khách quốc tế đến nước ta.

*\* Thời gian lưu trú tại địa phương*

Khách du lịch đến tham quan ở các điểm du lịch Lào Cai, Đà Nẵng và Tiền Giang có lưu trú tại địa phương, cụ thể: có (37.1%) khách du lịch nội địa ở lại khu du lịch 1 ngày, khách du lịch quốc tế (12.7%). Trong khi đó, khách du lịch quốc tế lưu trú tại địa phương chủ yếu hai ngày chiếm (58.7%), cao gấp 2 lần khách du lịch nội địa (29.2%). Du khách nội địa và khách quốc tế lưu trú ba ngày trở lên tương đương nhau. Theo nghiên cứu *Phân tích hành vi và đánh giá của khách du lịch nội địa đối với điểm đến Đà Nẵng* của nhóm nghiên cứu TS. Hồ Kỳ Minh, ThS. Nguyễn Thị Bích Thủy, TS. Trương Sỹ Quý, Nguyễn Việt Quốc có đưa ra kết quả nghiên cứu về thời gian lưu trú của khách du lịch tại địa bàn Đà Nẵng, chúng tôi nhận thấy kết quả này tương đồng với nghiên cứu của chúng tôi, nhóm nghiên cứu khẳng định du khách lưu trú tại Đà Nẵng từ 3 đến 5 ngày chiếm tỷ lệ khá cao (43,5%); tỷ lệ du khách nội địa lưu trú tại Đà Nẵng dưới 1 ngày chiếm khá thấp, chỉ khoảng (8,2%). Từ đó, có thể nói kết quả nghiên cứu của chúng tôi càng được khẳng định và tin cậy.

*\* Lý do du khách lựa chọn các điểm du lịch*



Biểu đồ 1: Lý do du khách lựa chọn các điểm du lịch (tỷ lệ%)

Biểu đồ 1 cho thấy, khách du lịch nội địa lựa chọn đến các điểm du lịch ở Lào Cai, Đà Nẵng và Tiền Giang với nhiều lý do khác nhau, trong đó có ba lý do chiếm tỷ lệ cao nhất là: 1/Để tận hưởng không khí trong lành mát mẻ (52.4%); 2/Để khám phá về thiên nhiên (47.0%) và 3/Để thư giãn (40.0%). Trong khi đó, lý do du khách quốc tế lựa chọn những điểm đến tham

quan du lịch tại ba địa bàn trên trước hết là để thư giãn (60.0%); thứ hai, để tìm hiểu về phong tục, tập quán (50.7%); thứ ba, để khám phá về thiên nhiên (32.7%). Ngoài ra, một bộ phận khách du lịch lựa chọn đến các địa điểm du lịch trên để tìm hiểu về môi trường sinh thái, tìm hiểu về phong tục, tập quán hay để tham gia trò chơi mạo hiểm (leo núi, lướt sóng...)... nhưng chiếm tỷ lệ thấp hơn. Một nghiên cứu của tổ chức AC Nielson do Tổ chức phát triển Hà Lan ủy thác cho thấy có 84% du khách muốn tham quan danh lam thắng cảnh địa phương; 54% du khách muốn trải nghiệm thiên nhiên, nghỉ ngơi và phục hồi sức khỏe<sup>70</sup>. Như vậy, du khách đi du lịch chủ yếu để thư giãn, nghỉ ngơi và khám phá về thiên nhiên, do đó nhà quản lý cùng cộng đồng địa phương cần phát triển loại hình du lịch phù hợp với nhu cầu của khách du lịch.

### 3. ĐÁNH GIÁ CỦA DU KHÁCH VỀ MỘT SỐ YẾU TỐ TẠI CÁC ĐIỂM DU LỊCH VÀ KINH NGHIỆM CHO PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở LÂM BÌNH, TUYẾN QUANG

Hiện nay, vấn đề về dịch vụ du lịch (dịch vụ lưu trú), môi trường tại điểm du lịch và thái độ ứng xử của cộng đồng địa phương luôn được khách du lịch quan tâm và có tác động đến việc lựa chọn điểm đến của du khách, hơn nữa là sự quyết định có quay trở lại lần nữa để tham quan khu du lịch đó hay không. Do đó, bài viết tập trung phân tích những đánh giá của du khách về các yếu tố trên tại các điểm du lịch ở Lào Cai, Đà Nẵng và Tiền Giang.

#### 3.1. Đánh giá của du khách về dịch vụ lưu trú và các dịch vụ khác

Lào Cai, Đà Nẵng và Tiền Giang là các tỉnh, thành phố có hệ thống cơ sở lưu trú du lịch ngày càng phát triển và đa dạng các loại hình giúp khách có nhiều lựa chọn khi đi du lịch tại địa phương. Kết quả khảo sát về nơi lưu trú của du khách ở các điểm du lịch cho thấy như sau:

Bảng 5: Nơi lưu trú của du khách tại các điểm du lịch (tỷ lệ %)

	Khách du lịch nội địa	Khách du lịch quốc tế
Khách sạn 3-5 sao	38.7	53.3
Khách sạn bình dân	32.4	26.0
Nhà nghỉ	6.7	11.3
Nghỉ tại nhà dân (homestay)	4.8	4.7
Cắm trại	0.0	4.0
Nhà bạn bè	17.4	0.7
Tổng	100.0	100.0

Bảng số liệu trên cho thấy, phần lớn khách du lịch thường ở là khách sạn 3-5 sao (38.7% đối với khách du lịch nội địa và 53.3% đối với khách du lịch quốc tế) và khách sạn bình dân (32.4% đối với khách du lịch nội địa và 26.0% đối với khách du lịch quốc tế). Thời gian gần đây có dịch vụ nghỉ tại nhà dân (homestay), đây là loại hình đang phát triển ở Lào Cai, một bộ phận khách du lịch đã lựa chọn loại hình lưu trú này. Có (17.5%) khách du lịch nội địa có nghỉ tại nhà bạn bè. Một số du khách quốc tế lưu trú tại điểm du lịch bằng hình thức cắm trại. Hiện nay, hệ thống cơ sở vật chất ngành Du lịch phát triển mạnh mẽ về số lượng và chất lượng. Có 54/63 tỉnh,

<sup>70</sup> <http://www.itdr.org.vn/vi/kinh-nghiem-ptdl/kinh-nghiem-trong-nuoc/1216-xay-dung-mo-hinh-du-lich-cong-dong-trong-phat-trien-cua-dia-phuong-va-kinh-nghiem-phat-trien-du-lich-cong-dong-o-mot-so-dia-phuong.html>



thành phố trong cả nước đã có cơ sở lưu trú du lịch cao cấp hoặc hạng 3 sao trở lên. Ngoài các thành phố và các trung tâm du lịch lớn như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Quảng Ninh, Đà Nẵng, Thừa Thiên - Huế, Bà Rịa - Vũng Tàu, Khánh Hòa, Bình Thuận, Lâm Đồng, hoạt động đầu tư vào cơ sở lưu trú du lịch cao cấp từ 4 đến 5 sao đã triển khai tại nhiều địa phương khác như Bình Dương, Phú Yên, Lào Cai, Ninh Bình, Bắc Ninh, Kiên Giang, Đắk Lắk, Kon Tum, Lạng Sơn, Hà Tĩnh, Cần Thơ, Thái Nguyên. Số cơ sở lưu trú tăng nhanh tại các thành phố và trung tâm du lịch lớn, thể hiện ở bảng số lượng cơ sở lưu trú du lịch từ 3-5 sao các năm như sau:

Bảng 6: Số lượng cơ sở lưu trú du lịch từ 3-5 sao (2013-2016)

Năm	Tổng số		Khách sạn 5 sao và tương đương		Khách sạn 4 sao và tương đương		Khách sạn 3 sao và tương đương	
	Số cơ sở	Số buồng	Số cơ sở	Số buồng	Số cơ sở	Số buồng	Số cơ sở	Số buồng
2013	598	62.002	64	15.385	159	20.270	375	26.347
2014	640	66.728	72	17.659	187	22.569	381	26. 00
2015	747	82.325	91	24.212	215	27.379	441	30.734
2016	779	91.250	107	30.624	230	29.387	442	30.902

(Nguồn: Số liệu do Trung tâm Thông tin du lịch tổng hợp từ Vụ Khách sạn (TCDL) và các Sở VH TTDL)

Loại hình lưu trú du lịch homestay đang phát triển hiện nay, theo thống kê năm 2016 có 9.170 buồng, đến hết tháng 9 năm 2017 quy mô là 10.000 buồng<sup>71</sup>. Với sự phát triển về quy mô và phong phú về loại hình tại các cơ sở lưu trú du lịch của cả nước, du khách có điều kiện lựa chọn loại hình lưu trú phù hợp với nhu cầu và tiện lợi cho chuyến đi du lịch của mình.

Tại 3 điểm khảo sát, chúng tôi tìm hiểu ý kiến đánh giá của du khách có sử dụng các dịch vụ nghỉ ngơi lưu trú ở địa phương về các dịch vụ lưu trú kết quả là:

Bảng 7: Đánh giá của du khách về dịch vụ lưu trú ở các điểm du lịch (tỷ lệ %)

STT	Nội dung	Khách DL nội địa		Khách DL quốc tế	
		Tốt	Chưa tốt	Tốt	Chưa tốt
1	Thái độ đón tiếp của lễ tân và người quản lý	93.8	6.2	95.1	4.9
2	Chất lượng buồng phòng	74.2	25.8	91.8	8.2
3	Vệ sinh chung	72.7	27.3	87.1	12.9
4	Ý thức của khách lưu trú khác cùng thời điểm với mình	70.0	30.0	85.0	15.0

Phần lớn khách du lịch đã đánh giá các dịch vụ lưu trú ở mức độ tốt, cụ thể: về thái độ đón tiếp của lễ tân và người quản lý đã có nhiều du khách cả khách du lịch nội địa và khách quốc tế đánh giá tốt chiếm tới (93.8% và 95.1%). Tỷ lệ du khách trong nước đánh giá chất lượng buồng phòng tại các điểm du lịch tốt chiếm (74.2%), khách du lịch quốc tế đánh giá cao hơn (91.8%). Trên (70.0%) trong số khách du lịch nội địa được phỏng vấn đánh giá vấn đề vệ sinh chung và ý

<sup>71</sup> <http://itdr.org.vn/vi/nghiencuu-traodoi/1523-chinh-sach-phat-trien-du-lich-viet-nam-va-nhu-cau-nganh-du-lich-khach-san-trong-tuong-lai.html>

thức của khách lưu trú khác cùng thời điểm tốt, tỷ lệ này ở khách du lịch quốc tế cao hơn trên (85.0%). Như vậy, những dịch vụ ở nơi lưu trú trên đã nhận được sự đánh giá tích cực từ du khách trong nước và khách quốc tế.

Tuy nhiên, vẫn có trên (20.0%) khách du lịch nội địa đánh giá chất lượng buồng phòng và vấn đề vệ sinh chung chưa tốt, thậm chí có (30.0%) trong số những người được hỏi đánh giá ý thức của khách lưu trú khác cùng thời điểm với mình chưa tốt. Khách du lịch quốc tế trên (10.0%) đánh giá các dịch vụ trên chưa tốt. Từ những phân tích trên cho thấy một số dịch vụ, vấn đề của nơi lưu trú ở các điểm du lịch còn bị khá nhiều du khách đánh giá chưa tốt, do đó, các cơ sở lưu trú cần chú ý để có những hoạt động nâng cao chất lượng các dịch vụ hơn nữa nhằm thu hút khách du lịch trong tương lai.

*\* Đánh giá của du khách về chất lượng các dịch vụ du lịch khác*

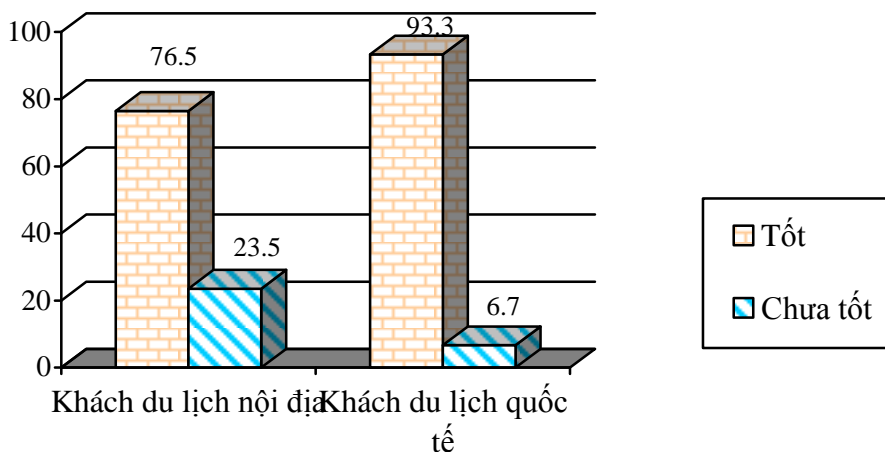
Ngoài dịch vụ lưu trú đã phân tích ở trên, theo điều 54 của *Luật Du lịch* năm 2017 các khu du lịch còn phục vụ du khách các dịch vụ khác như: Dịch vụ ăn uống, dịch vụ mua sắm, dịch vụ thể thao, dịch vụ vui chơi, giải trí, dịch vụ chăm sóc sức khỏe và dịch vụ liên quan khác phục vụ khách du lịch, đây cũng là những dịch vụ được nhiều du khách sử dụng trong thời gian đi du lịch tại địa phương. Việc phát triển dịch vụ du lịch nhằm thỏa mãn các nhu cầu của khách du lịch và giúp doanh nghiệp thích ứng với sự thay đổi của môi trường kinh doanh. Do đó, bài viết muốn tìm hiểu những ý kiến đánh giá của du khách về các dịch vụ du lịch nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch để cung ứng tốt hơn cho du khách và đem lại lợi ích ngày càng cao cho phát triển du lịch tại địa phương. Đa phần du khách ở 3 địa bàn khảo sát đánh giá chất lượng của hoạt động dịch vụ du lịch khác dịch vụ lưu trú tại địa phương là tốt chiếm tới (88.3% đối với khách du lịch nội địa và 90.0% đối với khách du lịch quốc tế), chỉ có (11.7%) du khách trong nước và (10.0%) khách quốc tế đánh giá chất lượng hoạt động dịch vụ du lịch khác ở địa phương chưa tốt. Như vậy, các hoạt động dịch vụ du lịch khác ở địa phương đã nhận được đánh giá khá cao của khách du lịch khi đến tham quan. Đây cũng là những thuận lợi cho phát triển du lịch ở cả ba tỉnh, thành phố Lào Cai, Đà Nẵng và Tiền Giang trong tương lai.

### **3.2. Đánh giá của du khách về môi trường tại các điểm du lịch**

Nhu cầu của khách du lịch ngày càng cao, ngày càng quan tâm tới điều kiện về an toàn và sức khỏe. Xu hướng du khách chỉ chọn những điểm đến, những cơ sở dịch vụ du lịch có môi trường sạch đẹp. Những nơi có môi trường xanh, sạch, đẹp mới có thể có sức cạnh tranh thu hút khách du lịch. Theo điều 8 của *Luật Du lịch* năm 2017 đặt ra yêu cầu đối với công tác bảo vệ môi trường trong lĩnh vực du lịch, đó là “Môi trường du lịch phải được bảo vệ, tôn tạo và phát triển theo hướng xanh, sạch, đẹp, an ninh, an toàn, lành mạnh và văn minh”<sup>72</sup>. Việc phát triển du lịch với tốc độ cao đã tạo sức ép rất lớn đến việc bảo vệ môi trường tại nhiều điểm, khu du lịch trên cả nước. Cùng với sự gia tăng về lượng khách, thì các chất thải từ hoạt động du lịch ngày một tăng nhanh trên phạm vi toàn quốc, nhất là ở các vùng trọng điểm phát triển du lịch; đa dạng sinh học, cảnh quan nhiều khu vực bị xâm hại nghiêm trọng... Đây cũng là một trong những nguyên nhân khiến cho khách du lịch ít quay trở lại, đặc biệt khách du lịch quốc tế. Theo khảo sát của chúng tôi tại 3 điểm du lịch Lào Cai, Đà Nẵng và Tiền Giang ý kiến đánh giá của du khách về môi trường du lịch, kết quả có (93.3%) du khách quốc tế đánh giá tốt, cao hơn so với khách du lịch nội địa (76.5%). Tuy nhiên, vẫn có tỷ lệ khá cao khách du lịch nội địa đánh giá

<sup>72</sup> Luật Du lịch số 44/2005/QH11.

môi trường du lịch của địa phương chưa tốt chiếm tới (23.5%), tỷ lệ này đối với khách du lịch quốc tế là (6.7%).



Biểu đồ 2: Đánh giá của du khách về môi trường tại điểm du lịch ở địa phương (tỷ lệ %)

Vậy có mối liên hệ nào giữa độ tuổi của người trả lời với đánh giá về môi trường du lịch ở địa phương không? Kết quả bảng tương quan dưới đây sẽ trả lời cho câu hỏi này.

Bảng 8: Tương quan giữa tuổi với đánh giá về môi trường du lịch ở địa phương (tỷ lệ %)

	18-35 tuổi	36-45 tuổi	45-60 tuổi
Tốt	98.0	95.5	81.3
Chưa tốt	2.0	4.5	18.8
Tổng	100.0	100.0	100.0

Ta thấy, độ tuổi càng cao tỷ lệ du khách quốc tế đánh giá về môi trường du lịch tốt càng giảm, nếu như nhóm từ 18-35 tuổi có (98.0%) du khách đánh giá tốt, đến nhóm từ 36-45 tuổi là (95.5%) và nhóm từ 45-60 tuổi thấp nhất có (81.3%) trong số những người được hỏi đánh giá tốt. Do đó, nhóm từ 45-60 tuổi có (18.8%) du khách quốc tế đánh giá về môi trường du lịch ở địa phương chưa tốt, cao hơn các nhóm tuổi khác, tỷ lệ này ở nhóm 18-35 tuổi chỉ có (2.0%) và nhóm 36-45 tuổi (4.5%). Như vậy, có sự khác biệt giữa các nhóm tuổi của người trả lời với đánh giá về môi trường du lịch ở ba địa bàn khảo sát.

Thực tế, trong những năm vừa qua, tại nhiều khu du lịch, các chất thải không được xử lý triệt để dẫn tới nguy cơ ô nhiễm môi trường, đã ảnh hưởng xấu đến vẻ đẹp cảnh quan, làm giảm chất lượng cuộc sống của người dân địa phương và hạn chế khả năng thu hút khách du lịch. Chính phủ cũng đã ban hành Chỉ thị 18/CT-TTg ngày 4/9/2013 về tăng cường công tác quản lý môi trường du lịch, bảo đảm an ninh, an toàn cho du khách. Tại 3 địa bàn khảo sát vẫn còn tỷ lệ khá cao du khách đánh giá môi trường du lịch của địa phương chưa tốt, do đó, các cấp chính quyền, các nhà quản lý và cộng đồng dân cư địa phương cần có những giải pháp, hoạt động để hạn chế những ảnh hưởng xấu đến môi trường du lịch, khắc phục những đánh giá chưa tốt của du khách.

### 2.3. Đánh giá của du khách về thái độ ứng xử của cộng đồng địa phương

Bộ quy tắc ứng xử văn minh du lịch của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch có nêu thông điệp về ứng xử văn minh của cộng đồng dân cư là “hiếu khách, thân thiện, văn minh” trong hoạt

động du lịch với các quy tắc ứng xử là: Nói lời hay, cử chỉ đẹp, thân thiện với khách du lịch; Nhiệt tình giúp đỡ du khách; Xếp hàng theo thứ tự, không chen lấn xô đẩy tại nơi công cộng; Tôn trọng, giúp đỡ, ưu tiên, nhường đường cho khách du lịch; Sử dụng trang phục lịch sự, phù hợp; Bảo vệ cảnh quan và môi trường, giữ gìn vệ sinh nơi ở và nơi công cộng; Tuân thủ các quy định, bảng chỉ dẫn, biển báo tại các khu, điểm du lịch; Giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc; Giữ thái độ nhã nhặn, lịch sự khi giải quyết sự cố đối với khách du lịch; Không “chèo kéo”, đeo bám khách du lịch; Không có lời nói, cử chỉ thiếu văn hóa, khiếm nhã với khách du lịch; Không kỳ thị, phân biệt đối xử với khách du lịch; Không tranh giành, gây gổ với khách du lịch; Không xả rác, đi vệ sinh, hút thuốc lá ở những nơi không được phép; Không phá hoại cảnh quan, môi trường; Không bán các sản phẩm từ động, thực vật hoang dã cho khách du lịch<sup>73</sup>.

Tại khoản 5, điều 8 *Luật Du lịch* năm 2017 có nêu “Khách du lịch, cộng đồng dân cư và tổ chức, cá nhân khác có trách nhiệm bảo vệ, giữ gìn cảnh quan, môi trường, bản sắc văn hóa, phong tục, tập quán của dân tộc; có thái độ ứng xử văn minh, lịch sự nhằm nâng cao hình ảnh đất nước, con người và du lịch Việt Nam”. Phần lớn du khách ở các địa bàn khảo sát đánh giá thái độ ứng xử của cộng đồng địa phương với khách du lịch là thân thiện/vui vẻ chiếm tỷ lệ trên (90.0%) trong số những người được hỏi cả khách du lịch trong nước và quốc tế. Bên cạnh đó, còn tỷ lệ nhỏ du khách đánh giá thái độ ứng xử của cộng đồng địa phương với khách du lịch lạnh nhạt, thờ ơ, tỷ lệ lựa chọn của khách du lịch nội địa cao hơn khách du lịch quốc tế (8.6% so với 3.3%). Ngoài ra, một số khách du lịch có ý kiến khác khi đánh giá về thái độ ứng xử của cộng đồng địa phương với du khách thể hiện ở bảng số liệu dưới đây:

*Bảng 9: Đánh giá của khách du lịch về thái độ ứng xử của cộng đồng địa phương (tỷ lệ %)*

	<b>Khách du lịch nội địa</b>	<b>Khách du lịch quốc tế</b>
Thân thiện/vui vẻ	90.2	94.7
Lạnh nhạt, thờ ơ	8.6	3.3
Ý kiến khác	1.2	2.0
Tổng	100.0	100.0

Giữa ba điểm du lịch Lào Cai, Đà Nẵng và Tiền Giang cũng có những đánh giá khác biệt về thái độ ứng xử của cộng đồng địa phương với khách du lịch, kết quả bảng thống kê số liệu sau cho biết mối liên hệ này:

*Bảng 10: Tương quan giữa trình địa bàn khảo sát với đánh giá thái độ ứng xử của cộng đồng địa phương với khách du lịch (tỷ lệ %)*

	<b>Lào Cai</b>	<b>Đà Nẵng</b>	<b>Tiền Giang</b>	<b>Hệ số tương quan</b>
Thân thiện/vui vẻ	77.5	95.9	96.5	Cramer's V= 0.267 Approx Sig= 0.000
Lạnh nhạt, thờ ơ	22.5	4.1	0.0	
Ý kiến khác	0.0	0.0	3.5	
Tổng	100.0	100.0	100.0	

<sup>73</sup> Bộ Quy tắc ứng xử văn minh du lịch của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, ra ngày 02/3/2017

Bảng tương quan trên cho thấy tỷ lệ du khách đánh giá thái độ ứng xử của cộng đồng địa phương với khách du lịch thân thiện/vui vẻ ở Đà Nẵng và Tiền Giang chiếm tỷ lệ cao tương ứng (95.9% và 96.5%). Trong khi đó, Lào Cai chỉ có (77.5%) du khách đánh giá thái độ ứng xử của cộng đồng địa phương với khách du lịch thân thiện/vui vẻ. Vẫn có tới (22.5%) trong số những người được hỏi ở Lào Cai trả lời thái độ ứng xử của cộng đồng địa phương với khách du lịch lạnh nhạt, thờ ơ, Đà Nẵng chỉ có (4.1%) và không có ai ở Tiền Giang chọn phương án này. Hầu hết không có ai có ý kiến khác khi được hỏi đánh giá thái độ ứng xử của cộng đồng địa phương với khách du lịch, riêng Tiền Giang chỉ có 4 người có ý kiến khác chiếm (3.5%). Với hệ số Cramer's  $V = 0,267$  và Approx Sig = 0.000 cho phép khẳng định mối tương quan có ý nghĩa thống kê giữa địa bàn khảo sát với đánh giá thái độ ứng xử của cộng đồng địa phương với du khách.

Ứng xử của cộng đồng địa phương tại các điểm du lịch là một trong những yếu tố quan trọng để thu hút khách du lịch đến tham quan, TS. Võ Sáng Xuân Lan trong bài viết về *Vai trò của cộng đồng trong phát triển thương hiệu du lịch* đã viết “Cộng đồng dân cư địa phương cũng có nhiệm vụ chính tại điểm đến là tiếp nhận du khách, tạo môi trường thoải mái, an toàn cho những người đến tham quan, tìm hiểu về địa phương của mình... Vai trò của toàn thể cộng đồng như một khối tổng thể không thể tách rời được của điểm đến, góp phần tạo nên không những thương hiệu mà còn là những điểm khác biệt giữa các điểm đến”<sup>74</sup>. Điều đó cho thấy, người dân thực hiện tốt những quy tắc ứng xử văn minh du lịch ở cộng đồng dân cư cũng là góp phần đáng kể vào phát triển du lịch địa phương. Vì thế, càng cần đến sự chủ động quan tâm, đầu tư, đổi mới cách thức tuyên truyền của cơ quan quản lý góp phần nâng cao ý thức của cộng đồng dân cư về du lịch.

### 3.4. Kinh nghiệm cho phát triển du lịch tại Lâm Bình, Tuyên Quang

Từ những phân tích đánh giá trên, theo ý kiến của khách du lịch có đề xuất một số hoạt động cho các nhà quản lý địa phương và cộng đồng tại 3 điểm khảo sát cần làm để thu hút khách du lịch hơn nữa là: 1/ Nâng cao nhận thức của cộng đồng địa phương trong việc bảo vệ môi trường sinh thái (73.3%); 2/ Các nhà quản lý, các nhà chức trách cần đảm bảo an toàn cho du khách (64.0%); 3/ Nâng cao chất lượng cho các địa điểm lưu trú (63.3%); 4/ Cần nâng cao ý thức thức của cộng đồng địa phương và người tham gia hoạt động dịch vụ du lịch (62.7%); 5/Cần có những lớp tập huấn nghiệp vụ cho những người tham gia hoạt động dịch vụ du lịch tại địa phương (60.0%). Ngoài ra cộng đồng và nhà quản lý địa phương còn cần thực hiện các hoạt động khác để thu hút khách du lịch như: Tuyên truyền quảng bá về du lịch địa phương, nâng cao trách nhiệm của nhà quản lý đối với các hoạt động dịch vụ du lịch tại địa phương, thường xuyên kiểm tra, giám sát những đơn vị hoặc cá nhân tham gia hoạt động dịch vụ du lịch để phát hiện và xử lý những sai phạm.

Những ý kiến đánh giá của khách du lịch tại khu du lịch Lào Cai, Đà Nẵng và Tiền Giang cũng là những vấn đề đặt ra cho nhiều các điểm du lịch khác trong cả nước, trong đó có Lâm Bình, Tuyên Quang. Huyện Lâm Bình cách trung tâm thành phố Tuyên Quang khoảng 150 km. Phía Đông giáp huyện Na Hang, tỉnh Tuyên Quang; phía Bắc và Đông Bắc giáp huyện Bắc Mê, tỉnh Hà Giang; Tây và Tây Bắc giáp huyện Vị Xuyên và huyện Bắc Quang tỉnh Hà Giang; phía Nam giáp huyện Chiêm Hóa, tỉnh Tuyên Quang. Huyện Lâm Bình có 08 đơn vị hành chính trực thuộc gồm các xã: Lãng Can, Thượng Lâm, Khuôn Hà, Phúc Yên, Xuân Lập, Bình An, Thổ Bình,

<sup>74</sup> TS. Võ Sáng Xuân Lan, *Vai trò của cộng đồng trong phát triển thương hiệu du lịch*, [http://khoaادلح.vanlanguni.edu.vn/userfiles/VAI%20TR%C3%92%20C%E1%BB%A6A%20C%E1%BB%98NG%20C4%90%E1%BB%92NG-dec13\(1\).pdf](http://khoaادلح.vanlanguni.edu.vn/userfiles/VAI%20TR%C3%92%20C%E1%BB%A6A%20C%E1%BB%98NG%20C4%90%E1%BB%92NG-dec13(1).pdf).

Hồng Quang với trên 30.000 nhân khẩu gồm 10 dân tộc anh em cùng sinh sống, trong đó dân tộc Tày chiếm trên 60%<sup>75</sup>.

Lâm Bình, Tuyên Quang là huyện có tiềm năng phát triển du lịch, hệ sinh thái đa dạng với nhiều cảnh đẹp hấp dẫn du khách đến tham quan. Đồng thời, Lâm Bình còn là nơi lưu giữ những giá trị văn hóa truyền thống đặc sắc của các dân tộc với những sự kiện văn hóa như Lễ hội Lồng tồng, nhảy lửa, những món ăn truyền thống của người Tày, người Dao như cơm lam, thịt chua, thịt trâu khô, cá mắm ruộng, chè Khau mút, rượu ngô, rượu thóc men lá. Chính quyền địa phương huyện Lâm Bình, Tuyên Quang đã thực hiện công tác quy hoạch phát triển tổng thể du lịch huyện đến năm 2015, định hướng đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030. Thời gian qua, huyện đã khôi phục và nâng cấp Lễ hội Lồng tồng xã Lăng Can thành lễ hội cấp huyện, phục dựng chùa Phúc Lâm; khuyến khích các tập thể và cá nhân trong và ngoài tỉnh đầu tư vào các điểm, khu du lịch. Hoạt động du lịch góp phần quan trọng vào quá trình phát triển kinh tế xã hội của huyện. Do đó, từ ý kiến của khách du lịch trong nước và khách quốc tế về những hoạt động để phát triển du lịch ở các điểm du lịch bài viết đã phân tích trên, để phát triển du lịch ở Lâm Bình, Tuyên Quang nhằm thu hút khách du lịch hơn nữa cụ thể như sau:

- Về các dịch vụ du lịch

Kiểm soát, kiện toàn hệ thống các cơ sở lưu trú tại Lâm Bình với các dịch vụ lưu trú như chất lượng buồng phòng, vệ sinh nơi lưu trú, thái độ đón tiếp... Đối với các cơ sở ăn uống (nhà hàng, quầy bar, điểm bán thức ăn di động, quầy kem,...) yêu cầu vệ sinh được đặt lên hàng đầu. Sau đó phải đảm bảo chất lượng, an ninh, mức giá được niêm yết và thái độ phục vụ tốt. Hình thành các khu vui chơi giải trí tại một số khu vực bao gồm: các dịch vụ thể thao trên biển (bơi thuyền, câu cá), các điểm sinh hoạt văn hóa (Lễ xuống đồng, hội tung còn, đánh pà, đánh yến, đẩy gậy, kéo co; biểu diễn then, cọi, quan làng của người Tày; hát páo dung của người Dao; thổi khèn lá, múa khèn của người Mông, lễ nhảy lửa huyền bí của người Pà Thên ở Hồng Quang, lễ giã cốm của dân tộc Tày, tổ chức các trò chơi dân gian...) để du khách có thể tham gia cùng. Nâng cao hơn nữa chất lượng của các dịch vụ đi kèm như dịch vụ vận chuyển, viễn thông, y tế, ngân hàng,...

Các nhà quản lý du lịch Lâm Bình nên có quy hoạch cụ thể về các khu vực dịch vụ. Đồng thời, kiểm tra hoạt động của các cơ sở cung cấp dịch vụ du lịch. Các món ăn đặc sản ở đây vừa có thể thưởng thức tại chỗ, vừa có thể mang về. Để duy trì sự hài lòng cao này, các nhà quản lý du lịch Lâm Bình nên kiểm tra chặt chẽ công tác vệ sinh thực phẩm, tạo sự thuận lợi cho du khách khi muốn thưởng thức các món ăn này, xây dựng thương hiệu cho đặc sản Lâm Bình.

- Vấn đề môi trường du lịch

Việc khai thác phục vụ du lịch phải đi đôi với việc bảo vệ môi trường sinh thái, phát triển các tài nguyên du lịch. Nâng cao nhận thức của cộng đồng địa phương trong việc bảo vệ môi trường sinh thái. Cần duy trì và tăng cường công tác an ninh ở địa phương có quy định chặt chẽ với vấn đề vệ sinh của người dân và khách tham quan tại các điểm du lịch.

- Về ứng xử của cộng đồng địa phương

Cộng đồng địa phương cần “hiếu khách, thân thiện, văn minh”, tạo môi trường thoải mái, an toàn cho những người đến tham quan, tìm hiểu về địa phương của mình. Đặc biệt, Phát triển loại hình du lịch cộng đồng là tiềm năng lớn ở Lâm Bình, Tuyên Quang tạo môi trường du lịch thân thiện, gắn du lịch với sinh hoạt của cộng đồng dân cư. Lâm Bình hấp dẫn du khách với

<sup>75</sup> <http://lambinh.tuyenquang.gov.vn/gioi-thieu.html>

những làng/bản của đồng bào dân tộc thiểu số cùng với nghề truyền thống của họ, du khách có thể tham quan, mua sắm và cả tự tay làm những hàng thủ công truyền thống. Hoặc, tham gia cùng các sinh hoạt văn hóa tại địa phương.

- Cần xúc tiến, tuyên truyền, quảng bá du lịch

Nội dung thông tin quảng bá về du lịch Lâm Bình tập trung vào sự đa dạng các loại hình du lịch, các dịch vụ đi kèm. Đa dạng hóa các kênh thông tin cho du khách, chú trọng quảng bá trên truyền hình, internet để đưa hình ảnh du lịch Lâm Bình đi khắp thế giới. Tổ chức các hoạt động xúc tiến du lịch như Festival di sản văn hóa Lâm Bình.

- Nâng cao lợi ích cộng đồng và chia sẻ trách nhiệm, hợp tác phát triển du lịch

Giải quyết hài hòa mối quan hệ lợi ích từ việc khai thác du lịch với trách nhiệm bảo tồn nguồn tài nguyên du lịch. Xem xét bảo tồn tài nguyên du lịch Lâm Bình là trọng trách của các cấp chính quyền và cộng đồng dân cư ở huyện Lâm Bình. Mở rộng hợp tác phát triển du lịch với khu du lịch khác trong tỉnh Tuyên Quang. Phát triển nguồn nhân lực du lịch thông qua các chính sách thu hút nguồn nhân lực có chất lượng cao.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Quy tắc ứng xử văn minh du lịch của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, ra ngày 02/3/2017.
2. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2018): *Bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa Việt Nam vì sự phát triển bền vững*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học, Hà Nội.
3. Luật Du lịch số 44/2005/QH11.
4. Phạm Trung Lương (2000, Chủ biên): *Tài nguyên và môi trường du lịch Việt Nam*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
5. Tổng cục Du lịch (2012), "Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030", Bộ VH, TT&DL, Hà Nội
6. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch các tỉnh, thành phố trên địa bàn nghiên cứu, Báo cáo Kết quả hoạt động Văn hóa, Thể thao và Du lịch các năm 2005, 2010, 2015, 2016.
7. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch các tỉnh, thành phố trên địa bàn nghiên cứu, *Báo cáo tổng kết các năm ngành Du lịch*. Năm 2005, 2010, 2015.
8. [Http://infonet.vn/du-khach-quoc-te-thich-va-che-da-nang-o-nhung-diem-nao-post249973.info](http://infonet.vn/du-khach-quoc-te-thich-va-che-da-nang-o-nhung-diem-nao-post249973.info).
9. [Http://www.itdr.org.vn/vi/kinh-nghiem-ptdl/kinh-nghiem-trong-nuoc/1216-xay-dung-mo-hinh-du-lich-cong-dong-trong-phat-trien-cua-dia-phanh-va-kinh-nghiem-phat-trien-du-lich-cong-dong-o-mot-so-dia-phanh.html](http://www.itdr.org.vn/vi/kinh-nghiem-ptdl/kinh-nghiem-trong-nuoc/1216-xay-dung-mo-hinh-du-lich-cong-dong-trong-phat-trien-cua-dia-phanh-va-kinh-nghiem-phat-trien-du-lich-cong-dong-o-mot-so-dia-phanh.html).
10. [Http://itdr.org.vn/vi/nghiencuu-traodoi/1523-chinh-sach-phat-trien-du-lich-viet-nam-va-nhu-cau-nganh-du-lich-khach-san-trong-tuong-lai.html](http://itdr.org.vn/vi/nghiencuu-traodoi/1523-chinh-sach-phat-trien-du-lich-viet-nam-va-nhu-cau-nganh-du-lich-khach-san-trong-tuong-lai.html).
11. TS Võ Sáng Xuân Lan, Vai trò của cộng đồng trong phát triển thương hiệu du lịch, [http://khoa dulich.vanlanguni.edu.vn/userfiles/VAI%20TR%C3%92%20C%E1%BB%A6A%20C%E1%BB%98NG%20%C4%90%E1%BB%92NG-dec13\(1\).pdf](http://khoa dulich.vanlanguni.edu.vn/userfiles/VAI%20TR%C3%92%20C%E1%BB%A6A%20C%E1%BB%98NG%20%C4%90%E1%BB%92NG-dec13(1).pdf).
12. <http://lambinh.tuyenquang.gov.vn/gioi-thieu.html>.

## EVALUATION OF TOURISTS ON A NUMBER OF FACTORS AT TOURISM PLACES, EXPERIENCE FOR TOURISM DEVELOPMENT IN LAM BINH, TUYEN QUANG

*(Survey results in 3 provinces and cities in Lao Cai, Da Nang and Tien Giang)*

**Tran Thi Hien, Vu Hoa Ngoc**

*Vietnam National institute of Culture and Arts studies*

### **Abstract**

Lao Cai, Da Nang and Tien Giang are the three provinces and cities that have developed tourism activities, which have attracted many domestic and international tourists to visit. In fact, in the past few years, some tourism activities in these three areas have received a high appreciation of tourists. In addition, a number of factors still exist limitations that need to be overcome to develop tourism in the future. The paper focuses on analyzing the following issues: 1/The level of domestic and international tourists visiting the locality; 2/Assessment of tourists on a number of factors: quality of tourism services, tourism environment and behavior of local communities; 3/From there, draw some experience for tourism development in Lam Binh and Tuyen Quang. The data analyzed in this paper are the survey results in 3 areas of Lao Cai, Da Nang and Tien Giang with 465 questionnaires interviewing domestic and international tourists, handled by SPSS 16.0 program. At the same time, the authors used the method of document analysis, inheriting the results from the research works of the previous scientists as a database to objectively look at the problem of the paper mentioned.

### **Keywords**

Tourism, tourists, evaluation of tourists.



## FARMSTAY: BRINGING THE ECONOMIC BENEFITS OF TOURISM TO LAM BINH'S LOCAL COMMUNITY

Ngan Nguyen Thi, Dao Dang Thi Hong

*Tien Giang University*

### Abstract

The potential of making a fortune and horizontal integration, together with the prospect of establishing connections between countries has given tourism increasing popularity among developing countries. Lam Binh is a mountainous district of Tuyen Quang province which has been promoting tourism development and recognizing the importance of farmstay due to the fact that it is a form of niche tourism considered as a growth sector in many parts of the world, especially in Malaysia. Natural tourism or farm tourism have been recognized as an alternative activity to diversify the economic growth. It brings the economic benefits of tourism to community families. For farmers with small to medium sized farm, the only way to stay in agriculture is to find ways to diversify their incomes. However, in recently years, many sustainable farmstay forms have still much limitation without exploiting fully its potential. In this article, authors will indicate the real situation of natural tourism in Lam Binh District, and introduce some farmstay models of the countries. On the basis, authors also recommend that tourism industry should make stronger links with agriculture to make farmstay form continue the tourism trend in Lam Binh - Tuyen Quang.

### Keywords

Farmstay, agri-tourism, local community, tourism in Lam Binh district, sustainable tourism.

### 1. INTRODUCTION

In recent years, tourism plays an outstanding sector that has an impact on everyone's life and development of country economy. The main benefits of tourism are income creation for local people and generation of jobs for community. For many regions and countries. It is the most important source of welfare. According to Gannon (1994), he stated that tourism industry has been reported to be one of the biggest employers in developing countries, particularly in Vietnam. It is obviously that visitors pay for food, hotels, and other specialties at slightly higher prices than the natives do, as they are on vacation and want to enjoy it. For this reason, tourism is backbone in financial hubs some developing countries in the world because they earn tons of dollars every year. With the development of new tourism forms, rural tourism is form of niche tourism that is considered as a growth sector in many parts of the world, especially in Viet Nam. It maximizes the utilization of farm setting and environment with local hospitality to increase income and welfare of the farming population (Neda Tiraieyari, 2011). Tuyen Quang is one of the tourist provinces with great potential to develop agri-tourism, and Lam Binh is a prominent district to develop this tourism form. According to the statistics of Culture and Information Office of Lam Binh District, the number of tourists coming to Lam Binh district has been increasing yearly. Take the number of visitors coming in 2011 as an example, that year Lam binh district welcomed only 3500 guests, however, since 2014 the totally number of visitors was

nearly 8000 visits. In generally, total tourist arrivals increased dramatically especially in 2017 and thereafter. Thus, rural tourism was identified as an important industry encouraged the socio-economic development of Lam Binh as a provider of foreign exchange earnings, and employment opportunities. As it was mentioned earlier, agriculture has played a significant part in the development in Viet Nam and continues to make an important contribution to the national economy. With the typical features of a mountainous province such as fresh air, and convenient location, Tuyen Quang has many prominent natural advantages in order to develop tourism effectively. Lam Binh district was given a lot of beautiful scenes and diverse ecosystem with some stimulated mountains, pastures, vast forests, big lakes, wonderful waterfall. Especially, 99 impressive mountains in Thuong Lam commune were taken as an example of "Ha Long bay between great thousands". In addition, Lam Binh also has 6 national historical sites with many elegant landscapes such as Song Long cave, Nam Me stream, and Khuoi Nhi waterfall in which contain traditional cultural values of Tuyen Quang. These are prosperous natural profits for developing tourism in Lam Binh district, Tuyen Quang province and this is the best chance to identify as a tool for rural revitalization. The aim of promoting tourism is to increase the net benefits to rural people, and increase their participation in managing the tourism products. If tourism models can be developed in rural areas, with support of local authority, poverty fact will be reduced. It is perhaps understandable that governments of Lam Binh should have given a great deal of attention to the economic benefits of tourism, particularly for rural areas attempting to keep peace and adapt to the vigorous globalized economy.

## 2. WHAT IS RURAL TOURISM?

The concept of rural tourism is conceptualized similarly to the types of farm tourism, heritage tourism, green tourism, and vacation homes in rural areas... This is a type of model formed from the first year of the 80s of the twentieth century and it was popular in most countries in Europe such as France, Hungary, Bulgaria, Netherlands, Denmark, Sweden ...The definition of rural tourism is quite diversified as the history of formation and development of this type of tourism. Depending on the socio-cultural factors of each geographical region, the concept of rural tourism is defined differently. The difference in rural tourism in developed and developing countries is that: in developing countries, rural tourism is viewed as diversifying agricultural income which contribute to prevent hunger, promote internal strength of the community, preserve traditional cultural identity values and protect the environment. Therefore, rural tourism in these countries develops in width. In developed countries, this type of tourism develops in depth, the main reason is that rural areas are increasingly shrinking [7]. According to the author, rural tourism has the following basic characteristics: (1) The foundation of rural tourism is agriculture; (2) The rural tourism model may be changed over time and space to suit the situation; (3) Rural tourism does not compete with other types of tourism, the development of other industries is a premise for tourism development. However, the competition in the industry is huge; (4) Easy to develop variations of rural tourism; (5) Interdisciplinary and upland [7]. In addition, according to the tourism expert Bernard Lane, rural tourism is a type of tourism taking place in rural areas, practical for the countryside, operating based on typical characteristics of the rural areas with small business scale, open space, contact directly and living in the natural world, the socio-cultural heritages and traditional culture in the village. Rural tourism is mainly developed and managed by the locality, serving the long-term interests of the people in the

village. Rural tourism with many types, showing diverse characteristics of environment, economy, history, characteristics of each rural.[1]

Meanwhile, according to the World Tourism Organization, rural tourism is a type of tourism which visitors' experiences involve many activities based on nature, agriculture, rural cultural lifestyles, landscapes. Tourism activities must have the following characteristics: (1) the area where this activity takes place is low population density, (2) landscapes and activities are mainly based on agriculture or forestry, (3) commune structure associations and lifestyles in the traditional way (WTO, 2019). Thus, the concept of rural tourism in Vietnam is different from the world. In Vietnam, rural tourism only focuses on agri - natural resources and the mechanism of operation. In some provinces in our country, the rural tourism models have not focused on the needs of tourists' experience which focuses on the sale of tourism products that are out of fashion, and unattractive to tourists' taste in the countryside. While, the rural tourism in the world is wider, it is not only related to agriculture but also forestry, and it emphasizes the visitor's experience involving many activities based on nature, agriculture, and lifestyle, diverse special products, etc. The resources exploited in this type of tourism include both the natural and cultural values of the countryside.

### **3. RURAL TOURISM IN THE WORLD AND IN VIETNAM**

#### **3.1. Rural tourism in the world**

The rural tourism model has been expanding on a global scale. In Greece, rural tourism models will provide guests with meals and breakfast traditionally and homemade processing materials. In addition, there is an auxiliary service that organizes cultural or relaxing activities for visitors. In the Netherlands, the rural tourism products are that the visitors can camp on the farm, and the farm owners work together to organize biking, horse riding, and walking tours. In Hungary, rural tourism is tourist villages. Visitors can experience traditional culture and participate in life in the countryside [1]

In France, besides, famous architectural works such as the Eiffel Tower, Notre Dame Cathedral, magnificent palaces, coastal resorts or attractive ski areas,... the beautiful, peaceful and romantic rural areas as well as the farms also attract many tourists to visit yearly. Many rural tourist destinations become interesting destinations for families on vacation, students in reality programs, internships national and international tourists to visit, learn and experience, etc. In France, there are rural tourism networks such as the French State network, Farmers' Welcome network, Farm welcome, etc. Farmers participate in the rural tourism network must be registered and licensed. These networks open training classes on travel services, check and rank rural houses according to the 1 to 5-star tourism standards and set rental rates, issue travel guides to inform to customers.[2]. In Japan, these rural tourism models have been appeared since the 1995s. The Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries has been developing rural motels throughout the country. Visitors to the country houses or the farms will be provided with leisure and catering services. Then, visitors will be able to participate in daily activities of the people here such as farming, harvesting or fishing, ...In China, the government has had rural tourism programs aimed at reducing poverty in some provinces such as Yunnan, Guangdong, etc. Tourism destinations in China's vast countryside each year welcome 300 tourist arrivals, turn over of 40 billion yuans. According to official statistics of the China National Administration of Tourism, 30 rural tourist destinations around Shanghai welcomed 3.91 million visitors in 2006,

an increase of 86% compared to 2005; every year, about 60 million visitors from urban areas choose to go to rural areas during the "3-week golden vacation" in May, October and the time of the Spring Festival [7]. In South Korea, rural tourism started in 1984 from a government project such as visiting farms, picking fruits, taking pictures of the countryside. These tours attracted many tourists. Many villages in Korea used to be poor before, but since applying the program, people's income has increased significantly. Due to different economic, social and natural conditions, the form of rural tourism also varies by the regions, countries and territories. For example, in Australia, rural tourism relies mainly on large farms. In Japan, the main form of tourism is friendly hostels in the countryside. In Korea, rural tourism is organized on the small farms. In Taiwan, rural tourism is organized according to community interest groups. In China and India are the countries with many villages so rural tourism is organized by village size. Rural tourism development will contribute to conserve the heritage and protect the environment; reduce the poverty through rural economic development and industry development. It helps develop eco-tourism and other forms of tourism. Besides, it also educates, coaches and develops strengthening skills for the community, creates jobs for women and uses local products, helps develop ecological agriculture.[7]

### **3.2. Rural tourism in the Viet Nam**

In Vietnam, the concept of rural tourism has not been strongly mentioned in legal documents even though our country has the potential for rural tourism. However, on December 6, 2018, the National Target Program Steering Committee organized a national workshop on the topic of 'Rural Tourism Development associated with New Rural Construction' in Lai Chau, chaired by Mr. Vuong Dinh Hue, member of the Politburo, Deputy Prime Minister, Chairman of the National Program Steering Committee, and join together with leaders of ministries, central agencies, 50 localities, business experts and international tourism business. The workshop demonstrated the important role of rural tourism in the realsituation of Vietnam (Ministry of Agriculture and Rural Development, 2018). Accordingly, rural tourism must be associated with agricultural development. In addition, with the characteristics of the tourism, rural tourism not only eliminates hunger but also reduces poverty, increases income for farmers, and helps preserve and promotes literary values in the local. Typically, rural tourism has brought significant benefits to participating households in some villages such as Ninh Binh, Lai Chau, Hoi An, Tien Giang, Ben Tre, Vinh Long,... current tourism products in rural areas such as: visiting tourist attractions in the countryside, historical sites; visiting craft villages, producing agricultural areas, fruit orchards, food services; selling handicrafts and agricultural products; organizing tours for tourists so they can experience socio-economic and cultural activities. In addition, by the end of 2018, Viet Nam had 59 districts achieved new rural standards. Thus, in general, rural Vietnam has been equipped with essential infrastructures to be able to exploit rural tourism in Vietnam. New rural development will be a condition for tourism and industry development. Meanwhile, tourism will also be a driving force to promote the new rural movement, adding more value to agricultural products, contributing to local production. When the tourism models develop, tourists will experience and know more about rural cultural values through the lifestyles, habits and customs of the native.

## **4. THE POTENTIAL BENEFITS OF RURAL TOURISM**

Rural tourism plays an important role on local community in terms of revenue and job opportunities. It can contribute to rural development by generating new jobs and new value added. This is the potential chance for many famers in order to choose agri-tourism enterprises

and develop an extra source of income to their traditional agricultural activities. According to Roselyne Okech (2012), he revealed that small-scale farmers have found agri-tourism to be an effective means to add on their declining farm incomes. The main purposes of rural tourism are sustainable rural development and the supplementary income for farmers and local communities. For this reason, Lam Binh local people have a good chance to improve their living conditions based on the development of rural tourism. It is no doubt that rural tourism is considered to be a tool of expanding farm operations; increasing awareness of local people; using farm based on products in an innovative way; improving farm income; developing new trade market; increasing appreciation of the importance of conserving agricultural land uses; as well as leisure facilities; upgrade farm living and working areas; and expanding the long term sustainability for farm businesses (Williams et al., 2001).

In recent days, foreign tourists are very concerned about dirty food, poisonous vegetables or fruits with high content chemical and pesticide. Therefore, rural tourism brings some significant benefits about solving problems of safety food or cuisine. Tourists can experience by growing or taking care of their own vegetables, they can cook and enjoy them and then buy them to make souvenir for their family. This is the best advantage to develop rural tourism effectively. Beside to providing clean vegetables and fruits for tourists, rural tourism provides a stable income for farmers - especially in Lam Binh. As we know certainly that one of the advantages of rural tourism is that it is based on local; initiatives, local management, is rooted in local scenery and it taps into local culture. OKECH (2012) stated that the aim of 'rural tourism' is to increase some benefits to people from the rural areas, and increase their participation in the development of the tourism products. Hence, rural tourism brings many job opportunities for local people, and promotes economic development for Tuyen Quang more obviously. Taking Son Tra farmers as an example, they have invested to develop tourism models for high income. Additional advantages include job creation, conservation of rural lifestyles that are culturally based on agriculture, and conservation of the nature at Lam Binh district will be conducted effectively. Simultaneously, rural tourism model also helps promote the image of Vietnamese in the world.

Researchers in agri-tourism development have reported that the motivations for agri-tourism development are economic (Hill, 2005). The economic benefits to the community have been considerable yearly. Thus, with the convenient location, Lam Binh district has many chances to improve rural tourism and bring some stable incomes for local people. Hawaii Agricultural Statistical Office (2004) stated that farmers in Hawaii currently are engaged in agri-tourism business activities. In terms of revenues originated from agri-tourism, on-farm sales direct to visitors accounted roughly 40% of total revenues; followed by retail sales of products from other farms and souvenir items (26.8%); outdoor recreation (14.8%); accommodations (7.4%); education, including rural tours (3.5%); and entertainment (3.1%). The report also noted that farmers received many huge profits from rural tourism models. It can be emphasized that Lam Binh district has an outstanding chance to develop this tourism model with the aim of improving living conditions, protecting and conserving the environment as a factor of recreation and rehabilitation creative potential of the individual, creating conditions for carrying out other economic activities, industrial, commercial for rural areas. In addition, agri-tourism will not only create employment for the people but also it is closer to natural area that respects and protects cultural race and environmental resources. For this reason, tourism in the countryside is increasingly desirable nature of city dwellers with money, but stressed, eager to return to nature,

the life of the rural community. These activities constitute an important contribution to economic development in rural areas will have an impact on their future development (Pearce P, 1990).

Lam Binh district is currently undergoing significant economic and social changes, mostly induced by the development of information and communication technologies and the strengthening of rural development policy. They are confronted simultaneously with significant weaknesses and new challenges and opportunities, while development rural tourism has played a significant role to improve local people's living. It is obviously that Lam Binh has an ideal location thence the rise of environmentalism has led to increasing interest over natural resource use and development in this district of Tuyen Quang province. Within this context, the major strategic priority of Lam Binh rural development policy is to promote employment and improve the conditions for growth in rural areas. Tourism is the major part of the shift in the economic base of rural societies (Brandth and Haugen, 2011) promoting thus rural vitality and sustainability (Hall et al., 2003). In addition, the contribution of tourism to rural development is important if local people participate in its development, it is also a mean to protect the environment, economic and cultural-historical traditions, rural local. (Irina-Virginia, 2012). At lam Binh, rural tourism model can be developed that the peasant farmstay guest house, farm household consumption of agricultural products that participation in a more or less specific agricultural activities. (Rodica Minciu, 2004 p.89).

## **5. CURRENT SITUATION OF RURAL TOURISM DEVELOPMENT IN LAM BINH**

At present, Lam Binh district is strongly developing tourism according to the model of homestay community tourism. Tourists can take a rest at the traditional stilt houses of ethnic minorities in Na Tong, Khao Dao and Na Va villages, etc. After that, they can attend traditional festivals such as the Nhay Lua festival, Long Tong festival with the charming ethnic culture. This model has been applied in 6 communes such as Hong Quang, Thuong Lam, Khuon Ha, Lang Can, Xuan Lap and Phuc Yen. In addition, the district also promotes the strength of available natural resources by ecotourism tours such as visiting Tuyen Quang hydroelectric lake by rowing the raft, rowing the kayak or contemplating the impressive beauty of 99 mountains as well as the poetic beauty and wild features at Song Long cave, Man Me, KhuoiNhi, Khuoi Sung waterfall, PhiaVai archaeological site, etc. These tours attract many domestic and foreign tourists to visit. Besides, the spiritual tourism is also considered one of the strengths of the district because the people here still retain the ancient temples and pagodas which were built for a long time. Typically, the Pu Bao temple in Lang Can commune or Phuc Lam pagoda in Na Tong village. Moreover, cultural-historical tourism in the historical site of H52 Military Workshop attracts many tourists when they come to Lam Binh. The type of rural tourism in the district has not been strongly applied yet. However, the rural tourism resources in Lam Binh are diverse in types including topography, climate, flora and fauna system, and cultural resources expressed through customs, lifestyles of people especially ethnic minority fellow - citizen and trade villages. Currently, Lam Binh district has many trade villages such as the producing bamboo handicrafts village in Khuon Ha, Hong Quang commune; the traditional cotton-weaving village in Lang Can commune, the wine - making from rice and alcohol yeast from leaf villages in Lang Can, Binh An commune; and the traditional making - vermicelli villages in Thuong Lam, Phuc Yen and Binh An commune. Although Tuyen Quang province has issued and organized many mechanisms and policies to encourage and support the development of rural careers, such as

Resolution No. 29/2009 / NQ-HDND on development policies. However, the products of trade villages bearing the cultural characteristics of the region need to be properly supported to promote their cultural values, both bringing economic benefits and confirming the local cultural values. Furthermore, the construction works, temples, pagodas, festivals were created from practical agricultural life that is a cultural tourism resource to contribute to the development of the rural tourism model in District. In addition, in these days, the District is also implementing the developing projects for special plants and animal products in the local by the District People's Committee. Lam Binh also deploys a project about growing Bo Khai and Ngot Rung vegetables; Giao Co Lam trees in Khau Dao villages (Thuong Lam); Nam Chá and Nam Diep (Lang Can); Lung Luong, Na Chuc (Hong Quang), Ban Phu (Tho Binh), etc with the area of 8.4 hectares. In particular, the area of Bo Khai vegetables is 4 hectares, Ngot Rung vegetable is 1.6 hectares, Giao Co Lam trees are 2.8 hectares.[8]. Besides, Lam Binh has a convenient the natural condition for the development and expansion of the model of raising fish in the cage. Currently, the total area of raising fish in the district is 3,562 hectares in which the area of hydroelectric lake is nearly 4,000 hectares, the rest is ponds and lakes [9]. The model of the special raising cattles of the region has also been replicated in the local such as black pig farms, rocket pigs, etc. These are favorable conditions to develop rural tourism based on promoting available resources. This will also promote the introduction of typical agricultural products of the region. Along with the support of leaders at all levels, the attention and coordination of the departments, tourism when working closely with the agricultural and rural sector will have the opportunity to thrive and sustainable.

## 6. SUGGESTIONS

A greater part of Tuyen Quang is made up of mountainous areas, which means that most of the touristic activities and features that this region can offer are based in the rural areas within Lam Binh district. With the current situation of tourism resources were mentioned above, Lam Binh has the great potential in rural tourism development, especially in rural tourism models. There are a lot of prominent rural tourism activities implemented at Lam Binh based on exploiting the natural and cultural tourism resources. In general, there are many typical types of farmstay models that can be improved and applied at Lam Binh district including:

- Firstly, Breeding bees for honey model: this model has been conducting with the aim of the occupation of owning and breeding bees for honey. This is a truly unique feature in Lam Binh. Nestled among the vast forest covered with thousands of accient trees, breeding bees farmstay offers guests a unique cultural experience while enjoying comforts. Enjoy many farms sourced organic honey while watching farmers tend to their crops. Furthermore, tourists will have an opportunity to socialize with local people in a relaxing environment, talk life, and learn more about local culture.

- Secondly, developing organic farm model should be emphasized to conduct at Lam Binh district. In this model, farmers create healthy balance products between nature and farming, where crops and livestock can grow and thrive in their given landscape. Coming this Organic farm model, visitors may learn about the different ways to plant and raise such as Bo Khai, Ngot Rung vegetables; Giao Co Lam trees; black pigs, rocket pigs farm. Besides, travellers will be introduced to many properous agricultural product values. Thus, this model should be focused in the depth to exploit its potentialities. Moreover, visitors not only visit this organic farm but also

collect agricultural products, and then they can cook and enjoy them at the homestay host house. Therefore, farmers can sell their products on the farm and visitors have useful experience. Especially, tourists become knowledgeable of the culture and lifestyle in Vietnam, and most importantly, get a real insight into a traditional Vietnamese farm.

This paper with hope that rural tourism models will illustrate the benefits that agri-tourism may bring to farmers and local communities. Lam Binh district has great potential to develop farmstay accommodation due to natural attractions and different types of agricultural products as well as rural traditions. In general, it is a good opportunity to develop this business in Tuyên Quang province particularly in Lam Binh. The government had better also provide financial aids to the rural activities in Tuyên Quang well. This province has developed a well - established tourist industry, well - endowed with natural resources; obviously it has the great potentiality for lucrative rural tourism activities. Therefore, governments should promote farmers and local communities to develop agriculturally based on tourism that may become tourist destinations. The tourism sector will continue to play an outstanding role in development of Tuyên Quang and rural tourism as an economic development instrument has potential to contribute to rural development.

## REFERENCES

1. Nguyễn Thị Diễm Phương (2018), Phát triển du lịch nông thôn ở tây nam bộ: tiềm năng và thách thức, Đại học KHSHNV tpHCM
2. La Nữ Ánh Vân, *Du lịch nông thôn việt nam – tiềm năng và thách thức*, khoa du lịch trường đại học phan thiết
3. Đào Ngọc Cảnh, Ngô Thị Ái Thi (2018), Phát triển du lịch cộng đồng dựa vào cộng người Khmer ở huyện Tịnh Biên, tỉnh An Giang, trường ĐH Cần Thơ.
4. <https://www.nhandan.com.vn/chinhtri/item/38938002-de-“du-lich-nong-thon”-phat-trien-ben-vung-cung-nong-thon-moi.html>
5. <http://thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/thoi-su/2019-01-15/phat-trien-du-lich-nong-thon-giai-phap-can-co-nang-cao-gia-tri-san-xuat-nong-nghiep-66716.aspx>
6. <https://vietnamnet.vn/vn/kinh-doanh/thi-truong/du-lich-nong-thon-mo-vang-cho-nong-dan-viet-493129.html>
7. <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/5410>
8. <http://lambinh.tuyenquang.gov.vn>
9. <http://dulichtuyenquang.gov.vn/GroupCap2/4/2/Huyen-Lam-Binh.html>
10. <http://dulichlambinh.gov.vn>
11. Brandth, B. and Haugen, M. (2011), “Farm diversification into tourism - Implications for social identity?”, *Journal of Rural Studies*, Vol. 27, pp.35-44.
12. Gannon, A. (1994) Rural Tourism as a Factor in Rural Community Economic Development for Economies in Transition. *Journal of Sustainable Tourism* 2 (1&2), pp 51-60.
13. Hall, D., Roberts, L. and Mitchell, M. (2003), *New Directions in Rural Tourism*, Ashgate, Aldershot.
14. Hawaii Statistical Office (2004). Hawaii Ag-Tourism. Hawaii Agricultural Statistics, Honolulu, HI.



15. Irina-Virginia (2012). Rural Tourism for Local Economic Development. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*. Volume 2, Special Issue 1 (2012), pp. 196-203.
16. Neda Tiraieyari (2011). Agri-tourism: Potential opportunities for farmers and local communities in Malaysia. *African journal of agricultural research*
17. Pearce P (1990). Farm tourism in New Zealand: A social situation analysis. *Ann. Tourism Res.* 17:337-352.
18. Rodica Minciu (2004), Tourism Economy, Uranus Publishing House, Bucharest, p.89.
19. Roselyne Okech (2012). Rural tourism as a sustainable development alternative: an analysis with special reference to Luanda, Kenya. *Sustainability, tourism and environment in the shift of a millennium: a peripheral view*.
20. Williams P, Paridaen M, Dossa K, Dumai M (2001). Agritourism market and product development status report, *Centre for Tourism Policy and Research. Simon Fraser University Burnaby, BC, Canada*.

## **NÔNG TRẠI: MANG LẠI LỢI ÍCH KINH TẾ CỦA DU LỊCH ĐẾN CỘNG ĐỒNG ĐỊA PHƯƠNG Ở LÂM BÌNH**

**Nguyễn Thị Ngân, Đặng Thị Hồng Đào**  
*Trường Đại học Tiền Giang*

### **Tóm tắt**

Tiềm năng tạo ra sự hội nhập theo chiều ngang và tài sản, cùng với triển vọng thiết lập kết nối giữa các quốc gia đã khiến du lịch ngày càng phổ biến giữa các nước đang phát triển. Lâm Bình là một huyện miền núi của tỉnh Tuyên Quang đã được thúc đẩy phát triển du lịch và nhận ra tầm quan trọng của trang trại do thực tế đây là một hình thức du lịch thích hợp được coi là một ngành tăng trưởng ở nhiều nơi trên thế giới, đặc biệt là ở Malaysia. Du lịch tự nhiên hoặc du lịch nông trại đã được công nhận là một hoạt động thay thế để đa dạng hóa tăng trưởng kinh tế. Nó mang lại lợi ích kinh tế của du lịch cho các gia đình cộng đồng. Đối với nông dân có trang trại quy mô vừa và nhỏ, cách duy nhất để ở trong nông nghiệp là tìm cách đa dạng hóa thu nhập của họ. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, nhiều hình thức trang trại bền vững vẫn còn nhiều hạn chế mà không khai thác hết tiềm năng của nó. Trong bài viết này, các tác giả sẽ chỉ ra tình hình thực tế của du lịch tự nhiên ở huyện Lâm Bình, và giới thiệu một số mô hình trang trại của các quốc gia. Trên cơ sở, các tác giả cũng khuyến nghị ngành Du lịch nên liên kết chặt chẽ hơn với nông nghiệp để hình thức trang trại tiếp tục xu hướng du lịch ở Lâm Bình - Tuyên Quang.

### **Từ khóa**

Nông trại, du lịch nông nghiệp, cộng đồng địa phương, du lịch tại huyện lâm bình, du lịch bền vững.

## PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở LÂM BÌNH, TUYÊN QUANG CẦN THEO LỘ TRÌNH QUEN MÀ LẠ

**Chữ Thị Thu Hà**

*Trường Đại học Văn hóa Hà Nội*

### Tóm tắt

Đất nước Việt Nam tươi đẹp với bản sắc văn hóa độc đáo của 54 tộc người có một lợi thế lớn để phát triển du lịch. Với quyết tâm biến du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, nhiều địa phương trong cả nước đã đẩy mạnh khai thác thế mạnh về điều kiện tự nhiên và nhân văn để phát triển du lịch, biến di sản văn hóa của các tộc người trở thành tài sản nhằm nâng cao đời sống vật chất và tinh thần cho người dân. Lâm Bình là một huyện vùng cao nằm ở phía bắc tỉnh Tuyên Quang. Thiên nhiên đã ưu đãi cho Lâm Bình nhiều cảnh quan thiên nhiên đẹp như hang Phia Vài, động Song Long, thác Nặm Me, thắng cảnh Thượng Lâm, hang Khuổi Pín..., nhiều di tích lịch sử văn hóa như chùa Phúc Lâm, đền Pú Bảo, Xưởng Quân khí H52... và bản sắc văn hóa độc đáo của 14 dân tộc sinh sống trên địa bàn huyện. Từ năm 2011, Lâm Bình bắt đầu khai thác phát triển du lịch, tận dụng tiềm năng là lợi thế vốn có để thúc đẩy nền kinh tế của địa phương. Tuy nhiên, đây mới chỉ ở chặng đường đầu, để thu hút ngày càng nhiều du khách đến với Lâm Bình nói riêng và đến với Tuyên Quang trong tương lai thì ngoài lộ trình quen thuộc mà nhiều địa phương trong cả nước đã và đang thực hiện, du lịch Lâm Bình cần xây dựng cho mình một dấu ấn riêng, độc lạ. Thiết nghĩ đó chính là chìa khóa để tạo nên sự thành công trong phát triển du lịch tại Lâm Bình. Bằng phương pháp phân tích tài liệu kết hợp với điền dã dân tộc học, tham luận tập trung phân tích thực trạng khai thác du lịch ở một địa phương được coi là điểm sáng của du lịch Tây Bắc – huyện Mộc Châu, tỉnh Sơn La, từ đó rút ra một số gợi ý cho phát triển du lịch tại Lâm Bình trong thời gian tới.

### Từ khóa

Du lịch, Lâm Bình, Tuyên Quang.

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO) đã nhận định trong thời gian tới, du lịch tiếp tục tăng trưởng trên phạm vi toàn cầu với số lượng khách du lịch quốc tế dự báo đến năm 2030 đạt khoảng 1,8 tỷ lượt. Trong đó, Đông Nam Á được đánh giá sẽ trở thành khu vực thu hút khách du lịch quốc tế lớn thứ 4 thế giới. UNWTO cũng dự báo năm 2030, khách du lịch đi với mục đích thăm viếng, sức khỏe và tôn giáo sẽ chiếm 31% tổng lượng khách du lịch quốc tế; với mục đích tham quan, nghỉ dưỡng, vui chơi, giải trí chiếm 54%; với mục đích công việc và nghề nghiệp chiếm 15%. Đáng lưu ý, nhu cầu trải nghiệm của khách du lịch hướng tới những giá trị mới được thiết lập trên cơ sở giá trị văn hóa truyền thống (*tính độc đáo, nguyên bản*), giá trị tự nhiên (*tính nguyên sơ, hoang dã*), giá trị sáng tạo và công nghệ cao (*tính hiện đại, tiên nghi*)<sup>76</sup>. Dự báo trên là tín hiệu đáng mừng cho du lịch của Đông Nam Á nói chung và Việt Nam nói riêng bởi Việt Nam hiện đang nằm ở top 5 điểm đến hàng đầu của khu vực, top 100 điểm đến hấp dẫn của du lịch thế giới.

<sup>76</sup> <http://baophapluat.vn/the-gioi-sao/xu-huong-phat-trien-cua-du-lich-the-gioi-den-nam-2030-284670.html>.

Việt Nam là quốc gia có nhiều cảnh quan đẹp với 54 dân tộc sinh sống. Mỗi dân tộc đều có bản sắc văn hóa riêng, góp phần tạo nên nền văn hóa Việt Nam thống nhất trong đa dạng. Đây chính là tiềm năng, là sức hấp dẫn đối với du khách trong và ngoài nước. Nghị quyết số 08 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn đã ghi nhận sự phát triển của ngành Du lịch đã và đang góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế và xuất khẩu tại chỗ; bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa, tài nguyên thiên nhiên; tạo nhiều việc làm, nâng cao đời sống nhân dân; đẩy mạnh quá trình hội nhập quốc tế, quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam. Và đưa ra mục tiêu đến năm 2020, ngành Du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội; Phần đầu đến năm 2030, du lịch thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn, thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển của các ngành, lĩnh vực khác; đưa Việt Nam thuộc nhóm các nước có ngành Du lịch phát triển hàng đầu khu vực Đông Nam Á<sup>77</sup>. Để biến mục tiêu mà Nghị quyết số 08 nêu ra thành hiện thực, nhiều địa phương trong cả nước đã khẩn trương xây dựng đề án cơ cấu lại ngành Du lịch, cố gắng khai thác tiềm năng, lợi thế vốn có để đẩy mạnh phát triển du lịch. Một trong những khu vực có nhiều thế mạnh trong phát triển du lịch của cả nước và có nhiều nỗ lực để tìm hướng đi cho phát triển du lịch là vùng Trung du, miền núi Bắc Bộ. Vùng trung du, miền núi Bắc Bộ có diện tích 95.338,8 km<sup>2</sup>, bao gồm 14 tỉnh, thành phố: Hòa Bình, Sơn La, Điện Biên, Lai Châu, Yên Bái, Phú Thọ, Lào Cai, Tuyên Quang, Hà Giang, Bắc Kạn, Thái Nguyên, Cao Bằng, Lạng Sơn và Bắc Giang. Đây là vùng không chỉ có địa bàn quan trọng về kinh tế, xã hội, quốc phòng, an ninh của cả nước mà còn là vùng nhiều tiềm năng cho phát triển du lịch với cảnh quan thiên nhiên đa dạng, kỳ thú và bản sắc văn hóa độc đáo của nhiều dân tộc thiểu số như Tày, Nùng, Thái, Mường, Dao, H'Mông, Pà Thẻn... Với quyết tâm và hướng đi đúng đắn, ngành Du lịch của một số tỉnh trong vùng thời gian qua đã có bước phát triển rõ rệt, đạt được những kết quả quan trọng, rất đáng khích lệ như Lào Cai, Sơn La, Lai Châu, Cao Bằng... Với phạm vi bài tham luận, tác giả không tham vọng đi tìm hiểu, đánh giá thực trạng phát triển du lịch của nhiều địa phương, mà chỉ tập trung nghiên cứu, tìm hiểu về một huyện của vùng Tây Bắc - huyện Mộc Châu, tỉnh Sơn La là huyện được đánh giá có tốc độ phát triển du lịch nhanh và mạnh nhất trong toàn tỉnh Sơn La trong thời gian qua, là một trong những trung tâm du lịch trọng điểm quốc gia, nằm trong chiến lược phát triển của du lịch vùng Tây Bắc. Từ việc phân tích, đánh giá những thành công của du lịch Mộc Châu, một huyện có điều kiện tự nhiên và nhân văn tương đồng sẽ cung cấp cho Lâm Bình một số bài học hữu ích cho phát triển du lịch trong tương lai.

## 2. Phát triển du lịch ở Mộc Châu và một số bài học kinh nghiệm

Mộc Châu trong thời gian qua đã có nhiều cố gắng và sáng tạo để có được thành công trong hoạt động du lịch. Theo định hướng phát triển kinh tế - xã hội và quy hoạch không gian đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, Mộc Châu được xác định nằm trong Khu du lịch quốc gia Mộc Châu với hệ thống sản phẩm du lịch đa dạng, độc đáo, trở thành điểm nhấn của du lịch vùng Tây Bắc. Số lượng khách du lịch đến Mộc Châu tăng dần theo các năm, đem lại doanh thu không nhỏ cho địa phương. Theo số liệu thống kê từ phòng Văn hóa và Thông tin huyện Mộc Châu, số lượt khách đến Mộc Châu năm 2010 là 281.370 lượt, đến năm 2017 tăng lên gấp 4 lần với 1.150.000 lượt. Đặc biệt, trong các dịp lễ hội, số lượng khách đến Mộc Châu tăng vọt, dao động trên dưới 50.000 người. Doanh thu từ du lịch năm 2010 là 301 tỷ đồng, đến năm 2017 tăng

<sup>77</sup> Ban Chấp hành Trung ương Đảng (2017), *Nghị quyết số 08/NQ – TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*.

hơn 3 lần, đạt 1.035 tỷ đồng. Đến nay, trên địa bàn huyện có 182 cơ sở lưu trú du lịch (*trong đó có 01 khu resort, 01 khách sạn 4 sao, 02 khách sạn 3 sao, 02 khách sạn 2 sao*) với tổng số 1.900 phòng, 3.742 giường; có 10 doanh nghiệp kinh doanh du lịch; trên 300 cơ sở phục vụ ăn uống, cùng nhiều cơ sở vui chơi, giải trí.<sup>78</sup>

Để có được kết quả như trên, trước hết phải khẳng định, Mộc Châu có nhiều ưu thế về vị trí địa lý, điều kiện tự nhiên và nhân văn để phát triển du lịch.

Về vị trí địa lý, dù là huyện miền núi, cao nguyên và biên giới nhưng Mộc Châu nằm ở vị trí cửa ngõ quan trọng của tỉnh Sơn La, kết nối Sơn La với các tỉnh vùng Tây Bắc và thủ đô Hà Nội. Mộc Châu chỉ cách Hà Nội 180 km về hướng Tây Bắc, cách trung tâm thành phố Sơn La 120 km về hướng Đông Nam. Đó là khoảng cách lý tưởng, đủ gần để du khách muốn đến, đủ xa để du khách nghỉ lại. Hơn thế, Mộc Châu có cửa khẩu Lóng Sập sang đất bạn Lào, khách du lịch Thái Lan, Lào dễ dàng sang Mộc Châu, từ đó đến Hà Nội và các tỉnh miền Bắc. Khí hậu Mộc Châu mang đặc trưng khí hậu cao nguyên ôn hòa, mát mẻ quanh năm với nhiệt độ trung bình năm khoảng 18,5°C. Đặc biệt khoảng tháng 12 đến tháng 2 còn có hiện tượng băng tuyết, đã tạo ra sức hấp dẫn đối với du khách tham quan. Đặc điểm khí hậu tạo cho Mộc Châu trở thành Đà Lạt thứ hai của miền Bắc, thiên đường của các loài hoa thơm, cây trái. Thiên nhiên cũng ưu đãi ban tặng cho Mộc Châu nhiều danh thắng như: Hang Dơi, Ngũ Động - Bản Ôn, Thác Dải Yếm, đỉnh núi Pha Luông,... Bên cạnh sự phong phú về tài nguyên du lịch tự nhiên, huyện Mộc Châu còn có nguồn tài nguyên du lịch văn hóa đặc sắc mang sắc thái văn hóa của 12 dân tộc anh em sinh sống trên địa bàn huyện. Ngoài ra, trên mảnh đất Mộc Châu còn có nhiều di tích lịch sử văn hóa cách mạng như: Di tích lịch sử đồn Mộc Ly, Di tích lịch sử bia căm thù Khu 64, Di tích lịch sử Văn bia Trung đoàn 83 quân tình nguyện Việt Nam - Lào, Di tích lịch sử Bác Hồ nói chuyện với nhân dân Mộc Châu...

Tuy nhiên, yếu tố quyết định tạo nên thành công cho du lịch Mộc Châu là nhân tố con người, trước hết từ tầm nhìn và sự hoạch định phù hợp cho du lịch Mộc Châu.

Trong thời gian qua, các cấp chính quyền và nhân dân Mộc Châu đã biết khai thác hiệu quả tiềm năng vốn có của huyện, trong đó tập trung có trọng điểm phát triển các sản phẩm du lịch mới, sản phẩm du lịch đặc thù và xây dựng thương hiệu Khu du lịch Mộc Châu, phát triển không gian du lịch theo hướng hình thành các trung tâm du lịch sinh thái, khu vui chơi giải trí cao cấp, khu nghỉ dưỡng cao cấp, các khu, điểm du lịch vệ tinh, các bản văn hóa cộng đồng gắn với việc gìn giữ và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống của địa phương. Bên cạnh đó, địa phương cũng không quên khai thác, phát triển thế mạnh truyền thống là nông nghiệp. Nông nghiệp ở Mộc Châu được định hướng phát triển theo hướng mới nhằm xây dựng Mộc Châu trở thành vùng chuyên canh sản xuất nông sản chất lượng cao, nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao của cả nước để phát triển kinh tế xã hội của địa phương nói chung và trực tiếp phục vụ cho hoạt động du lịch của huyện nói riêng. Với hướng đi được xác định rõ ràng và theo lộ trình cụ thể như trên, du lịch Mộc Châu được quy hoạch đồng bộ với các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của toàn Huyện và nhằm đạt được các tiêu chí cơ bản của Khu Du lịch Quốc gia vào năm 2020. Trong thời gian qua, Mộc Châu đã tiến hành điều tra, thống kê, phân loại tài nguyên du lịch để từ đó lập quy hoạch tổng thể phát triển du lịch cho toàn Huyện và quy hoạch chi tiết cho các tuyến, điểm du lịch. Theo đó, việc quy hoạch sẽ tập trung vào 3 trung tâm du lịch trọng điểm là: Trung tâm

<sup>78</sup> Huyện ủy Mộc Châu, *Báo cáo Sơ kết giữa nhiệm kỳ thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng các cấp và Nghị quyết Đại hội Đảng bộ huyện lần thứ XXI, nhiệm kỳ 2015 – 2020*.

ngủ dưỡng; Trung tâm du lịch sinh thái; Trung tâm vui chơi giải trí. 3 khu trung tâm này có sự kết nối với nhau và gắn kết với khu vực dân cư lân cận nhằm đảm bảo tính đồng bộ, khoa học về sử dụng quỹ đất, kiến trúc, cảnh quan, vệ sinh môi trường, hệ thống hạ tầng cơ sở và các dịch vụ khác.

Để tăng nguồn vốn cho đầu tư du lịch, Mộc Châu có nhiều chính sách ưu đãi, tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà đầu tư đến khảo sát, lập dự án. Đến nay, trên địa bàn huyện Mộc Châu đã có 22 dự án được chấp thuận chủ trương đầu tư với số vốn đạt trên 1.630 tỷ đồng<sup>79</sup>. Một số dự án hàng nghìn tỷ đồng đã và sắp hoàn thành có tác động tích cực tới cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch huyện Mộc Châu như: Dự án đầu tư hạ tầng điểm du lịch Thác Dải Yếm; Dự án tuyến đường du lịch Chiềng Yên, dài 10,326 km; Dự án “*Tổ hợp Trung tâm thương mại - Khách sạn Mường Thanh tại Mộc Châu*”; dự án “*Khu resort Thảo Nguyên*”; dự án “*Tuyến đường cao tốc Hòa Bình - Mộc Châu*”... Các dự án đầu tư của Nhà nước và tư nhân nêu trên đã có tác động tích cực xây dựng cơ sở hạ tầng, dịch vụ cho Mộc Châu. Các khách sạn, nhà nghỉ, homestay xuất hiện ở Mộc Châu ngày càng nhiều. Hệ thống cơ sở vui chơi giải trí từ loại hình phổ thông đến cao cấp được hình thành. Các cơ sở phục vụ ăn uống của du khách hết sức đa dạng từ mô hình nhà hàng đến chợ văn hóa ẩm thực... Ngoài ra còn có hệ thống cơ sở phục vụ hội nghị, hội thảo với quy mô khoảng 5.000 - 10.000 chỗ ngồi; hệ thống cơ sở phục vụ nhu cầu thể dục thể thao (*bể bơi, phòng tập gym, sân tennis, sân golf...*) có thể đáp ứng nhu cầu đa dạng của nhiều loại du khách khác nhau. Bên cạnh đó, căn cứ vào chiến lược xây dựng sản phẩm du lịch, Mộc Châu trong quá trình kêu gọi đầu tư đã xác định rõ địa bàn trọng điểm để việc phát triển, mở rộng du lịch của địa phương đi đúng hướng và đúng kế hoạch.

Bản chất của du lịch là yếu tố lạ, đi du lịch là để trải nghiệm, khám phá những gì chúng ta chưa có hoặc ít có. Chính vì vậy, để phát triển du lịch thành công thì mấu chốt là phải xây dựng được sản phẩm du lịch mới lạ, hấp dẫn. Tận dụng tối đa tiềm năng du lịch tự nhiên và nhân văn vốn có, Mộc Châu đã xây dựng được nhiều sản phẩm du lịch đa dạng, thu hút du khách. Trong bài phát biểu tại Hội nghị giới thiệu sản phẩm nông nghiệp xanh tại huyện Mộc Châu diễn ra vào tháng 2 năm 2017, GS. Nguyễn Lâm Hùng (Tổng thư ký Hội các ngành sinh học Việt Nam) đã nói “*Lần nào tôi đến cũng đều thấy bất ngờ và thú vị, nơi đây thay đổi rất nhanh và Mộc Châu xứng đáng là điểm sáng Tây Bắc vì Mộc Châu biết phát huy tiềm năng...*”. Nhiều khách du lịch đến với Mộc Châu cũng có cảm nhận như vậy bởi vẻ đẹp Mộc Châu thay đổi từng ngày, nhiều điểm du lịch mới liên tục được đưa vào khai thác, phục vụ du khách. Hiện nay, ở Mộc Châu phong phú các loại hình du lịch như: du lịch hang động, du lịch mạo hiểm trên núi, du lịch dã ngoại, thăm quan ngắm cảnh, du lịch nghỉ dưỡng suối nước nóng; du lịch trên sông Đà; du lịch cộng đồng; du lịch lễ hội; du lịch thương mại cửa khẩu... Các tour, tuyến du lịch ở đây đa dạng, độc đáo, mang dấu ấn riêng của địa phương với tên gọi gắn với 4 mùa Xuân, Hạ, Thu, Đông. Tour du lịch Mùa Xuân (*từ tháng 01 đến tháng 3*) gồm 5 tour; Tour du lịch Mùa Hạ (*từ tháng 4 đến tháng 6*) gồm 4 tour; Tour du lịch Mùa Thu (*từ tháng 7 đến tháng 9*) gồm 4 tour; Tour Mùa Đông (*tháng 10 đến tháng 12*) gồm 4 tour. Hiện nay, 21 tour đang được khai thác tại Mộc Châu có thể phục vụ du khách đến khám phá mảnh đất này tất cả 12 tháng trong năm. Không chỉ tận dụng triệt để thế mạnh về khí hậu, địa hình, địa chất, hệ sinh thái... do thiên nhiên ban tặng để xây dựng các tour du lịch sinh thái, du lịch mạo hiểm, Mộc Châu còn khai thác tối đa vốn văn hóa độc đáo của tất cả các tộc người sinh sống trên mảnh đất cao nguyên này để phát triển loại hình du lịch văn hóa cộng đồng, du lịch lễ hội. Không chỉ được tham dự các lễ hội truyền thống

<sup>79</sup> Huyện ủy Mộc Châu, *Báo cáo Sơ kết giữa nhiệm kỳ thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng các cấp và Nghị quyết Đại hội Đảng bộ huyện lần thứ XXI, nhiệm kỳ 2015 – 2020*.

như lễ hội cầu mưa, lễ hội *Hết Chá*, lễ hội *Chách vắt Chách và*, Tết cổ truyền của đồng bào các dân tộc, du khách còn được trực tiếp cầu bình an cho chính bản thân và gia đình thông qua các nghi lễ của lễ hội như vẩy nước cát tường lên người, buộc chỉ cổ tay giữ vía, giữ hồn luôn khỏe mạnh; Đồng thời được thưởng thức các đặc sản dân tộc ngon, lạ như xôi ngũ sắc, cá suối chiên giòn, *pa pỉnh tộp*, thịt gác bếp, bê chao, lợn bản, gà đồi, khoai sọ mán, cải mè, *nậm pịa*, các loại rau rừng, cá hồi đủ món... Hơn thế, Mộc Châu còn làm mới bằng các điểm du lịch hiện đại như Happy Land, Cầu kính tình yêu...; những sự kiện văn hóa như: Hội trà cao nguyên, Hội hái quả; Hội thi hoa hậu bò sữa; Lễ hội khinh khí cầu; Lễ hội hoa với 4 mùa trong năm... Những hoạt động này rất thu hút du khách bởi họ được trải nghiệm nhiều điều lý thú như: tự tay hái trà, pha trà, hái mận, cho bò ăn... và thưởng thức những sản phẩm do chính tay mình làm ra; được trải nghiệm các hoạt động rất hấp dẫn như đón bình minh trên khinh khí cầu, ngắm toàn cảnh cao nguyên Mộc Châu từ trên cao, hòa mình vào đêm hội ánh sáng với âm thanh và những vũ điệu sôi động. Đến Mộc Châu vào bất cứ mùa nào, du khách cũng được chiêm ngưỡng, đắm chìm trong sắc màu của các loài hoa như cải, dã quỳ, ngũ sắc, đào, mận, ban, lan, tam giác mạch... nhưng nét riêng ở đây là hoa được trồng kín sườn đồi, kéo dài từ vạt đồi này sang vạt đồi kia tạo nên bức tranh tuyệt đẹp cho du khách thỏa thuê lấy cho mình những khung ảnh đẹp lưu giữ làm kỷ niệm. Mộc Châu còn hướng đến mục tiêu xây dựng thành khu siêu vườn trường để thu hút một khối lượng khách khổng lồ là học sinh, sinh viên của mọi miền đất nước đến học tập, nghiên cứu, khám phá, trải nghiệm làm họa sĩ, làm nông dân, nhà thám hiểm hang động, nhà sử học, người đánh xe ngựa, công nhân chăn nuôi và vắt sữa bò, chiến sĩ thời kháng chiến chống Pháp, nghệ nhân làm thủ công tài hoa... Tất cả những sản phẩm du lịch đó đã dần tạo dựng thương hiệu riêng cho du lịch Mộc Châu.

Song song với chiến lược xây dựng sản phẩm du lịch, công tác tuyên truyền, quảng bá về hình ảnh, con người Mộc Châu được quan tâm đẩy mạnh để thu hút du khách và các hãng lữ hành đến với Mộc Châu. Nhiều ấn phẩm như: “*Đĩa VCD giới thiệu tiềm năng du lịch Mộc Châu*”; cuốn tài liệu “*Mộc Châu - Trải nghiệm và khám phá*”, “*Mộc Châu siêu vườn trường*”... bằng song ngữ Việt - Anh được thiết kế công phu, đẹp mắt, ấn tượng rồi ban hành, đăng tải rộng rãi trên các phương tiện thông tin đại chúng, tạo sức hút lớn đến du khách, nhà đầu tư. Khu du lịch quốc gia Mộc Châu xây dựng website <http://mocchautoursim.com> bằng cả tiếng Việt, Anh và Lào cung cấp thông tin đầy đủ về điểm tham quan, nơi ăn, nghỉ, mua sắm cho du khách. Ngoài ra, Khu du lịch quốc gia Mộc Châu còn liên kết với nhiều công ty lữ hành trong nước để quảng bá về du lịch Mộc Châu. Chỉ cần đánh chữ “Du lịch Mộc Châu” hoặc “Mộc Châu”, có thể tìm thấy hàng triệu kết quả cho du lịch Mộc Châu từ A đến Z, các gợi ý thiết kế lịch trình cho chuyến đi đến Mộc Châu, các tour cho du lịch ở Mộc Châu với mức giá hấp dẫn. Ngoài ra, Mộc Châu còn có văn phòng cung cấp thông tin, quảng bá về du lịch tại quận Thanh Xuân (Hà Nội) để tạo điều kiện thuận lợi cho các tổ chức, cá nhân ở Hà Nội và các tỉnh lân cận có thể tìm hiểu về hoạt động du lịch, tìm kiếm cơ hội đầu tư tại Mộc Châu. Nhiều hình thức quảng bá khác về mảnh đất, con người Mộc Châu cũng được triển khai thông qua báo, đài, tổ chức Hội chợ giới thiệu sản phẩm nông nghiệp sạch của Mộc Châu, các cuộc triển lãm ảnh, cập nhật nhiều điểm đến cơ sở lưu trú, nhà hàng, khách sạn, tên đường phố Mộc Châu lên bản đồ thế giới Google maps...

Để thực thi hiệu quả chiến lược phát triển du lịch, quản lý tốt các nguồn đầu tư, khai thác hiệu quả vốn tài nguyên, văn hóa thành sản phẩm du lịch độc đáo, nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch... vấn đề cốt lõi là nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch về mọi mặt từ kiến thức chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ cho đến trình độ ngoại ngữ tin học... Trong khoảng chục năm trở lại đây, công tác đào tạo, bồi dưỡng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ du lịch

bắt đầu được Mộc Châu chú trọng. Từ năm 2016 đến nay, Ban quản lý Khu du lịch quốc gia Mộc Châu liên tục mở các khóa, lớp tập huấn du lịch dành cho đối tượng là chủ cơ sở lưu trú, nhà hàng, hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch. Cụ thể, năm 2016, phối hợp với công ty Việt Sea tổ chức khóa đào tạo nghiệp vụ đón tiếp khách du lịch tại các homestay cho 30 học viên; Năm 2017 phối hợp với trường Cao đẳng du lịch Hà Nội mở lớp tập huấn Nghiệp vụ nấu ăn; Nghiệp vụ lễ tân buồng phòng Nhà nghỉ - Khách sạn; Nghiệp vụ đón tiếp khách tại các Homestay cho 90 học viên; Năm 2018, phối hợp với ĐH Tây Bắc mở Khóa đào tạo Hướng dẫn viên du lịch cho 30 học viên trong vòng 1 tháng, có cấp chứng chỉ và học viên đủ điều kiện để cấp thẻ HDV du lịch; Năm 2019, BQL Khu du lịch quốc gia Mộc Châu phối hợp với Google ITC 4.0 tổ chức khóa đào tạo kiến thức Marketing cho 100 học viên<sup>80</sup>. Mặc dù, số lượng học viên và số ngành nghề được đào tạo, hỗ trợ còn ít so với nhu cầu thực tế nhưng đó là biện pháp cần thiết nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong hoạt động du lịch ở Mộc Châu nói riêng và chất lượng dịch vụ du lịch ở Mộc Châu nói chung.

Tuy nhiên, du lịch Mộc Châu vẫn tiếp tục phải hoàn thiện để nâng cao chất lượng phục vụ. Theo điều tra của Phạm Thị Cẩm Vân, các yếu tố khiến du khách hài lòng trong chuyến đi đến Mộc Châu được đánh giá cao nhất bao gồm: giá thành các dịch vụ rẻ (97,94%); tiếp đến là sự đa dạng về truyền thống văn hóa (72,45%), thấp nhất là sự đa dạng của các dịch vụ cung cấp tại địa phương (15,31%)<sup>81</sup>. Như vậy, trong thời gian tới, hoạt động du lịch ở Mộc Châu cần cố gắng và nỗ lực hơn nữa trong việc đa dạng hóa sản phẩm du lịch, nâng cao chất lượng dịch vụ, tăng cường công tác quảng bá, khai thác thị trường khách đa dạng; nâng cao chất lượng nguồn nhân lực... để du lịch Mộc Châu ngày càng phát triển mạnh mẽ và bền vững.

Qua điển hình phát triển du lịch ở huyện Mộc Châu, có thể rút ra một số yếu tố cơ bản làm nên thành công trong hoạt động du lịch bao gồm: chiến lược quy hoạch tốt; khai thác và sử dụng hiệu quả vốn đầu tư; xây dựng được các sản phẩm du lịch hấp dẫn với giá thành hợp lý từ lợi thế của địa phương; các dịch vụ trong hoạt động du lịch đạt chất lượng cao; công tác truyền thông, quảng bá sản phẩm du lịch hiệu quả; đội ngũ nhân lực làm du lịch có chất lượng về chuyên môn và nghiệp vụ. Đó là nguyên tắc chung cho phát triển du lịch, tuy nhiên, việc vận dụng và triển khai nguyên tắc đó như thế nào, đạt được hiệu quả đến đâu lại phụ thuộc vào sự sáng tạo của mỗi địa phương.

### 3. MỘT VÀI GỢI Ý VỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH CHO LÂM BÌNH

Diện tích tự nhiên của Lâm Bình tuy không lớn như Mộc Châu, nhưng Lâm Bình có nhiều tiềm năng và thế mạnh riêng để phát triển du lịch. Địa hình Lâm Bình hiểm trở, có nhiều dãy núi lớn với độ cao trên 1000m, đặc biệt núi Phia Choóng (*thuộc địa phận xã Bình An, cao 1.229m*) thuận lợi để khai thác loại hình du lịch mạo hiểm. Điều kiện tự nhiên của Lâm Bình có cả núi, rừng, sông, suối, hang động với nhiều cảnh quan tuyệt đẹp được xếp hạng danh thắng cấp Quốc gia như hang Phia Vài, động Song Long, thác Năm Me, thắng cảnh Thượng Lâm; cộng thêm khí hậu mát mẻ rất thích hợp cho phát triển du lịch sinh thái, du lịch danh thắng. Năm 2007, công trình xây dựng thủy điện Tuyên Quang được hoàn tất đã tạo cho Lâm Bình một vùng lòng hồ rộng trên 3.500 ha với trữ lượng thủy sản dồi dào, nổi tiếng với những đặc sản như cá bống, cá quả, cá

<sup>80</sup> Ngô Thành Đạo (2019), *Khu du lịch quốc gia Mộc Châu khát nguồn lực chất lượng cao*, kỹ yếu hội thảo cấp Khoa “Đào tạo nguồn nhân lực phục vụ phát triển du lịch vùng DTTS và MN”, Khoa Văn hóa dân tộc thiểu số, Đại học Văn hóa Hà Nội.

<sup>81</sup> Phạm Thị Cẩm Vân (2017), *Cơ sở khoa học cho phát triển du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng huyện miền núi Mộc Châu, tỉnh Sơn La*, Luận án tiến sĩ chuyên ngành Quản lý tài nguyên và môi trường, Đại học Khoa học Tự nhiên, Đại học Quốc gia Hà Nội.

lăng, cá anh vũ...; những hòn đảo nhỏ liên tiếp nối liền nhau trên lòng hồ, nhiều dãy núi cao với hình thù kỳ lạ; hệ thống rừng nguyên sinh xanh mướt bao quanh hồ thủy điện, ẩn hiện là những thác nước như mái tóc thiếu nữ đờ dài đã tạo nên quần thể sinh thái tuyệt đẹp như một Hạ Long trên cạn, tạo thế mạnh cho Lâm Bình khai thác du lịch vùng lòng hồ.

Về điều kiện nhân văn, Lâm Bình là vùng đất tụ cư của 14 dân tộc anh em. Mỗi dân tộc đều có bản sắc văn hóa riêng như nhà ở, trang phục, ẩm thực, nghề thủ công truyền thống (*nghề làm bún, nghề dệt thổ cẩm, nghề mây tre đan, nghề mộc...*), các lễ hội dân gian (*Lễ hội Lồng tồng, Lễ hội Giã cối của người Tày, Lễ hội Cáp sắc của người Dao, Lễ hội Nhảy lửa của người Pà Thẻn...*), các loại hình diễn xướng dân gian (*hát Then, hát cọi, đánh đàn tính, hát páo dung, thổi kèn lá, mùa khèn, múa chuông, múa sạp...*), các trò chơi dân gian (*đi cà kheo, tung còn, đánh yến, đẩy gậy, kéo co...*). Sự đa dạng về văn hóa của các tộc người, đặc biệt nhiều giá trị văn hóa truyền thống vẫn được bảo tồn, cộng với tính cách cởi mở, hiếu khách, chính là tiềm năng lớn cho phát triển du lịch cộng đồng, du lịch lễ hội ở Lâm Bình. Ngoài ra, Lâm Bình còn nổi tiếng với các di tích lịch sử văn hóa như chùa Phúc Lâm, đền Pú Bảo, xưởng Quân khí H52... gắn với những câu chuyện đậm màu sắc huyền thoại, linh thiêng là lợi thế cho Lâm Bình khai thác du lịch tâm linh.

Như vậy, với thế mạnh về sinh thái và nhân văn như trên, Lâm Bình có lợi thế trong phát triển đa dạng loại hình du lịch đặc trưng của vùng Trung du, miền núi Bắc Bộ. Rõ ràng, trong thời gian gần đây, vùng Trung du miền núi Bắc Bộ đang có tốc độ phát triển du lịch khá tốt. Theo Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 của Tổng cục du lịch đã đưa ra con số dự báo về số lượt khách quốc tế đến Vùng liên tục tăng trong các năm như sau: năm 2020 là 2.157.000 lượt, năm 2025 là khoảng 3.098.000 lượt, năm 2030 là 4.107.000; số lượt khách nội địa năm 2020 khoảng 7.944.000 lượt, năm 2025 khoảng 10.188.000 lượt, năm 2030 sẽ khoảng 12.700.000 lượt<sup>82</sup>. Hơn thế, trong “*Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*” của Thủ tướng Chính phủ vào ngày 22 tháng 01 năm 2013 thì hồ Nà Hang (Tuyên Quang) được nằm trong định hướng phát triển một số khu, điểm du lịch quan trọng của vùng. Đây là dự báo đáng mừng, là cơ hội cho du lịch huyện Lâm Bình đẩy mạnh phát triển du lịch, thu hút một lượng khách lớn đến với địa phương trong thời gian tới nếu chính quyền và người dân biết khai thác và phát huy thế mạnh của địa phương một cách đúng và trúng.

Tuy nhiên, du lịch Lâm Bình cũng đứng trước thách thức không nhỏ trong việc xây dựng thương hiệu du lịch của riêng mình. Có tiềm năng thôi chưa đủ, mà cần biết khai thác tiềm năng đó như thế nào để biến thành sản phẩm du lịch có thể thu hút được du khách. Nhận biết cơ hội thôi chưa đủ, mà phải biết nắm bắt, phát huy cơ hội đó như thế nào trong thực tiễn. Xây dựng quy hoạch cho có thôi chưa đủ mà cơ bản ở chất lượng, tầm nhìn của quy hoạch đảm bảo tính rõ ràng, khoa học, hài hòa, có chiến lược dài hạn. Huy động vốn đầu tư thôi chưa đủ mà mấu chốt là xác định trọng điểm để đầu tư. Xây dựng dịch vụ du lịch thôi chưa đủ, quan trọng là chất lượng và sự tiện ích của dịch vụ. Xúc tiến, quảng bá du lịch thôi chưa đủ mà chìa khóa là ở hiệu quả, ấn tượng để hấp dẫn khách du lịch và các công ty lữ hành. Nguồn nhân lực đáp ứng về số lượng thôi chưa đủ, mà hơn hết là trình độ chuyên môn, tác phong chuyên nghiệp và sự tận tụy trong phục vụ du khách. Nói cách khác, phát triển du lịch ở Lâm Bình cần theo lộ trình quen mà lạ. Quen là cũng theo quy trình chung gồm 6 bước mà nhiều địa phương đã thực hiện để phát

<sup>82</sup> Tổng cục du lịch (2013), *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*.



triển du lịch<sup>83</sup>. Nhưng quan trọng là phải tạo ra nét riêng, độc đáo, mới lạ khi xây dựng hình ảnh du lịch cho Lâm Bình, để du khách đến với Lâm Bình không lẫn, không nhòa, không nhầm với các địa phương khác. Bởi hiện nay, nhiều địa phương dễ dàng bắt chước mô hình làm du lịch của nhau và kết quả là xây dựng nên những sản phẩm du lịch na ná giống nhau. Chìa khóa thành công của du lịch là phải xây dựng được nhiều sản phẩm du lịch mới mẻ mang nét riêng, độc đáo, ấn tượng không nơi nào có. Du khách đi du lịch là để khám phá, trải nghiệm và vui chơi nên yếu tố mới lạ mới kích thích du khách. Vậy làm sao để nhiều khách du lịch muốn đến với Lâm Bình? Đây là câu hỏi mang tính vĩ mô đòi hỏi sự phối hợp và quyết tâm cao của các cấp chính quyền, cộng đồng địa phương và các công ty doanh nghiệp về du lịch trong việc tìm câu trả lời.

Trước hết chính quyền và nhân dân huyện Lâm Bình cần làm tốt từ khâu lập kế hoạch xây dựng một hình ảnh về du lịch ở Lâm Bình như thế nào để từ đó xác định lộ trình thực hiện, trọng tâm đầu tư, thiết kế sản phẩm du lịch, quảng bá truyền tải về hình ảnh du lịch Lâm Bình ra thị trường. Trong quá trình lập kế hoạch, rất cần sự hỗ trợ của các cơ quan chuyên môn, đặc biệt vai trò tư vấn của các công ty kinh doanh du lịch. Bằng con mắt thị trường, họ sẽ đưa ra lời khuyên hữu ích cho địa phương về việc thiết kế sản phẩm du lịch có khả năng cạnh tranh cao; giúp quảng bá hình ảnh và sản phẩm du lịch của địa phương tới khách hàng và đóng vai trò chính kết nối cung cầu, đưa khách đến với địa phương.

Như đã phân tích, thế mạnh của Lâm Bình là cảnh quan thiên nhiên rừng núi, khu quần thể vùng lòng hồ thủy điện Tuyên Quang và bản sắc văn hóa độc đáo của 14 dân tộc. Vì vậy, loại hình du lịch mà Lâm Bình nên tập trung khai thác là du lịch sinh thái, du lịch gắn với hồ thủy điện, du lịch văn hóa cộng đồng. Với những đặc trưng đó, Lâm Bình nên xây dựng cho mình một slogan thể hiện rõ thương hiệu du lịch đặc trưng, ví dụ như “*Du lịch Lâm Bình – hành trình về miền sơn cước*” để từ đó thiết kế sản phẩm du lịch, xây dựng chương trình du lịch, quảng bá hình ảnh du lịch làm nổi bật đặc trưng này.

Hiện nay, các điểm du lịch sinh thái được đưa vào khai thác tại Lâm Bình có một thế mạnh về vẻ đẹp hoang sơ, nguyên bản do thiên nhiên ban tặng. Tuy nhiên, nếu không có thêm bàn tay tạo tác của con người nhằm tăng dấu ấn thì khó phát hiện ra nét riêng của từng đỉnh núi, con suối, dòng thác ở Lâm Bình. Chính vì thế, nên chăng cần đầu tư thêm tính nghệ thuật biển định danh của các danh thắng bằng những dòng tên có kích thước phù hợp, những logo độc đáo, những hình tượng nghệ thuật gắn với câu chuyện nhuộm màu huyền thoại liên quan đến danh thắng. Hướng dẫn viên sẽ có câu chuyện để kể về danh thắng thông qua các hình tượng, và du khách có cơ hội trở về tuổi thơ để rồi thêm hiểu và yêu hơn mảnh đất và con người Lâm Bình. Đó cũng là những điểm check in thú vị giúp du khách lưu lại kỷ niệm cho chuyến đi, đồng thời là kênh quảng bá tốt cho du lịch Lâm Bình ngay trên những bức ảnh của du khách.

Đối với tuyến điểm du lịch vùng lòng hồ, ngoài việc tiếp tục khai thác hoạt động du thuyền để thưởng ngoạn quần thể sinh thái vùng lòng hồ, cần tăng cường trải nghiệm cho du khách như tắm hồ, câu cá câu tôm, thăm làng chài, vừa thưởng thức bữa ăn trên thuyền vừa nghe hát then, hát cọi, đàn tính giữa menh mang sóng nước.

<sup>83</sup> Bước 1, lập kế hoạch về mục tiêu, đích đến trong phát triển du lịch, sự đầu tư, lộ trình cần thực hiện... Bước 2, xây dựng cơ chế, tổ chức quản lý hoạt động du lịch. Bước 3, thiết kế các tài nguyên du lịch của địa phương để thành sản phẩm, dịch vụ du lịch. Bước 4, hoàn thiện khả năng tiếp nhận du khách tại điểm du lịch cả phần cứng (*hệ thống giao thông, hệ thống vệ sinh môi trường...*) và phần mềm (*khả năng đón tiếp khách, lòng hiếu khách...*) để đảm bảo môi trường lưu lại an toàn, thoải mái cho du khách. Bước 5, xúc tiến, quảng bá du lịch. Bước 6, kiểm soát và giám sát để đảm bảo chất lượng của điểm du lịch. (Nguồn: ITDR, JICA (2013), *Cẩm nang thực tiễn phát triển du lịch nông thôn Việt Nam*)

Đối với các tuyến điểm du lịch cộng đồng, cần tạo ra điểm nhấn, nét riêng của mỗi làng bản. Để đạt được điều đó, cần tích cực nghiên cứu, phục dựng các giá trị văn hóa riêng của từng tộc người như: trang phục, ẩm thực, kiến trúc nhà ở cổ truyền, văn nghệ dân gian, lễ hội truyền thống... Chú ý xây dựng cảnh quan làng bản xanh, sạch, đẹp, hài hòa với môi trường thiên nhiên để tạo cho du khách cảm giác thư thái khi tản bộ ngắm cảnh thiên nhiên, con người miền sơn cước. Chú trọng xây dựng chương trình tham quan, trải nghiệm cho du khách như: tham gia vào một số hoạt động sản xuất nông nghiệp hoặc chăn nuôi, làm các đồ thủ công, chế biến một số món ăn đặc sản từ nguồn nguyên liệu của địa phương; tham gia các loại hình diễn xướng và trò chơi dân gian; tham dự những buổi chợ phiên của đồng bào dân tộc...

Bên cạnh việc tích cực khai thác các giá trị văn hóa truyền thống của đồng bào dân tộc sinh sống tại Lâm Bình, thì việc tổ chức các sự kiện văn hóa mang tính thời đại cũng cần được tính đến trong thiết kế sản phẩm du lịch tại địa phương. Hàng năm hoặc vài năm một lần, có thể tổ chức các sự kiện như: ngày hội văn hóa các dân tộc huyện Lâm Bình; ngày hội về nguồn dành cho cộng đồng di cư khỏi vùng lòng hồ; hội chợ ẩm thực của các tộc người; liên hoan các làn điệu dân ca, dân vũ; cuộc thi duyên dáng trang phục các dân tộc của huyện Lâm Bình; thi gương mặt đại diện cho du lịch Lâm Bình; hội thi đua thuyền;... để tạo thêm màu sắc mới mẻ cho du lịch Lâm Bình, thu hút người dân trong các xã bản ở Lâm Bình, các huyện, tỉnh lân cận tham gia, làm giàu thêm đời sống tinh thần cho người dân địa phương, đồng thời thu hút nhiều đối tượng du khách.

Ngoài ra, lãnh đạo huyện Lâm Bình cần tham khảo ý kiến của các nhà quản lý, nhà khoa học có chuyên môn, các công ty lữ hành, người dân và du khách... bằng việc tổ chức các cuộc thi liên quan đến ý tưởng sáng tạo trong xây dựng sản phẩm du lịch như: thiết kế logo đại diện, slogan về du lịch...; tổ chức các hội thảo khoa học để tìm ra giải pháp cho phát triển du lịch ở Lâm Bình.

Việc chú trọng nâng cấp, xây dựng các hạng mục cần thiết để hoàn thiện khả năng tiếp nhận du khách tại các điểm du lịch của Lâm Bình cũng hết sức quan trọng. Có tiềm năng du lịch độc đáo, có sản phẩm du lịch đặc sắc thôi chưa đủ mà cần phải luôn nâng cấp và hoàn thiện hệ thống giao thông, có bãi đỗ xe đủ rộng, có phương tiện giao thông thuận lợi (*xe bus, xe điện, taxi, xe máy...*) để du khách thuận tiện trong đi lại giữa trung tâm Huyện với các điểm du lịch. Đồng thời cần tăng cường số lượng và nâng cao chất lượng của các cơ sở lưu trú về điều kiện sinh hoạt, điều kiện vệ sinh đảm bảo sự sạch sẽ, an toàn và thoải mái. Chú trọng xây dựng hệ thống biển báo chỉ đường, các biển hiệu hướng dẫn tại các cung đường, các điểm du lịch tại địa phương đầy đủ và rõ ràng.

Xúc tiến, quảng bá về vẻ đẹp của thiên nhiên, con người Lâm Bình cho du khách cũng chiếm vai trò cực kỳ quan trọng để phát triển hoạt động du lịch. Chính vì vậy, khâu này cần phải được chú trọng đẩy mạnh, đặc biệt quan tâm đến tính hiệu quả. Hiện nay, có nhiều phương thức để quảng bá như trên các phương tiện thông tin đại chúng tivi, báo, đài; Xây dựng trang web; In ấn tờ rơi, bản đồ du lịch; làm CD, quảng cáo qua mạng xã hội; tham gia các hội chợ du lịch; tổ chức các sự kiện tại địa phương... Mỗi một phương thức đều có những thế mạnh riêng. Tuy nhiên, chính quyền địa phương cần xác định rõ đối tượng du khách và phân khúc thị trường cần hướng tới để tập trung nguồn lực xúc tiến quảng bá sản phẩm du lịch cho hiệu quả. Hoạt động xúc tiến, quảng bá này rất cần có sự hỗ trợ của các công ty du lịch, các công ty chuyên về truyền thông.

Một trong những nhân tố then chốt quyết định sự phát triển bền vững trong hoạt động du lịch ở Lâm Bình là chất lượng nguồn nhân lực. Chính vì vậy, cần chú trọng công tác đào tạo

nguồn nhân lực một cách đồng bộ, chuyên nghiệp, từ nguồn nhân lực quản lý, tổ chức cho đến cộng đồng phục vụ dịch vụ du lịch.

Nói tóm lại, khai thác lợi thế về giá trị văn hóa và sinh thái để phát triển du lịch là hướng đi chung của nhiều địa phương trong cả nước nhằm tăng thêm nguồn sinh kế cho cộng đồng dân cư. Từ năm 2011, Lâm Bình bắt đầu khai thác tiềm năng vốn có để phát triển du lịch. Thời gian từ đó đến nay, chính quyền và nhân dân huyện Lâm Bình đã có nhiều cố gắng để đánh thức tiềm năng, khai thác du lịch ngày một hiệu quả hơn. Để du lịch Lâm Bình ngày càng phát triển và mang tính bền vững thì trước hết cần tuân theo những nguyên tắc phát triển cơ bản như đã nêu, đồng thời phải có sự sáng tạo trong việc xây dựng hình ảnh đặc trưng cho du lịch Lâm Bình. Sự khác biệt sẽ tạo ra sức hút cho du lịch và hứa hẹn đưa Lâm Bình trở thành điểm tham quan du lịch hấp dẫn của tỉnh Tuyên Quang nói riêng, của vùng trung du, miền núi Bắc Bộ nói chung./.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ban Chấp hành Trung ương Đảng (2017), Nghị quyết số 08/NQ – TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.
2. Ngô Thành Đạo (2019), *Khu du lịch quốc gia Mộc Châu khát nguồn lực chất lượng cao*, kỷ yếu hội thảo cấp Khoa “Đào tạo nguồn nhân lực phục vụ phát triển du lịch vùng DTTS và MN”, Khoa Văn hóa dân tộc thiểu số, Đại học Văn hóa Hà Nội.
3. Huyện ủy Mộc Châu, Báo cáo Sơ kết giữa nhiệm kỳ thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng các cấp và Nghị quyết Đại hội Đảng bộ huyện lần thứ XXI, nhiệm kỳ 2015 – 2020.
4. Tổng cục du lịch (2013), Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.
5. Ủy ban nhân dân huyện Mộc Châu (2018), *Mộc Châu siêu vườn trường*. Tài liệu quảng bá du lịch.
6. Ủy ban nhân dân huyện Mộc Châu (2019), *Mộc Châu trải nghiệm và khám phá*. Tài liệu quảng bá du lịch.
7. Phạm Thị Cẩm Vân (2017), *Cơ sở khoa học cho phát triển du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng huyện miền núi Mộc Châu, tỉnh Sơn La*, Luận án tiến sĩ chuyên ngành Quản lý tài nguyên và môi trường, Đại học Khoa học Tự nhiên, Đại học Quốc gia Hà Nội.
8. Viện nghiên cứu phát triển Du lịch, Tổ chức JICA (2013), *Cẩm nang thực tiễn phát triển du lịch nông thôn Việt Nam*.
9. <http://baophapluat.vn/the-gioi-sao/xu-huong-phat-trien-cua-du-lich-the-gioi-den-nam-2030-284670.html>. Ngày giờ truy cập 9h30 ngày 18/6/2019.
10. <http://dulichlambinh.gov.vn/>

## **TOURISM DEVELOPMENT IN LAM BINH, TUYEN QUANG NEED TO FOLLOW THE PROCESS “FAMILIAR AND STRANGE”**

**Chu Thi Thu Ha**

*Hanoi University Of Culture*

### **Abstract**

The beautiful Vietnam with its unique cultural identity of 54 ethnic groups has a great advantage to develop tourism. With the determination to turn tourism into a spearhead economic sector, many localities throughout the country have stepped up to exploit the strengths of local natural and human conditions to develop tourism and cultural heritage of ethnic groups, making them assets to improve people's material and spiritual life. Lam Binh is a mountainous district located in northern Tuyen Quang province. Nature has favored Lam Binh with many beautiful natural landscapes such as Phia Vai cave, Song Long cave, Nam Me waterfall, Thuong Lam landscape, Khuoi Pin cave ..., many cultural and historical relics such as Phuc Lam pagoda, Pu Bao temple, H52 Military Army workshop... and unique cultural identity of 14 ethnic groups living in the district. Since 2011, Lam Binh has begun to promote tourism development, taking full advantage of its inherent advantages to promote the local economy. However, this is only in the first stage, to attract more and more tourists to Lam Binh in particular and to Tuyen Quang in the future, in addition to the familiar route that many localities in the country have been and are real. Currently, Lam Binh tourism needs to build its own unique imprint. It is thought that this is the key to success in tourism development in Lam Binh. Using the method of analyzing documents in combination with ethnographic fieldwork, the paper focuses on analyzing the reality of tourism exploitation in Moc Chau district (Son La province), which is considered as a highlight of Northwest tourism then proposes some suggestions for tourism development in Lam Binh in the future.

### **Keywords**

Tourism, Lam Binh, Tuyen Quang

# TIỀM NĂNG VÀ ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG BỀN VỮNG TẠI KHU BẢO TỒN THIÊN NHIÊN NA HANG - LÂM BÌNH

Nguyễn Thị Hồng Miên

Trường Cao đẳng Sư phạm Điện Biên

## Tóm tắt

Du lịch sinh thái cộng đồng là loại hình du lịch dựa vào thiên nhiên và văn hóa bản địa do cộng đồng tổ chức với mục tiêu bảo vệ môi trường, tạo sự thu hút của cộng đồng đến với thiên nhiên và nâng cao trách nhiệm của cộng đồng với thế giới tự nhiên. Phát triển du lịch sinh thái cộng đồng đang trở thành xu hướng phát triển du lịch bền vững hiện nay ở nước ta nói riêng và cả thế giới nói chung. Na Hang - Lâm Bình là khu bảo tồn thiên nhiên chứa đựng nhiều giá trị khoa học và là vùng đất sinh sống của đồng bào các dân tộc thiểu số với những nét văn hóa truyền thống độc đáo còn được lưu giữ. Nơi đây là khu vực có tiềm năng dồi dào cho phát triển loại hình du lịch sinh thái cộng đồng. Bài viết trình bày tiềm năng, đánh giá thực trạng và đề xuất một số giải pháp định hướng cho sự phát triển du lịch sinh thái cộng đồng bền vững tại Na Hang - Lâm Bình.

## Từ khóa

Du lịch sinh thái, bền vững, cộng đồng, Na Hang; Lâm Bình

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Hiện nay du lịch sinh thái cộng đồng đang được coi là loại hình du lịch mang lại nhiều lợi ích phát triển kinh tế bền vững nhất cho bản địa. Du lịch sinh thái cộng đồng không chỉ giúp người dân bảo vệ tài nguyên môi trường sinh thái, mà còn là dịp để bảo tồn và phát huy những nét văn hóa độc đáo của địa phương. Việc phát triển các sản phẩm du lịch sinh thái cộng đồng là phù hợp với xu thế thời đại, đáp ứng nhu cầu khám phá của đông đảo du khách muốn tìm hiểu văn hóa dân tộc đặc sắc. Tại Việt Nam, du lịch sinh thái cộng đồng không chỉ phát huy được thế mạnh văn hóa bản địa của các dân tộc, mà đã góp phần xóa đói, giảm nghèo và chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn, tạo nhiều cơ hội cho cộng đồng địa phương thu nhập trực tiếp từ hoạt động du lịch, chuyển dịch cơ cấu kinh tế địa phương theo hướng dịch vụ và phát triển bền vững.

Na Hang, Lâm Bình là nơi có giá trị nổi bật về cảnh quan thiên nhiên, độ đa dạng sinh học. Nơi đây còn có nhiều di chỉ khảo cổ thời đại đồ đá mới và kim khí và là vùng đất sinh sống của đồng bào các dân tộc Tày, Dao, Kinh, Mông và nhiều dân tộc khác với những nét văn hóa truyền thống độc đáo còn được lưu giữ. Đây là điều kiện thuận lợi cho phát triển du lịch sinh thái cộng đồng. Việc phát triển du lịch sinh thái cộng đồng sẽ góp phần phát triển kinh tế - xã hội, nâng cao đời sống, gìn giữ phát huy những giá trị văn hóa truyền thống đặc sắc của đồng bào các dân tộc thiểu số và bảo vệ tài nguyên môi trường sinh thái nơi đây.

## 2. NỘI DUNG, PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### 2.1. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu chung: Định hướng giải pháp thích hợp để phát triển hoạt động du lịch sinh thái cộng đồng bền vững tại Na Hang, Lâm Bình.

Mục tiêu cụ thể: Đánh giá tiềm năng phát triển du lịch sinh thái cộng đồng ở Na Hang, Lâm Bình; Đánh giá thực trạng hoạt động du lịch sinh thái cộng đồng tại Na Hang, Lâm Bình; định hướng một số giải pháp nhằm phát triển du lịch sinh thái bền vững ở Na Hang, Lâm Bình

## 2.2. Nội dung nghiên cứu

- Nghiên cứu các tiềm năng cho phát triển du lịch sinh thái cộng đồng tại Na Hang, Lâm Bình.
- Nghiên cứu thực trạng hoạt động du lịch sinh thái cộng đồng đang diễn ra tại Na Hang, Lâm Bình.
- Định hướng giải pháp nhằm phát triển hoạt động du lịch sinh thái cộng đồng tại Na Hang, Lâm Bình.

## 2.3. Phương pháp nghiên cứu

Chủ yếu sử dụng phương pháp kế thừa, phương pháp phỏng vấn và phương pháp thống kê để tổng hợp và xử lý số liệu.

## 3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

### 3.1. Du lịch sinh thái cộng đồng

#### 3.1.1. Khái niệm du lịch sinh thái cộng đồng

Du lịch sinh thái cộng đồng là loại hình du lịch dựa vào thiên nhiên và văn hóa bản địa do cộng đồng tổ chức với mục tiêu bảo vệ môi trường, tạo sự thu hút của cộng đồng đến với thiên nhiên và nâng cao trách nhiệm của cộng đồng với thế giới tự nhiên.

#### 3.1.2. Khái niệm tài nguyên du lịch sinh thái cộng đồng

Tài nguyên du lịch sinh thái cộng đồng là một bộ phận quan trọng của tài nguyên du lịch bao gồm các giá trị tự nhiên thể hiện trong một hệ sinh thái cụ thể và các giá trị văn hóa bản địa tồn tại và phát triển không tách rời hệ sinh thái tự nhiên đó.

Tuy nhiên, không phải mọi giá trị tự nhiên và văn hóa bản địa đều được coi là tài nguyên du lịch sinh thái cộng đồng mà chỉ có các thành phần và các thể tổng hợp tự nhiên, các giá trị văn hóa bản địa gắn với một hệ sinh thái cụ thể được khai thác, sử dụng để tạo ra các sản phẩm du lịch sinh thái cộng đồng, phục vụ cho mục đích phát triển du lịch sinh thái cộng đồng mới được xem là tài nguyên du lịch sinh thái cộng đồng.

#### 3.1.3. Đặc trưng cơ bản của du lịch sinh thái cộng đồng

- Du lịch sinh thái cộng đồng phát triển trên địa bàn phong phú về tự nhiên và các yếu tố văn hóa bản địa.
- Du lịch sinh thái cộng đồng mang tính giáo dục cao về môi trường.
- Góp phần bảo tồn các tài nguyên thiên nhiên và duy trì tính đa dạng sinh học. Đa dạng sinh học có vai trò rất quan trọng, chúng có giá trị về mặt sinh thái - môi trường, có giá trị kinh tế, giá trị xã hội và nhân văn.
- Mang lại lợi ích cho cộng đồng địa phương và khuyến khích họ tham gia vào du lịch sinh thái cộng đồng.

### 3.1.4. Các nguyên tắc phát triển du lịch sinh thái cộng đồng bền vững

- *Khai thác, sử dụng nguồn lực một cách bền vững*: Việc bảo tồn và sử dụng bền vững nguồn tài nguyên thiên nhiên, văn hóa và xã hội là hết sức cần thiết. Chính điều này sẽ khiến cho việc kinh doanh du lịch phát triển lâu dài.

- *Duy trì tính đa dạng thiên nhiên, đa dạng xã hội và đa dạng văn hóa*: Việc duy trì và tăng cường tính đa dạng của thiên nhiên, văn hóa và xã hội là yếu tố cốt yếu cho du lịch phát triển bền vững lâu dài, và cũng là chỗ dựa sinh tồn của ngành công nghiệp du lịch.

- *Phát triển du lịch phải đặt trong quy hoạch phát triển tổng thể kinh tế - xã hội và hỗ trợ kinh tế địa phương phát triển*: Hợp nhất phát triển du lịch vào trong khuôn khổ quy hoạch chiến lược phát triển kinh tế - xã hội địa phương, hỗ trợ các hoạt động kinh tế của địa phương và có tính đến giá trị và chi phí về môi trường sẽ tăng khả năng tồn tại lâu dài của du lịch.

- *Chú trọng công tác đào tạo nguồn lực, lôi kéo sự tham gia của cộng đồng địa phương*: Việc đào tạo nguồn nhân lực, lồng ghép vấn đề phát triển du lịch bền vững vào thực tiễn công việc cùng với tuyển dụng lao động địa phương sẽ làm tăng sản phẩm du lịch, tạo cơ hội có việc làm và mang lại lợi ích cho cộng đồng địa phương nâng cao ý thức trách nhiệm cộng đồng trong phát triển du lịch bền vững.

- *Tiếp thị du lịch một cách có trách nhiệm*: Việc tiếp thị, cung cấp cho khách những chuyến du lịch thường ngoạn du lịch những thông tin đầy đủ và có trách nhiệm sẽ nâng cao sự tôn trọng của du khách đối với môi trường thiên nhiên, văn hóa, xã hội địa phương, đồng thời, sẽ làm tăng sự hài lòng của du khách.

## 3.2. Tiềm năng và thực trạng phát triển du lịch sinh thái cộng đồng tại Na Hang, Lâm Bình

### 3.2.1. Tiềm năng phát triển

#### \* Vị trí địa lý

Khu du lịch sinh thái Na Hang, cách trung tâm thành phố Tuyên Quang 105 km về phía Bắc, nằm trải dài trên địa bàn hai huyện Na Hang và Lâm Bình tỉnh Tuyên Quang, tổng diện tích 15.000 ha (trong đó diện tích mặt nước là 8.000 ha) với phía Bắc giáp huyện Bắc Mê tỉnh Hà Giang và huyện Bảo Lạc tỉnh Cao Bằng. Phía Đông giáp Chợ Đồn tỉnh Bắc Kạn. Phía Nam giáp huyện Chiêm Hóa tỉnh Tuyên Quang. Phía Tây giáp huyện Bắc Quang tỉnh Hà Giang. Na Hang cách Hà Nội khoảng 130 km về hướng Tây Bắc. Với hệ thống đường giao thông thuận lợi Na Hang là điểm du lịch lý tưởng cho các tuyến du lịch sinh thái cộng đồng, du lịch văn hóa với chương trình du lịch ngắn ngày hoặc dài ngày khám phá thiên nhiên vùng Đông Bắc.

#### \* Tài nguyên du lịch tự nhiên

Tài nguyên du lịch tự nhiên đóng vai trò đặc biệt quan trọng, là tiền đề cho sự phát triển du lịch Na Hang, Lâm Bình.

Nằm trong miền khí hậu nhiệt đới gió mùa, chịu ảnh hưởng của khí hậu lục địa Bắc Á, mùa hè nóng, ẩm mưa nhiều từ tháng 4 đến tháng 9, mùa đông lạnh khô từ tháng 10 đến tháng 3 năm sau, nhiệt độ trung bình 23,6°C, độ ẩm bình quân năm 85%. Nhiệt độ và độ ẩm trung bình phù hợp với các chuyên du lịch vào các mùa trong năm. Na Hang được mẹ Thiên nhiên ban tặng nhiều cảnh vật đẹp đẽ nên thơ. Nơi có hai dòng sông lớn là Sông Gâm – Sông Năng cùng dãy núi

Pác Tạ hùng vĩ kiến tạo nên bức tranh sơn thủy hữu tình. Từ Na Hang có thể hiểu là “Ruộng dưới thung lũng”, là nơi có những cánh đồng lúa xanh mơn mớn xen kẽ với núi đá vôi, là khu bảo tồn thiên nhiên Tát Kê - Bản Bung với diện tích bảo tồn được phê duyệt lên đến 42.000 ha. Na Hang có mật độ rừng che phủ lớn nhất cả nước và là huyện có mật độ rừng che phủ cao nhất toàn tỉnh, chiếm đến 73% diện tích đất tự nhiên của toàn huyện. Những khu rừng nguyên sinh đại ngàn cùng với hồ trên núi giúp cho nơi đây như bồng lai tiên cảnh. Nơi đây có hệ thực vật phong phú, đa dạng với trên 2.000 loài thực vật, nhiều loài trong Sách đỏ Việt Nam. Hệ động vật có độ đa dạng sinh học cao, đã ghi nhận được 90 loài thú, 263 loài chim, 61 loài bò sát, 35 loài lưỡng cư. Có 13 loài thú trong Sách Đỏ Việt Nam. Chính vì vậy, Quỹ bảo tồn thiên nhiên thế giới của Mỹ đã xác định đây là một trong 223 hệ sinh thái có giá trị đa dạng sinh học cao nhất trên thế giới.

Sự kết hợp giữa các yếu tố tự nhiên như khí hậu, địa hình, đa dạng sinh học đã tạo cho Na Hang thành điểm du lịch kỳ thú với ưu thế vượt trội về phát triển các loại hình du lịch sinh thái nghỉ dưỡng, du lịch văn hóa, tín ngưỡng trải nghiệm bản sắc dân tộc vùng cao kết hợp du lịch cộng đồng - Homestay, du lịch khám phá vùng Lòng hồ sinh thái... mang lại hiệu quả kinh tế cao, đóng góp to lớn vào doanh thu du lịch của toàn tỉnh.

*\* Tài nguyên du lịch nhân văn*

Tài nguyên du lịch nhân văn mang đậm nét văn hóa của con người vùng đất Na Hang, Lâm Bình. Đây là tiềm năng to lớn để phát triển các loại hình du lịch văn hóa, sinh thái nghỉ dưỡng, du lịch văn hóa, tín ngưỡng trải nghiệm bản sắc dân tộc vùng cao kết hợp du lịch cộng đồng như: tham quan Nhà máy Thủy điện Tuyên Quang, Đền Pác Tạ, hệ thống các thác nước “đẹp như mơ” ngay từ cái tên ban đầu: Thác Mơ, thác Tin Tát hay thác Khuổi Nhi; Khu bảo tồn Tát Kê – Bản Bung; Hồ Na Hang với rừng nguyên sinh và rừng khoanh nuôi tái tạo trên một vùng lòng hồ trải dài mấy chục cây số xanh ngút mắt, những thác nước tự nhiên cuộn chảy cùng vô số những huyền thoại được dệt nên, mang nhiều ý nghĩa nhân văn của đồng bào các dân tộc thiểu số tụ cư trong vùng qua mấy thiên niên kỷ với quần thể 99 ngọn núi được ví như “Hạ Long cận giữa đại ngàn” với hòn Cọc Vài Phạ hay còn gọi Cọc Trâu Trời; Di tích hang Phia Vài, Động Song Long, Ruộng bậc thang Hồng Thái, tham gia Phiên chợ vùng cao tại thị trấn Na Hang và các điểm đến lý thú như Homestay Nà Khá xã Năng Khả, Homestay Khau Tràng xã Hồng Thái (huyện Na Hang), Homestay xã Thượng Lâm, Khuân Hà, Lãng Can, Phúc Yên (huyện Lâm Bình). Đây là những điểm được du khách yêu thích bởi không gian văn hóa còn mang đậm bản sắc dân tộc mà trong đó lễ hội truyền thống và ẩm thực là điểm nhấn ấn tượng, là cầu nối để thực khách cảm nhận hơn về cuộc sống, con người nơi đây. Ngoài ra, ẩm thực vùng đất Na Hang, Lâm Bình cũng góp phần làm phong phú thêm các sản phẩm du lịch với các món đặc sản nổi tiếng như: Thịt lợn đen, Rượu ngô Na Hang, Chạch nướng Na Hang, Thịt lợn chua Na Hang, Bánh đúc Đà Vị, Rau dớn Na Hang, Xôi ngũ sắc, Cơm lam là những món ăn độc đáo của địa phương mang đậm bản sắc dân tộc.

Đặc biệt, Na Hang từ bao đời đã là vùng đất an cư của gần 66.000 người dân thuộc 15 dân tộc trong đó chủ yếu là các dân tộc Tày chiếm 57,5%, Dao chiếm 23,4%, Kinh chiếm 9,7%, Mông chiếm 5,3% còn lại là các dân tộc khác. Sự giao thoa giữa các nền văn hóa đã tạo nên một vùng văn hóa dân gian độc đáo với những làn điệu Then, Sli, Lượn, tiếng đàn Tính, tiếng Khèn... làm đắm lòng bao lữ khách. Là một vùng đất cổ, Na Hang đã phát hiện hai di tích mộ táng và một di tích bếp lửa thuộc thời đồ đá tại hang Phia Vài có niên đại trên dưới 10.000 năm; tại hang Thảm Choóng cũng phát hiện nơi cư trú của người nguyên thủy sống ở giai đoạn sơ kỳ đá mới

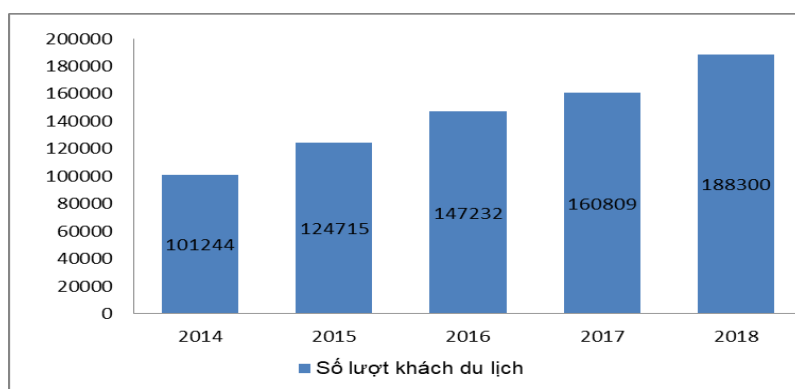


có niên đại cách ngày nay khoảng 7.000 - 8.000 năm hay những di tích lịch sử như: hang Nà Thẳm- Cơ quan án soát đặc biệt của Trung ương trong thời kỳ kháng chiến chống Pháp, Xưởng Quân khí H52 (thôn Bản Cài, xã Thượng Lâm, huyện Lâm Bình), địa điểm sản xuất diêm tiêu (xã Năng Khả, huyện Na Hang)... là những điểm tham quan du lịch lý tưởng.

### 3.2.2. Thực trạng hoạt động du lịch tại Na Hang, Lâm Bình

#### \* Số lượng khách du lịch

Ngày 4/3/2009, huyện Na Hang đón nhận Bằng xếp hạng di tích Quốc gia cho các di tích: Hang Phia Vài, Động Song Long, Thác Nậm me, Hang Phia Muồn, Đền Pác Tạ, Chùa Phúc Lâm, Xưởng quân giới H52... đã tạo thuận lợi cho du lịch Na Hang đã từng bước ổn định và phát triển. Lợi thế về tài nguyên du lịch tự nhiên góp phần quan trọng trong việc thu hút du khách đến với Na Hang ngày càng nhiều hơn.



Biểu đồ 1: Khách du lịch đến Na Hang, Lâm Bình từ năm 2014 đến 2018

Từ 2014 đến 2018 là giai đoạn phát triển mạnh của du lịch Na Hang. Năm 2018, Các tour du lịch sinh thái trên lòng hồ được hình thành đưa tổng số lượt khách đến Na Hang, Lâm Bình tăng lên 188.300 lượt người. Sự gia tăng về lượng khách đã kéo theo doanh thu du lịch của Na Hang, Lâm Bình ngày càng tăng, từ 2,6 tỉ đồng năm 2015 lên 93,1 tỉ đồng năm 2018. Hoạt động du lịch đã góp phần giải quyết việc làm, tăng thu nhập cho người lao động địa phương, chuyển đổi cơ cấu kinh tế của huyện từ nông- lâm nghiệp sang nhóm ngành công nghiệp, dịch vụ.

#### \* Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch sinh thái cộng đồng

Cùng với sự phát triển các sản phẩm du lịch, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch Na Hang, Lâm Bình đang được chú trọng đầu tư nâng cấp. Đến nay, toàn huyện có 17 nhà nghỉ, khách sạn với 158 phòng, 9 nhà hàng ăn uống, 23 hộ làm dịch vụ homestay, 120 tàu, thuyền du lịch kết hợp với vận tải hàng hóa phục vụ du khách tham quan. Tuy ít về số lượng nhưng đạt chuẩn về trang thiết bị, tiện nghi hiện đại, đa dạng trong loại hình lưu trú đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách. Đồng thời, Na Hang có các điểm đến Homestay Nà Khả xã Năng Khả, Homestay Khau Tràng xã Hồng Thái (huyện Na Hang), Homestay xã Thượng Lâm, Khuân Hà, Lãng Can, Phúc Yên (huyện Lâm Bình). Nhưng quan trọng nhất là hệ thống giao thông thuận lợi với Quốc lộ 2C đi xã Sơn Nam (Sơn Dương) kết nối với Vĩnh Phúc: chặng đường với các điểm du lịch nổi tiếng như Khu di tích Quốc gia đặc biệt Tân Trào, Khu di tích Quốc gia đặc biệt Kim Bình, khu hồ sinh thái Na Hang. Đường tỉnh D190 kết nối các huyện Hàm Yên, Chiêm Hóa, Na Hang đi Thành phố Tuyên Quang. Quốc lộ 279 từ xã Đà Vị (huyện Na Hang) đi tỉnh Quảng Ninh, Bắc Giang, Lạng Sơn, Bắc Kạn, Tuyên Quang... Quốc lộ 280 từ xã Thượng Giáp huyện Na Hang đi xã Đường Âm, Bắc Mê tỉnh Hà Giang. Hệ thống đường sông với 3 tuyến đường sông chính là:

Na Hang- Bốt Sào, Na Hang- Thúy Loa-Bắc Mê, Na Hang- Đà Vị -Yên Hoa với tổng chiều dài 126 km. Nằm trên trục giao thông quan trọng cả đường bộ lẫn đường thủy, thuận lợi cho Na Hang kết nối tour tuyến du lịch hồ Ba Bể (Bắc Kạn) - hồ thủy điện Tuyên Quang - Bắc Mê (Hà Giang) và ngược lại qua Chương trình hợp tác phát triển du lịch “Qua những miền di sản Việt Bắc”.

*\* Các tuyến, điểm du lịch*

Với thế mạnh của du lịch sinh thái cộng đồng, du lịch văn hóa, Na Hang đã và đang khai thác các tuyến, điểm du lịch nổi bật, thể hiện rõ nét đặc trưng của loại hình du lịch sinh thái, phù hợp với mọi đối tượng du khách. Với các tuyến du lịch: Tuyên Quang - Na Hang - Lâm Bình; Tuyên Quang - Na Hang - Bắc Mê - Bảo Lâm - Bảo Lạc; Tuyên Quang - Na Hang - Ba Bể. Từ một vài điểm du lịch sinh thái ban đầu, đến nay, toàn huyện đã phát triển được 10 điểm du lịch sinh thái, du lịch tâm linh, du lịch văn hóa gồm:

Nhà máy Thủy điện Tuyên Quang với đi thuyền trên hồ thủy điện diện tích mặt hồ lên tới 8.000 ha khi đến du lịch ở Na Hang.

Đền Pác Tạ, đi dọc theo sông Năng bạn sẽ tới ngôi đền linh thiêng Pác Tạ. Đền Pác Tạ nằm sát bờ là nơi hợp lưu của sông Gâm và sông Năng, với thế “tựa núi nhìn sông” hợp phong thủy. Đền là chứng tích cho cuộc kháng chiến oai hùng chống quân Nguyên - Mông lần thứ 2 năm 1285, gắn liền với tên tuổi của vị tướng lừng lẫy Trần Nhật Duật.

Điểm du lịch Thác Mơ gồm 3 thác chính nằm giữa khu bảo tồn Na Hang, nổi tiếng với vẻ đẹp hữu tình thủy mặc. Thác đầu tiên có dòng nước dội xuống dữ dội tung bọt trắng xóa. Thác thứ 2 lại mang vẻ đẹp êm đềm mềm mại với dòng chảy theo chum. Thác Mơ là thác thứ 3, là dòng thác cao nhất.

Khu bảo tồn Tát Kê - Bản Bung có tổng diện tích khoảng 41.930 ha với hệ động - thực vật đa dạng, phong phú, trong đó có rất nhiều loài động vật quý hiếm. Thác Khuổi Nhi có chiều dài khoảng 3km, đổ từ trên đỉnh núi xuống vách đá tung bọt trắng xóa quanh năm, cảnh tượng rất hùng tráng, có cá rìa chân rất thú vị.

Hồ Na Hang, được ví là “Hạ Long giữa đại ngàn” đã nói lên tất cả những vẻ đẹp của nơi đây, với 99 ngọn núi quần tụ lại với nhau ở khu vực xã Thượng Lâm. Khung cảnh núi non trùng điệp hùng vĩ nơi đây luôn mang đến cho du khách những cảm xúc thật mới mẻ, thư thái.

Cọc Vài Phạ hay còn gọi là Vài Phạ nghĩa là “cọc buộc trâu trời” trong tiếng Tày gắn liền với truyền thuyết chàng Tài Ngào đắp đập ngăn nước cho dân bản. Du khách sẽ sững sờ với “cọc đá” đứng sừng giữa bốn bề non sông.

Di tích hang Phia Vài nằm ở sườn núi đá vôi thuộc thôn Cốc Ngận, là một trong những di chỉ khảo cổ điển hình. Đây là nơi tìm thấy hàng nghìn công cụ lao động có niên đại cùng thời văn hóa Hòa Bình và bộ di cốt người nguyên thủy bán hóa thạch.

Động Song Long cách mặt nước hồ thủy điện Na Hang trên 200 m, lòng hang có chiều cao 40 m, rộng khoảng 50 m, dài trên 200 m. Động có nhiều cột thạch nhũ với màu sắc, trong lòng hang chia nhiều ngách nối tiếp nhau rất bí ẩn.

Ruộng bậc thang Hồng Thái, cuối tháng 9 thường là dịp lễ hội ruộng thang, nơi đây luôn tạo cho du khách sự ngỡ ngàng, quyến rũ của những dải lụa vàng óng đang lay động uyển chuyển, một màu vàng trải dài trên khắp triền sườn núi.

Phiên chợ vùng cao tại thị trấn Na Hang diễn ra vào thứ 5 và chủ nhật hàng tuần. Là nơi du khách tìm lại những dư vị của tuổi thơ, nơi phiên chợ quê luôn có sức hút đặc biệt, là mỗi lần ánh

mắt ngóng trông bước chân của mẹ từ chợ trở về. Phong vị này khó có thể tìm thấy ở một phiên chợ miền xuôi.

Đặc biệt, Na Hang, Lâm Bình có 6 điểm du lịch Homestay đó là: Homestay Nà Khá, Homestay Khau Tràng, Homestay tại các xã Thượng Lâm, Khuân Hà, Lãng Can, Phúc Yên. Hoạt động du lịch diễn ra tại Na Hang, Lâm Bình các điểm du lịch thuận lợi cho việc di chuyển bằng đường bộ và đường thủy. Nhìn chung, các tuyến du lịch khá đa dạng, đáp ứng các nhu cầu tham quan, giải trí, tìm hiểu văn hóa, thưởng thức đặc sản địa phương, mua sắm hàng lưu niệm của du khách. Hầu hết các tuyến du lịch kết hợp song song loại hình du lịch sinh thái cộng đồng với du lịch văn hóa, lịch sử. Trong đó, loại hình du lịch sinh thái cộng đồng tham quan cách danh thắng, các Homestay vẫn giữ vai trò quan trọng trên các tuyến du lịch, bởi từ lâu tài nguyên du lịch tự nhiên vốn là lợi thế của du lịch Na Hang, Lâm Bình.

#### *\* Đánh giá chung*

Nhìn chung, Na hang, Lâm Bình với nguồn tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn mang đặc trưng riêng có của du lịch miền núi phía Đông Bắc đáp ứng nhu cầu và xu hướng du lịch sinh thái tự nhiên và du lịch văn hóa cộng đồng. Cảnh quan sinh thái mặt hồ đẹp, xung quanh là núi non, các đảo lớn nhỏ, hang động, suối khoáng nóng, thác nước, đền thờ, di tích lịch sử gắn với nền văn hóa truyền thống độc đáo của đồng bào dân tộc thiểu số là điểm đến lý tưởng của du khách mọi miền; Hoạt động du lịch đã có sự tham gia của Nhà nước, doanh nghiệp và cộng đồng dân cư. Những năm qua, du lịch Na Hang đã đạt được những thành tựu to lớn: lượt khách và doanh thu du lịch tăng nhanh; cơ bản hoàn thiện các tuyến, điểm du lịch; các dự án đầu tư phát triển du lịch tiếp tục được đẩy mạnh, cơ sở hạ tầng về đường giao thông, phương tiện vận chuyển, tàu thuyền, cơ sở lưu trú, nhà hàng đã từng bước nâng cao đáp ứng nhu cầu cơ bản của du khách; hệ thống thông liên lạc, điện nước đảm bảo; khả năng tiếp cận điểm đến thuận lợi hơn, thời gian di chuyển nhanh hơn do chính sách đầu tư cơ sở hạ tầng giao thông liên tỉnh, liên vùng được quan tâm đầu tư, góp phần phát triển nhanh các hạng mục cơ sở vật chất, cơ sở hạ tầng; các sản phẩm du lịch tiếp tục được nâng cao cả về số lượng lẫn chất lượng. Đây là tín hiệu đáng mừng cho tương lai ngành Du lịch của Na Hang, Lâm Bình.

Tuy nhiên, bên cạnh những thành quả đạt được, hoạt động du lịch nơi đây vẫn còn nhiều hạn chế, gây không ít khó khăn, cản trở trong chiến lược phát triển du lịch. Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch sinh thái chưa đảm bảo, còn thiếu những loại hình dịch vụ chất lượng cao đáp ứng nhu cầu cuộc sống hiện đại, tiện nghi dịch vụ điểm đến và chất lượng dịch vụ chưa tốt. Việc khai thác các sản phẩm du lịch còn chưa sâu, chưa phong phú, công tác bảo vệ môi trường chưa được chú trọng. Tổ chức quản lý còn yếu, chưa đồng bộ làm giảm đi tính hiệu quả của hoạt động du lịch trong thời gian qua.

### **3.3. Định hướng và giải pháp phát triển du lịch sinh thái cộng đồng bền vững tại Na Hang, Lâm Bình**

Na Hang, Lâm Bình là nơi có tiềm năng phát triển mạnh ngành Du lịch, do đó, việc định hướng khai thác tài nguyên, hoàn chỉnh kế hoạch phát triển du lịch của địa phương là vấn đề cấp bách. Định hướng phát triển cần tập trung vào định hướng phát triển chung, xác định vị trí trung tâm của du lịch nơi đây là Khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang, Lâm Bình trong toàn ngành Du lịch với dịch vụ du lịch trọng tâm là du lịch sinh thái cộng đồng nhằm xây dựng chiến lược phát triển, thu hút du khách, liên kết phát triển giữa các tỉnh trong khu vực, đồng thời định hướng thị trường sản phẩm với mục tiêu xác định thị trường khách du lịch đến với Na Hang, Lâm Bình, tập trung xây dựng các sản phẩm du lịch phù hợp với nhu cầu của từng nguồn khách.

Đối với du lịch Na Hang, Lâm Bình, cần chú trọng các giải pháp phát triển theo hướng bền vững cả về kinh tế, môi trường và xã hội:

*Một là, phát triển du lịch theo hướng bền vững về kinh tế*, Na Hang Lâm Bình cần chú trọng việc quy hoạch, quản lý và tổ chức thực hiện quy hoạch du lịch một cách khoa học, hiệu quả. Chính quyền địa phương cần quản lý chặt chẽ các dự án đầu tư phát triển du lịch và chỉ cho phép đầu tư khi đã có quy hoạch được cấp thẩm quyền phê duyệt. Xây dựng các chương trình đầu tư trọng điểm các khu du lịch, tuyến điểm du lịch đã được quy hoạch. Chuẩn bị tốt hệ thống nhà nghỉ dưỡng và cơ sở hạ tầng. Đa dạng hóa các sản phẩm du lịch với sự phong phú, độc đáo, mang sắc thái riêng của vùng rừng núi Đông Bắc trong đó đặc biệt chú trọng sản phẩm du lịch sinh thái cộng đồng, phát huy tiềm năng du lịch từ những bản sắc độc đáo của đồng bào các dân tộc thiểu số. Đẩy mạnh Tuyên truyền quảng bá và thu hút đầu tư chú trọng xây dựng thương hiệu về phát triển du lịch sinh thái nhằm thu hút du khách trong và ngoài nước. Chú trọng đào tạo phát triển nguồn nhân lực, xây dựng tổ chức bộ máy, hoàn thiện thể chế và nâng cao năng lực quản lý. Có kế hoạch đào tạo cho những người làm du lịch về chuyên môn nghiệp vụ, ngoại ngữ và tiếng dân tộc.

*Hai là, phát triển du lịch theo hướng bền vững về văn hóa – xã hội*, cần nâng cao nhận thức và khuyến khích cộng đồng dân cư địa phương tích cực tham gia vào các hoạt động du lịch. Sự tham gia của cộng đồng vào phát triển du lịch có ý nghĩa rất quan trọng trong việc phát triển du lịch bền vững. Dân cư ở đây đa số là đồng bào dân tộc thiểu số thuộc các xã vùng núi đặc biệt khó khăn, kinh tế chậm phát triển, trình độ dân trí và nhận thức về du lịch bền vững còn rất thấp. Do đó, việc nâng cao nhận thức cho cộng đồng địa phương là hết sức quan trọng. Cần lồng ghép việc nâng cao nhận thức cho cộng đồng về phát triển du lịch vào các chương trình, dự án. Phối hợp với các phương tiện thông tin đại chúng đẩy mạnh công tác giáo dục pháp luật, nâng cao dân trí, nâng cao hiểu biết về phát triển du lịch bền vững cho cư dân địa phương. Nâng cao hiểu biết cho cộng đồng dân cư địa phương và khách du lịch trong việc bảo tồn, tôn tạo phát triển các tài nguyên du lịch. Khuyến khích cộng đồng địa phương tham gia tích cực vào hoạt động du lịch; vào nỗ lực bảo vệ, tôn tạo và phát triển tài nguyên du lịch. Đặc biệt chú trọng bảo tồn và phát triển giá trị văn hóa truyền thống của đồng bào các dân tộc thiểu số. Cần nghiên cứu, điều tra, sưu tầm, bảo tồn những giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể của các đồng bào dân tộc nơi đây. Phát triển các loại hình dịch vụ gắn với các giá trị văn hóa tộc người như bài thuốc gia truyền chữa bệnh của cộng đồng người Dao, phát triển các ngành nghề phụ như nghề dệt thổ cẩm của phụ nữ dân tộc Tày, chú trọng phát triển nông nghiệp sạch với một số loại hàng nông sản truyền thống như gạo nếp, đậu xanh, đậu tương, rau sạch, thịt sạch để bán cho khách du lịch.

*Ba là, phát triển du lịch theo hướng bền vững về tài nguyên, môi trường*, để giảm thiểu tới mức thấp nhất về ô nhiễm môi trường trong hoạt động du lịch tất cả các công trình phục vụ du lịch phải có báo cáo đánh giá tác động môi trường của cơ quan chuyên môn trước khi tiến hành xây dựng công trình; tổ chức giám sát, kiểm tra định kỳ, xác định các nguồn gây tác động môi trường của các công trình để kịp thời ngăn chặn. Thường xuyên kiểm tra hệ thống nước thải, thu gom và xử lý rác thải, các địa điểm có hoạt động du lịch và xây dựng. Hệ thống nước thải bắt buộc phải được xử lý theo đúng tiêu chuẩn vệ sinh các chất thải của ngành môi trường, trước khi đưa nước ra hòa nhập vào môi trường rừng. Tất cả các rác thải bắt buộc phải được thu gom vào các thùng chứa đặt trên trục đường, các khu trung tâm. Thường xuyên giám sát, kiểm tra định kỳ và kiểm tra bất thường nhằm xác định nguồn gây tác động môi trường, kiểm tra chất lượng hệ thống nước thải, thu gom và xử lý rác thải, các địa điểm có hoạt động du lịch để có các biện pháp ngăn chặn kịp thời khi có vi phạm. Tăng cường tuyên truyền, giáo dục ý thức giữ gìn vệ sinh môi trường tại khu du lịch cho nhân dân địa phương và du khách.

## IV. KẾT LUẬN

Na Hang, Lâm Bình là vùng đất giàu tiềm năng phát triển du lịch. Nguồn tài nguyên du lịch tự nhiên phong phú, đa dạng tạo điều kiện phát triển mạnh du các loại hình du lịch đặc trưng như: du lịch nghỉ dưỡng, du lịch văn hóa, du lịch lịch sử, du lịch tâm linh, đặc biệt là du lịch sinh thái, du lịch Homestay. Phát triển du lịch sinh thái cộng đồng đang trở thành xu hướng phát triển du lịch bền vững và phù hợp với xu thế thời đại, đáp ứng nhu cầu khám phá của đông đảo du khách muốn tìm hiểu văn hóa dân tộc đặc sắc. Việc phát triển du lịch sinh thái cộng đồng sẽ góp phần phát triển kinh tế - xã hội, nâng cao đời sống, gìn giữ phát huy những giá trị văn hóa truyền thống đặc sắc của đồng bào các dân tộc thiểu số và bảo vệ tài nguyên môi trường sinh thái tại Na Hang, Lâm Bình. Để đẩy mạnh phát triển du lịch du lịch Na Hang, Lâm Bình cần quan tâm đến định hướng phát triển du lịch sinh thái cộng đồng chú trọng các giải pháp phát triển theo hướng bền vững cả về kinh tế, môi trường và xã hội.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Đình Hoè, Vũ Văn Hiếu (2001), *Du lịch bền vững*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
2. Phạm Trung Lương (2002), *Du lịch sinh thái: Những vấn đề về lý luận và thực tiễn phát triển ở Việt Nam*. Nhà xuất bản Giáo dục, Hà Nội.
3. Phòng Văn hóa - Thông tin huyện Na Hang (2018), *Báo cáo hoạt động du lịch huyện Na Hang 2014 - 2018*.
4. Phòng Văn hóa - Thông tin huyện Lâm Bình (2018), *Báo cáo hoạt động du lịch huyện Na Hang 2014 - 2018*.
5. UBND tỉnh Tuyên Quang (2014), *Quyết định về việc phê duyệt quy hoạch bảo tồn và phát triển bền vững khu bảo tồn dữ trữ thiên nhiên Na Hang đến năm 2020*.
6. UBND huyện Na Hang (2018), *Báo cáo hoạt động ngành văn hóa và thông tin năm 2017 và phương hướng, nhiệm vụ năm 2018*.

## POTENTIAL AND ORIENTATIONS FOR DEVELOPING SUSTAINABLE COMMUNITY ECOTOURISM AT THE NATURAL CONSERVATION AREA IN NA HANG - LAM BINH

Nguyen Thi Hong Mien

*Dien Bien teacher training college*

### Abstract

Community ecotourism is a type of indigenous nature and cultural tourism organized by the community with the goal of protecting the environment, creating the attraction of the community to nature and enhancing the responsibility of the community with the natural world. Ecotourism development is becoming the current trend of sustainable tourism development in our country in particular and the world in general. Na Hang - Lam Binh is a nature reserve that contains a lot of scientific value and is a living area of ethnic minorities with unique traditional culture preserved. This is an area with abundant potential for developing community ecotourism. The paper presents the potential, assesses the situation and proposes some solutions to orient the development of sustainable community ecotourism in Na Hang - Lam Binh.

### Keywords

Eco-tourism, sustainability, community, Na Hang, Lam Binh

# POTENTIAL AND SITUATION OF COMMUNITY TOURISM DEVELOPMENT IN LAM BINH DISTRICT, TUYEN QUANG PROVINCE

**Ta Thi Thanh Huyen**

*Tan Trao University*

## Abstract

Lam Binh is a locality with rich natural resources, a large area of primitive forests, a diverse ecosystem, many famous landscapes; abundant human resources and a developing economy. These are favorable conditions to promote the development of community tourism. However, development of community tourism in Lam Binh still faces many difficulties and challenges. The article also proposes some solutions to improve the efficiency of development of community tourism in Lam Binh district - Tuyen Quang province.

## Keywords

Community tourism, potential, development, situation, difficulties.

## 1. INTRODUCTION

Lam Binh is a highland and remote district located in the north of Tuyen Quang province with a natural area of 78,152.17 hectares. The East borders Na Hang District (Tuyen Quang), the Northeast borders with Bac Me District (Ha Giang Province); the West and Northwest borders Vi Xuyen district and Bac Quang district (Ha Giang province); the south borders Chiem Hoa district (Tuyen Quang).

Lam Binh district has 08 commune-level administrative units, 76 villages and hamlets; the population of over 33 thousand people with 12 ethnic groups living together. The ethnic minorities account for over 95%, in which, Tay people account for 62%, Dao people over 25%, Mong 6%, Pa then 2%, the rests are other ethnic groups. In particular, The PaThen ethnic group in Lam Binh district is one of the few special ethnic groups with a very mysterious Fire Dance Festival. More specifically, Nguoi Thuy Ethnic is only in Vietnam, only in Thuong Minh village, Hong Quang commune, Lam Binh district, which currently has only 105 people, they have their own culture, language, costumes, voices. But they are not in the list of 54 ethnic groups in Vietnam. In this article, I would like to mention to the potential, situation, difficulties and solutions of community tourism development in Lam Binh district, Tuyen Quang province.

## 2. CONTENT

### 2.1. Lam Binh tourism potential

Lam Binh is a mountainous district in Tuyen Quang province. Lam Binh terrain is rugged with many limestone mountains, it is lower and lower from the north to the south with very large fragmentation, and many areas almost isolated. Most peaks are from 800 to 1,000 meters high, many peaks are over 1,000 meters high. The mountain is often divided into many ranges with many peaks connected in succession. Especially in Thuong Lam, Khuon Ha and Lang Can, the mountains divide into separate peaks. Between the ranges of mountains, there are a lot of wavy roads, beautiful villages, rice fields, green corn fields. The highest area is in the Lo-Gam area with overlap and majestic mountains, blending between the vast green fields reflecting on the

surface of Tuyen Quang Lake, creating a wonderful and rare natural picture that nowhere would have been.

Due to the influence of topography, the climate of Lam Binh depends on the altitude and characteristics of the mountain. The high area is over 800 metres with subtropical climate, the highest temperature in the year is about 30 degrees. The region of less than 800m has Asian subtropical with hot and humid climate. The climate in the year is divided into 4 distinct seasons, the average temperature of the year is 22 degrees, the air humidity is about 85%, the average rainfall is 1,800 milimetres, the weather is quite cool which is an important condition to develop tourism.

Lam Binh is one of the districts with the largest natural forest area in the country, covering over 80% of the district area. The green tropical forest all year round has diverse fauna and flora, including many valuable and rare species such as Po Mu, Pine Bamboo, Red Pine, Nghien, Trai, Dinh, Sen, Doi, species valuable medicinal herbs (forest ventricles, one-leaf trees, That diep nhat chi hoa); Animals have: white-cheeked langur, gibbon, monkey, deer, wild boar, wild cat, loris, squirrel, civet, porcupine, etc. Especially Lam Binh is preserving species: white-cheeked langur, currently on 100 individuals are in the red book of the world, ...

Tuyen Quang Lake area is over 8,000 hectares, divided into 02 routes (along the former Gam River and Nang River). The lake heart is under the management of Lam Binh district along the Gam river route, extending to the territory of Bac Me district, Ha Giang province, the widest place is 3 kilometres, the lake is open to be vast, muscular, robust, men at the age of eighteen or twenty. The lake heart is a living place for many special fish species such as Dam Xanh, Anh Vu, Chien, Lang, Bong, Chach, Nheo,... along with the large lake heart, the district has a system of small streams. This is the place to provide water for the living, the life and production of the people of the ethnic groups in the region, and the streams wavy around the villages, the rows of bamboos reflected, creating poetic, peaceful features of the mountainous region.

Lam Binh is blessed with many beautiful landscapes, including: The National Monument of 99 Thuong Lam legendary mountains, considered to be Ha Long Bay in the midst of forests; Scenery, mountains of Khuon Ha, Lang Can, Binh An, Tho Binh, Hong Quang, Xuan Lap and Phuc Yen. Coc Vai island (pile of buffalo tied by the giant Tai Ngao), Do Mountain borders on the border between Lam Binh district, Tuyen Quang province and Bac Me district, Ha Giang province; Ai Au Mountain Pass, Thuong Lam commune; Keo Nang Mountain pass, Lang Can commune; Tat Nga Mountain pass, Khau Cau, Phuc Yen commune... Each of the landscapes has its own natural beauty, magnificent and contains stories, dialogues, associated with the activities and life of thousands of people of the people. ethnic groups here, including the legend of 99 phoenixes perched on 99 mountains in Thuong Lam, the legend of Ai Au Pass, Deo Pull Nang associated with the tortuous love story of boys, girls, they love each other but should not be a wife, a husband, leaving the torment, or the story of a gentle, kind fairy taught the Lang Can people to grow cotton, weave cloth, ...

Blended with deep green mountains and vast lakes are waterfalls with many cascades, pristine: Ban Lang Waterfall, Nam Me, Khuoi S.Thung, Tat Nga,... on Lake Lam Binh; Vang Dan and Tát Tra waterfalls, Lang Can commune; Thac Cho Waterfall, Hong Quang Commune; Hang waterfall, Phuc Yen commune,... Each waterfall is associated with a legend of its origin and its own beauty: Nam Me Waterfall with 5 layers of cascades is abundant, gentle, affectionate like a mother stream; Khuoi Thung waterfall is strong at the back of the sky, sometimes hidden in the mountain; Ban Lang waterfall is majestic, day and night rushing into the deep blue lake;

Khuoi Nhi waterfall is gently eroded, where thousands of fish are ready to do the massage for visitors; Hang Waterfall, Phuc Yen commune flows more than 500 meters in the mountains, sometimes softly, softly, sometimes roaring angrily, creating a feeling of being lost in the maze without finding an exit,... And a lot of waterfalls Other beautiful, waiting for visitors to experience and explore.

In particular, Lam Binh district has just discovered a vast, pristine cave population, almost without human footprints. Each cave has a different magnificent beauty, but all share a cave bed that is 50 to 200 meters wide; the cave ceiling is from 20 to 50 meters high; the length of the cave is from 500 to 1,500 meters; Many shimmering, magical, and transforming stalactites are highly appreciated by experts on archaeological, geological and tourism values that need to be explored, discovered, typically among them is Khu Khuoi Pin Cave., Nam Thuom cave, Gieng Troi cave, Khuoi Pooong cave, Song Long cave, ...

Along with the famous landscapes, Lam Binh also has historical, archeological and spiritual relics: National Monument of Pu Bao Temple, Phuc Lam Pagoda, H52 Military Weapon Workshop of Labor Hero Ngo Gia Kham, Pac Vang Temple, Ba Chu Temple (Ba Chua); Ong pagoda, Ba pagoda, Na Them temple, Xum Lom cave and Phia Vai cave (the place where 02 burial tombs were found dating back to about 12,000 years).

With these unique and distinctive natural features, Tuyen Quang province is currently preparing a dossier to request recognition of Lam Binh - Na Hang Nature Reserve as a special national scenic area; It is also the core of the component of the Lam Lam - Na Hang - Ba Be complex, which is being compiled by Tuyen Quang province and Bac Can province to submit to UNESCO for recognition as a World Natural Heritage.

Lam Binh has 08 commune-level administrative units, 76 villages and hamlets; The total population of the district is nearly 34 thousand people, with more than 12 ethnic groups living together, ethnic minorities account for over 95%, of which: Tay ethnic group accounts for 62%, Dao over 25%, Mong 6%, PaThay 2%. other ethnic groups. Especially, only in Vietnam, in Thuong Minh village, Hong Quang commune, Lam Binh district, there are ethnic Thuy people; The Thuy ethnic group has a distinctive voice, costume, cultural beliefs, customs and traditions.

Lam Binh is a multi-ethnic land, people work hard to produce, preserve and develop traditional indigenous cultural capital, from voices, writing, costumes, beliefs, folk knowledge., traditional occupations (brocade weaving, embroidery, blacksmithing, rattan and bamboo weaving, traditional vermicelli making, ...), folk and folk songs (Then singing, singing Mandarin village, Pao dung singing, singing cole, alpine dance, ...), folk games, house architecture (stilt houses of the Tay, real estate of the Dao, Pa Tagn, the reporting houses of the Mong ...). Coming to Lam Binh, visitors will join in the unique, folk-festive festivals, attracting a large number of visitors such as: The Tong festival of Tay people, the fire-dancing festival of the people Pa Cardn ethnic group, the acute ceremony of the Dao people, the retaliation ceremony, the New Rice Celebration Ceremony,... Each festival has a different meaning, unique cultural beauty, but it expresses the aspirations of the praying people. The heaven and earth, the gods, ancestors in good health, increasingly prospering, peaceful and happy village.

Lam Binh is not only known for its many beautiful landscapes, festivals and customs, but also for its unique and interesting traditional culinary culture. Many local specialties such as honey, shiitake mushrooms, Khau suck tea, corn wine, leavened paddy wine, specialty lake fish,... and local specialties such as Thang Co pickles, sour meat, sour fish, field fish sauce, five-



color sticky rice, pumpkin pork, blue-tailed mackerel tube, egg custard, traditional vermicelli, stream snail, stream moss, forest vegetables, kitchen buffalo meat, skin dried buffaloes, wild vegetables: forest banana leaf, forest banana corn, khau beef, wild vegetable,... herbal herbs from ancient forest: blue-green tea, ginseng, ginseng, mistletoe,... with the taste of corn wine, yeast rice wine, ...

In short, Lam Binh has potential to develop tourism. The diverse and abundant fauna and flora system, mountains, forests, pristine and majestic lakes are important conditions for Lam Binh to develop various types of tourism such as: eco-tourism, tourism. adventure calendar, discovery travel,... Along with the traditional cultural identity of the ethnic groups that are preserved, friendly, sincere and hospitable people are important factors to develop community based tourism. copper, creating accents, own products that few localities have.

## **2.2. Situation of community tourism development**

Organizing the apparatus and staff working in tourism are strengthened and gradually improved the quality. The work of preserving and promoting the value of historical and revolutionary relics and traditional culture for tourism development is of interest. Socializing tourism has been promoted and achieved many results. Tourism activities have contributed to economic restructuring, creating jobs, increasing incomes for people, gradually bringing tourism to become an important economic sector of the province, contributing to promoting the socio-economic development. Association of the province.

In the beginning of 2016, Lam Binh district started piloting a community-based tourism model (Homestay) at 04 locations with 15 households participating in the model in: Na Tong and Na Dong hamlets (Thuong Lam commune), Na village Muong (Khuon Ha) and Nam Diep village (Lang Can commune); organize seminars to thoroughly grasp, implement and unify the content and method of implementing the contents and tasks as planned; set up a working group of the district, assigning specific tasks to each member in charge of each household, directly guiding and assisting households in implementing the model building; organize households to visit, learn experiences on community tourism in Ha Giang, Hoa Binh and Thai Nguyen provinces, and organize training courses, professional guidance on community tourism; building plans to ensure safety for visitors; propagandize and mobilize households to preserve the unique cultural space of the nation, maintain the status quo, landscape and traditional architecture of the houses, renovate houses, make toilets, collect tools tools, daily-life tools,... to serve customers; investment in construction of common infrastructure (parking lots, internal roads, wharves, areas for organizing common activities, etc.); telecommunications infrastructure, finance, banking, electricity, clean water,...; 04 entertainment teams were formed, trained, practiced in order to serve customers; completing the development of maps, tours, routes and contents of tourist explanations; set up 03 Coordination Teams in 03 communes to guide, assign guests and advise visitors; building price list of Homestay services; establishing Lam Binh Tourism Website, Facebook pages to promote tourism promotion,...

Currently, 04 community-based tourism sites (Homestay) in the area have the capacity to serve about 100 guests at a time, with the following main products:

- Understanding the traditional culture of the Tay, Dao, Mong, Pa, PaThen and Thuy ethnic groups (daily life: catching snails, picking forest vegetables, fishing, catching rock crabs, buffalo herds, etc...); enjoy folk songs, folk dances, traditional folk games of all ethnic groups (Singing through the village, then, cau, Pao dung, crossbow shooting, pushing sticks, walking on stilts,

Khèn dancing, tickling,...), traditional weaving, traditional vermicelli making, acute ceremony of the Dao people, the Tong Tong Festival of the Tay people, the mysterious fire-dancing program of the Pa Then people, ...

- Tourists are immersed in the beautiful natural space, the mountains of Thuong Lam scenic - 99 mountains, landscapes in Khuon Ha, Lang Can, Phuc Yen,... cycling, walking visiting cultural villages; to live in the traditional stilt houses of the Tay people, the reporting walls of the Mong people,... to learn and explore the daily life and culture of Lam ethnic people. Jar.

- Kayak boat or boat rafting visit Tuyen Quang lake. Here you will have the opportunity to mingle with the majestic nature, where was dubbed as "Ha Long Can among the great thousand"; Visiting and taking pictures of Cay Phai - Piles of buffalo in the sky (symbol of Lam Binh), fish raising houses on the lake and many other large and small islands.

- Discover the pristine and enchanting beauty of Khuoi Nhi waterfall, Khuoi Gun, Nam Me, Hang waterfall,... Especially, visitors will enjoy a free massage service with thousands of fish ready to massage when guests take a dip in the cool, blue water at Khuoi Nhi waterfall. This is a massage service that only this place has.

- Walking trekking, sleeping tents, tents, exploring primeval forests, exploring pristine cave systems, no human footprints and visitors will be the first to explore caves and caves: Khuoi Pin, Nam Thuom, Well of Heaven, Lung Nhoi,...); go fishing at night and sleep on Tuyen Quang Lake, ...

- Enjoy traditional cuisine, ensuring delicious and safe food. Guests can order the above products as gifts for family, friends and relatives.

- On the journey of experience, visitors can visit and worship at the spiritual place - National Monuments - Phuc Lam Pagoda, Pu Bao Temple, relics H52 Army Workshop of hero Ngo Gia Kham, Phia cave Some places have discovered two burial tombs dating around 12 thousand years ago.

## **2.3. Difficulties, limitations, and proposals**

### *2.3.1- Some difficulties and limitations*

- Infrastructure at places of scenic beauty, historical and archaeological sites, which have not been invested in construction, transport links connecting roads and routes are not synchronized, some traditional cultural features are in danger of disappearing.

- The physical facilities for tourists of households and the general tourism infrastructure are insufficient and incomplete. Tourism skills of low-level workers are difficult to access and interact with, especially for foreign tourists.

- Regarding roads: To basically invest in building and ensuring cars to travel smoothly to community tourist areas and spots. However, the road surface is narrow, degraded and traffic is difficult, especially for large numbers of passengers.

- There are not many souvenir products sold to visitors.

- The propaganda, promotion, connection with companies, travel businesses and people wishing to visit tourism are limited.

### 2.3.2. *Proposals:*

Strengthening information, promoting images of Tuyen Quang's land, culture and people, about potentials, strengths and lists of tourism projects calling for investment on provincial and local information portals mass media. Gradually professionalize tourism promotion. Focus on organizing or hosting the national and international cultural, sports and tourist events in the province; survey programs, building tours, routes, tourist destinations for domestic and international travel businesses, as well as programs to survey, visit and promote the province's tourism potential for reporters, journalists belonging to prestigious domestic and international news and press agencies.

*About building tourism products:* To prioritize investment in building a number of separate tourist brands with typical characteristics of the province, such as Tan Trao historical, cultural and ecological tourist area, Thanh Tuyen festival, Dong Tien festival, Sample Communion Festival. Ha Temple, Cardboard Festival... to form special tours, attractive routes to attract and meet the needs of tourists.

- Support training to raise awareness and skills of community tourism development for officials, students and people directly operating.
- Supporting the restoration and production of tourism products, especially traditional occupations: Brocade weaving, handicrafts, ...
- Support in promoting, introducing and connecting tours to Lam Binh.
- Support in infrastructure construction in tourist sites and destinations, in particular: Community-based tourism sites: Na Tong Hamlet, Na Dong Village, Thuong Lam Commune; Na Muong village, Khuon Ha commune; Nam Diep village, Lang Can commune; Thuong Minh village, Hong Quang commune; Khau Cau village, Phuc Yen commune and at some famous scenic spots in the district.
- Calling investors and enterprises to formulate investment projects, to exploit tourist resorts and areas and potential tourism types of the district; investment cooperation, benefit sharing with households in the management and exploitation of community-based tourism (Homestay),...
- Improving the effectiveness of administrative reforms, especially administrative procedures, creating an attractive and open investment environment; renewing tourism investment promotion, focusing on inviting businesses, especially prestigious enterprises and corporations, with enough potential to invest in building high-class hotels and resorts, ecological area, entertainment area, high-class trade-service area, golf course, etc. Mobilize fund and effectively use the provincial tourism development support fund.

## 3. CONCLUSION

To improve the quality of tourism, preserve the cultural and tourism heritages of Tuyen Quang province, requiring all levels of branches and leaders in the province to innovate the way of thinking and management in the direction effective and sustainable. Besides, it is necessary to raise the awareness of tourism workers, even need to raise the awareness of all local people in welcoming and providing tourism services and products. At the same time, thoroughly grasp and implement the above solutions synchronously

## TIỀM NĂNG VÀ THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TẠI HUYỆN LÂM BÌNH, TỈNH TUYỀN QUANG

**Tạ Thị Thanh Huyền**  
*Trường Đại học Tuyên Quang*

### Tóm tắt

Lâm Bình là một địa phương có tài nguyên thiên nhiên phong phú, diện tích rừng nguyên sinh rộng lớn, hệ sinh thái đa dạng, nhiều cảnh quan nổi tiếng; nguồn nhân lực dồi dào và nền kinh tế đang phát triển. Đây là những điều kiện thuận lợi để thúc đẩy sự phát triển của du lịch cộng đồng. Tuy nhiên, việc phát triển du lịch cộng đồng tại Lâm Bình vẫn gặp nhiều khó khăn và thách thức. Bài viết cũng đề xuất một số giải pháp nâng cao hiệu quả phát triển du lịch cộng đồng tại huyện Lâm Bình - tỉnh Tuyên Quang.

### Từ khóa

Du lịch cộng đồng, tiềm năng, phát triển, thực trạng, khó khăn.

## DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TẠI LÂM BÌNH, TUYÊN QUANG THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN

**Hoàng Thị Lan**

*Trường Đại học Thương mại*

### Tóm tắt

Du lịch cộng đồng đang ngày càng phát triển tại Việt Nam, góp phần tạo việc làm, xóa đói, giảm nghèo, nâng cao đời sống cho người dân tại nhiều địa phương, đồng thời góp phần phát huy thế mạnh văn hóa bản địa. Huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang được ví như "Hạ Long trên cạn" giữa đại ngàn Tuyên Quang khi sở hữu truyền thuyết phượng hoàng bay về, tạo vẻ đẹp hùng vĩ của 99 ngọn núi ở xã Thượng Lâm. Ngoài ra, Lâm Bình còn có nhiều ngôi chùa cổ, bản sắc văn hóa dân tộc đặc sắc, hấp dẫn. Trong thời gian qua, huyện Lâm Bình đã tập trung phát triển các sản phẩm du lịch và giữ gìn nét truyền thống của dân tộc, qua đó đã thu hút được nhiều khách du lịch trong nước và quốc tế đến tham quan, nghỉ dưỡng. Du lịch cộng đồng - homestay, đang thực sự là bước đi hiệu quả trong việc phát triển bền vững ngành Du lịch huyện Lâm Bình. Tuy nhiên, việc phát triển du lịch trên địa bàn huyện Lâm Bình còn nhiều trở ngại, cơ sở hạ tầng du lịch chưa được đầu tư đồng bộ; các tour, tuyến du lịch chưa được hình thành nhiều... Bài viết gồm ba nội dung cơ bản: Một số vấn đề lý luận về du lịch cộng đồng; Thực trạng du lịch cộng đồng tại Lâm Bình, Tuyên Quang và một số giải pháp nhằm phát triển du lịch cộng đồng tại Lâm Bình, Tuyên Quang.

### Từ khóa

Du lịch cộng đồng, Lâm Bình, Tuyên Quang.

### 1. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

Việc nghiên cứu và thảo luận những vấn đề liên quan đến du lịch cộng đồng đã thu hút được sự quan tâm của các nhà nghiên cứu, các cơ quan quản lý du lịch và đã được thực hiện khá nhiều. Sau đây là một số công trình nghiên cứu tiêu biểu:

Vũ Văn Cương (2014), *Nghiên cứu phát triển du lịch cộng đồng tại khu bảo tồn thiên nhiên Pù Luông, Thanh Hóa*, Luận văn thạc sĩ du lịch, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn. Luận văn đã đưa ra một số cơ sở lý luận và thực tiễn về du lịch cộng đồng. Bên cạnh đó, luận văn đã đánh giá tiềm năng, hiện trạng hoạt động du lịch cộng đồng ở Pù Luông, Thanh Hóa. Ngoài ra, luận văn đưa ra một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch cộng đồng tại Pù Luông, Thanh Hóa.

Tác giả Võ Quế trong cuốn "*Du lịch cộng đồng - Lý thuyết và vận dụng*", đã hệ thống cơ sở lý luận về du lịch cộng đồng và nghiên cứu các mô hình phát triển du lịch cộng đồng một số quốc gia trên thế giới.

Trong cuốn "*Du lịch cộng đồng*", tác giả Bùi Thị Hải Yến đã hệ thống cơ sở lý luận về du lịch cộng đồng, đưa ra các mô hình kinh nghiệm về phát triển du lịch cộng đồng tại các quốc gia trên thế giới và Việt Nam, bên cạnh đó tác giả cũng đã hoàn thiện cơ sở lý thuyết cho việc lập kế hoạch phát triển du lịch cộng đồng...

Trong bài viết, tác giả đã sử dụng phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp từ các báo, Tạp chí Du lịch, Giáo trình, công trình nghiên cứu khoa học, một số trang web:

www.vietnamtourism.com; www.dulichvtv.com...

## 2. MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ DU LỊCH CỘNG ĐỒNG

### 2.1. Khái niệm và các yếu tố cấu thành du lịch cộng đồng

#### - *Khái niệm du lịch cộng đồng*

Theo Luật Du lịch Việt Nam năm 2017: “Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên trong thời gian không quá 01 năm liên tục nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí, tìm hiểu, khám phá tài nguyên du lịch hoặc kết hợp với mục đích hợp pháp khác”.

Một cộng đồng là một nhóm người, thường sống tại cùng một khu vực địa lý, những người được định nghĩa thuộc về một nhóm người. Những người trong một cộng đồng thường có chung dòng máu hoặc quan hệ hôn nhân. Họ cũng có thể cùng chung tôn giáo, quan điểm chính trị, đẳng cấp và quan niệm sống.

Du lịch cộng đồng là loại hình du lịch xã hội bền vững được khởi xướng và vận hành chủ yếu bởi địa phương và người bản xứ. Sự lãnh đạo hướng tới quyền lợi và sự giàu mạnh của địa phương thay vì lợi ích cá nhân, cân bằng quyền lực trong cộng đồng, nuôi dưỡng và bảo tồn văn hóa bản địa, và đồng thời có trách nhiệm với môi trường. Theo tác giả Phạm Trung Lương: Du lịch cộng đồng là loại hình du lịch mang lại cho du khách những trải nghiệm về bản sắc cộng đồng địa phương, trong đó cộng đồng địa phương tham gia trực tiếp vào hoạt động du lịch, được hưởng lợi ích kinh tế - xã hội từ hoạt động du lịch và có trách nhiệm bảo vệ tài nguyên, môi trường, bản sắc văn hóa của cộng đồng”.

#### - *Các yếu tố cấu thành du lịch cộng đồng*

Du lịch cộng đồng được cấu thành bởi các yếu tố: Cộng đồng; Sức chứa của địa phương; Tài nguyên du lịch; Sản phẩm và dịch vụ du lịch cộng đồng; Cơ sở hạ tầng và các trang thiết bị phục vụ du lịch; Hướng dẫn và nguyên tắc đạo đức của du lịch cộng đồng; Nguồn lực hỗ trợ.

### 2.2. Đặc điểm và nguyên tắc của du lịch cộng đồng

#### - *Đặc điểm của du lịch cộng đồng*

Hoạt động du lịch có ảnh hưởng rất lớn đến cộng đồng. Hiển nhiên là du lịch mang lại nguồn thu nhập đáng kể cho cộng đồng địa phương. Tuy nhiên câu hỏi đặt ra ở đây là: làm cách nào cộng đồng địa phương thu hút được nguồn khách; du khách sẽ chi tiêu như thế nào; và doanh thu từ du lịch cộng đồng sẽ được chia sẻ thế nào, tái đầu tư ra sao. Du lịch cộng đồng không quá phức tạp, nhìn chung du lịch cộng đồng có một số đặc điểm sau:

*Một là*, công bằng về mặt xã hội: các thành viên của cộng đồng sẽ tham gia chủ yếu vào việc lên kế hoạch, triển khai, kiểm soát các hoạt động du lịch tại cộng đồng. Điều này không có nghĩa là hoạt động du lịch sẽ được triển khai ở cấp địa phương mà cần nhấn mạnh sự tham gia của cộng đồng dân cư địa phương vào quá trình tổ chức và thực hiện các hoạt động du lịch. Từ đó lợi ích kinh tế sẽ được chia sẻ công bằng và rộng khắp, không chỉ riêng cho các công ty du lịch mà còn dành cho các thành viên của cộng đồng.

*Hai là*, tôn trọng các giá trị văn hóa của cộng đồng: thực tế cho thấy chương trình du lịch nào cũng ảnh hưởng ít nhiều đến cộng đồng địa phương. Điều quan trọng là các giá trị văn hóa của cộng đồng phải được bảo vệ và giữ gìn với sự đóng góp tích cực của tất cả các thành phần tham gia vào hoạt động du lịch, đặc biệt là cư dân địa phương bởi không đối tượng nào có khả năng bảo vệ và duy trì các giá trị văn hóa tốt hơn chính họ.

- *Nguyên tắc phát triển du lịch cộng đồng*

Các chuyên gia trong lĩnh vực du lịch dựa vào cộng đồng đã đưa ra một số nguyên tắc về phát triển du lịch cộng đồng là:

*Một là*, cộng đồng được quyền tham gia thảo luận các kế hoạch, quy hoạch thực hiện và quản lý, đầu tư phát triển du lịch, trong một số trường hợp có thể trao quyền làm chủ cho cộng đồng phù hợp với khả năng của cộng đồng. Khả năng của cộng đồng bao gồm: khả năng nhận thức về vai trò và vị trí của mình trong việc sử dụng tài nguyên, cộng đồng; Các điều kiện khả năng tài chính và năng lực của cộng đồng để đáp ứng yêu cầu phát triển của du lịch.

*Hai là*, chia sẻ lợi ích từ du lịch cho cộng đồng. Theo nguyên tắc này cộng đồng cùng được hưởng lợi như các thành phần khác tham gia vào các hoạt động kinh doanh cung cấp các sản phẩm cho khách du lịch. Nguồn thu từ hoạt động du lịch được phân chia công bằng cho mọi thành viên tham gia hoạt động, đồng thời lợi ích đó cũng được trích để phát triển cho lợi ích chung cho xã hội như: tái đầu tư cho cộng đồng xây dựng đường sá, cầu cống, điện và chăm sóc sức khoẻ giáo dục...

*Ba là*, xác lập quyền sở hữu và tham dự của cộng đồng đối với tài nguyên thiên nhiên và văn hóa hướng tới sự phát triển bền vững.

### **2.3. Điều kiện cơ bản để phát triển du lịch cộng đồng và những đóng góp của du lịch cộng đồng**

- *Điều kiện cơ bản để phát triển du lịch cộng đồng*

Để phát triển du lịch cộng đồng cần một số điều kiện cơ bản như sau:

*Một là*, có nguồn tài nguyên tự nhiên và nhân văn với khả năng thu hút khách du lịch. Đây là điều kiện cơ bản để nguồn tài nguyên chính là tiền đề hay cơ sở để tổ chức các hoạt động du lịch. Tuy nhiên, mức độ thu hút khách của một khu vực phụ thuộc rất nhiều vào số lượng, chủng loại, tính độc đáo... của nguồn tài nguyên. Đồng thời khả năng duy trì và phát triển nguồn khách phụ thuộc vào vai trò của cộng đồng dân cư ở địa phương trong việc bảo tồn tôn tạo giá trị của tài nguyên trong vùng.

*Hai là*, có cộng đồng dân cư địa phương sinh sống hoặc liên kết với khu vực phát triển du lịch. Phong tục tập quán, lối sống, trình độ học vấn, quy mô cộng đồng, cơ cấu nghề nghiệp... là những tham số cần được xác định rõ ràng. Từ đó du lịch cộng đồng có thể được phát triển cùng với sự nhận thức sâu sắc về cộng đồng, trách nhiệm và quyền lợi của họ khi tham gia vào hoạt động du lịch.

*Ba là*, có cơ chế chính sách và các biện pháp khuyến khích hợp lý từ các tổ chức quản lý, các ngành liên quan để tạo ra một môi trường thuận lợi cho du lịch cộng đồng.

*Bốn là*, có thị trường khách đủ lớn về số lượng và đảm bảo chất lượng (khả năng chi trả), ổn định cho vùng, từ đó đảm bảo khối lượng công ăn việc làm cho cộng đồng, thu nhập đều đặn cho họ.

- *Những đóng góp của du lịch cộng đồng*

Du lịch cộng đồng có một số đóng góp cơ bản như sau:

*Một là*, du lịch cộng đồng nhất thiết phải có sự tham gia của các thành viên trong cộng đồng, từ đó cộng đồng sẽ giúp du khách hiểu được những giá trị của cộng đồng mình.

*Hai là*, du lịch cộng đồng phải góp phần vào quá trình bảo vệ và tôn tạo nguồn tài nguyên tự nhiên và nhân văn, bao gồm sự đa dạng sinh thái, nguồn nước, các di tích văn hóa lịch sử...

*Ba là*, du lịch cộng đồng phải đóng góp cho sự thịnh vượng kinh tế của cộng đồng địa phương.

*Bốn là*, du lịch cộng đồng phải cung cấp được những sản phẩm du lịch với các đặc trưng tiêu biểu về văn hóa, xã hội và môi trường của cộng đồng địa phương.

## 2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch cộng đồng

Ảnh hưởng đến phát triển du lịch cộng đồng bao gồm các yếu tố cơ bản như sau:

*Tính hiệu quả của hệ thống cơ chế chính sách* và các biện pháp khuyến khích hợp lý từ các cơ quan quản lý, các ngành liên quan để tạo ra một môi trường thuận lợi cho du lịch cộng đồng phát triển. Các cơ chế, chính sách này liên quan đến việc: Hỗ trợ hạ tầng du lịch tại các điểm du lịch cộng đồng; Tăng khả năng tiếp cận của cộng đồng đối với các nguồn vốn tín dụng với lãi suất ưu đãi như một phần của chính sách xóa đói giảm nghèo; Quảng bá du lịch cộng đồng và xúc tiến hình ảnh điểm đến du lịch cộng đồng; Hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực du lịch cho cộng đồng; Ưu đãi và giá thuê đất lập dự án, thuế kinh doanh dịch vụ du lịch cộng đồng; Hỗ trợ các doanh nghiệp lữ hành có hợp tác đưa khách đến các điểm du lịch cộng đồng.

*Tính hấp dẫn và hình ảnh điểm đến*: Có nguồn tài nguyên tại điểm đến du lịch cộng đồng là điều kiện tiên quyết để phát triển du lịch cộng đồng, tuy nhiên điểm đến đó có thu hút được nhiều khách không hay nói cách khác mức độ phát triển của điểm đến du lịch cộng đồng sẽ phụ thuộc nhiều vào mức độ hấp dẫn và hình ảnh điểm đến.

*Năng lực của cộng đồng*: Bao gồm năng lực về tổ chức quản lý hoạt động du lịch; kỹ năng cung cấp các dịch vụ du lịch cơ bản (dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống, dịch vụ hướng dẫn), khả năng về tài chính để phát triển các sản phẩm du lịch tại điểm đến.

*Mức độ hỗ trợ* của cơ quan quản lý nhà nước về du lịch đối với thực hiện quy hoạch điểm đến du lịch cộng đồng, đầu tư nâng cấp hạ tầng du lịch tại điểm đến, đào tạo kỹ năng tổ chức quản lý và cung cấp dịch vụ, xúc tiến hình ảnh điểm đến.

*Mức độ hợp tác* của các công ty du lịch, đặc biệt là các công ty lữ hành trong việc quảng bá sản phẩm du lịch cộng đồng và đảm bảo nguồn khách.

*Mức độ hỗ trợ* của các tổ chức quốc tế, các tổ chức phi chính phủ về kinh nghiệm tổ chức du lịch cộng đồng cũng như tăng cường năng lực cho cộng đồng tổ chức quản lý và tham gia hoạt động du lịch.

## 3. THỰC TRẠNG DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TẠI LÂM BÌNH, TUYÊN QUANG

### 3.1. Giới thiệu chung về Lâm Bình, Tuyên Quang

Huyện Lâm Bình ở vùng cao phía bắc tỉnh Tuyên Quang; có vị trí địa lý từ 21°29' đến 22°42' vĩ bắc, từ 104°53' đến 105°0' kinh đông. Phía Đông giáp huyện Nà Hang (Tuyên Quang),



Đông Bắc giáp huyện Bắc Mê (Hà Giang); phía Tây và Tây Bắc giáp huyện Vị Xuyên và huyện Bắc Quang (Hà Giang); phía Nam giáp huyện Chiêm Hóa (Tuyên Quang). Từ tỉnh lỵ Tuyên Quang đến trung tâm huyện đi theo hai tuyến: (1) Tuyến 1: Dài 150 km, từ tỉnh lỵ Tuyên Quang đi theo Quốc lộ 2A (Tuyên Quang - Hà Giang) đến km 31 rẽ phải theo đường tỉnh 190 qua thị trấn Vĩnh Lộc (huyện Chiêm Hoá) đến huyện Nà Hang; đi tiếp 40 km đường Nà Hang - Lãng Can. (2) Tuyến 2: Dài 123 km, từ tỉnh lỵ Tuyên Quang đi theo Quốc lộ 2A (Tuyên Quang - Hà Giang) đến km 31 rẽ phải theo đường tỉnh 190 qua thị trấn Vĩnh Lộc (huyện Chiêm Hoá) theo đường tỉnh 188, đi tiếp 55 km đường Chiêm Hóa - Lãng Can.

Địa hình Lâm Bình hiểm trở, có nhiều núi đá vôi, thấp dần từ bắc xuống nam; bị chia cắt rất lớn, nhiều vùng gần như biệt lập, sự gắn kết giữa các vùng dân cư, các điểm kinh tế - xã hội hạn chế. Nằm trên vòng cung sông Gâm, Lâm Bình có nhiều dãy núi lớn. Núi đất và núi đá xen kẽ lẫn nhau, tạo thành nhiều thung lũng lớn, nhỏ. Huyện có nhiều đỉnh núi cao trên 1000 m, tập trung chủ yếu ở các xã Lãng Can, Xuân Lập, Phúc Yên, dãy núi có đỉnh cao nhất là núi Phia Choóng (thuộc địa phận xã Bình An, cao 1.229 m). Đây cũng là những nơi có địa hình hiểm trở, bị chia cắt mạnh, giao thông khó khăn, độ che phủ của rừng còn khá lớn, đó cũng là vùng giàu tài nguyên nhất của huyện. Rừng Lâm Bình có nhiều loại gỗ, dược thảo và muông thú quý, hiếm; đó là thế mạnh kinh tế cơ bản của huyện. Nằm ở thượng nguồn sông Gâm, rừng có tác dụng rất lớn trong việc bảo vệ nguồn nước, hạn chế tác dụng của lũ, lụt đối với vùng hạ lưu.

Sông, suối có tốc độ dòng chảy lớn, nhiều thác ghềnh, thường lũ trong mùa mưa. Tuy có gây một số khó khăn trong phát triển kinh tế - xã hội, song cũng có những tiềm năng kinh tế. Đặc biệt, huyện có diện tích mặt nước lòng hồ thủy điện Tuyên Quang trên 3.500 ha, ngoài cung cấp nước phục vụ đời sống, sản xuất, sông suối còn có nguồn thủy sản khá phong phú với nhiều loại cá ngon và thuận lợi trong phát triển du lịch, là đường giao thông quan trọng giữa các vùng, đồng thời có thể phát triển thủy điện nhỏ và các công trình thủy điện lớn. Nhiều thác nước tạo nên những thắng cảnh hấp dẫn. Do ảnh hưởng của địa hình, khí hậu của Lâm Bình phụ thuộc vào độ cao và đặc điểm của núi. Vùng cao trên 800 m mang sắc thái khí hậu á nhiệt đới, nhiệt độ cao nhất trong năm khoảng trên 30°. Vùng thấp dưới 800 m mang sắc thái khí hậu á nhiệt đới, nóng, ẩm. Khí hậu trong năm chia làm 4 mùa rõ rệt, nhiệt độ trung bình trong năm là 22°, độ ẩm không khí khoảng 85%, lượng mưa trung bình 1.800 mm.

Ngày 26/2/2011, tại xã Lãng Can (huyện Nà Hang), Tỉnh ủy và UBND Tuyên Quang tổ chức lễ công bố Nghị quyết số 07/NQ-CP ngày 28/01/2011 của Chính phủ về việc điều chỉnh địa giới hành chính huyện Nà Hang và huyện Chiêm Hóa để thành lập huyện Lâm Bình thuộc tỉnh Tuyên Quang. Đến năm 2013, huyện Lâm Bình có 8 xã với 75 thôn.

*Bảng 1: Các đơn vị hành chính của huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang*

Tên xã	Tổ, thôn, bản
1. Xã Bình An - Dân số: 3.156 - Số hộ: 687	7 thôn: Nà Coóc, Tổng Pu; Phiêng Luông, Tát Ten, Nà Xé, Châu Quân, Bản Dạ
2. Xã Hồng Quang - Dân số: 3.615 - Số hộ: 808	9 thôn: Bản Tha, Nà Nghè, Thượng Minh, Khuổi Xoan, Lung Luông, Thẳm Hon, Bản Luông, Nà Chúc, Pooi

Tên xã	Tổ, thôn, bản
3. Xã Thổ Bình - Dân số: 5.526 - Số hộ: 1.298	10 thôn: Bản Phước, Bản Phú, Vằng Áng, Bản Piát, Nà Vài, Lũng Piát, Nà My, Nà Bó, Tân Lập, Nà Cọn
4. Xã Thượng Lâm - Dân số: 5.474 - Số hộ: 1.249	14 thôn, bản: Nà Bản, Nà Liềm, Nà Đông, Nà Lung, Nà Ta, Nà Tông, Nà Thuôn, Nà Va, Nà Lầu, Khau Dao, Khun Hon, Cốc Phát, bản Bó, Bản Chợ.
5. Xã Khuôn Hà - Dân số: 3.550 - Số hộ: 778	12 thôn: Lung May, Nà Kẹm, Nà Thom, Nà Vàng, Nà Muông, Hợp Thành, Nà Chang, Nà Thêm, Ka Nờ, Nà Ráo, Nà Thắng, Nà Hu.
6. Xã Lăng Can - Dân số: 5.312 - Số hộ: 1.186	12 thôn, bản: Làng Chùa, Nà Khà, Khau Quang, Nặm Chá, Nặm Đíp, Nà Mèn, Đon Bả, Phai Tre (B), bản Kè (A), bản Kè (B), Phai Tre (A), bản Khiển
7. Xã Phúc Yên - Dân số: 2.740 - Số hộ: 550	6 thôn, bản: Bản Thành, bản Bon, bản Tắng, thôn Phiêng Mơ, thôn Khau Cau, thôn Nà Khậu
8. Xã Xuân Lập - Dân số: 2.095 - Số hộ: 434	5 thôn: Nà Co, Khuổi Trang, Nà Lò, Lũng Giềng, Khuổi Củng

(Nguồn: Ủy ban nhân dân huyện Lâm Bình, Tuyên Quang)

Huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang có 07 di tích, danh thắng được xếp hạng cấp Quốc gia: Chùa Phúc Lâm, xưởng Quân khí H52, hang Phia Vài, động Song Long, thác Nặm Me, thắng cảnh Thượng Lâm, đền Pú Bảo. Chùa Phúc Lâm, thôn Nà Tông, xã Thượng Lâm: Nơi sinh hoạt tín ngưỡng của nhân dân trong khu vực, được xây dựng từ thời Trần. Danh thắng Thượng Lâm, xã Thượng Lâm: Cảnh đẹp tự nhiên với 99 ngọn núi cao, đứng xen kẽ nhau, bao quanh xã Thượng Lâm, tạo thành quần thể núi đá rất ngoạn mục gắn với huyền thoại 100 con Phượng hoàng. Thắng cảnh thác Nặm Me, thuộc khu vực Hát Nghiễn xã Khuôn Hà: Còn có tên thường gọi trong nhân dân là thác Nước Mẹ là con thác lớn bắt nguồn từ rừng đại ngàn Sinh Long. Nước được dồn từ nhiều khe nhỏ chảy ngầm qua những dãy núi trong khu bảo tồn Tát Kè - Bản Bung đến dãy núi Hát Nghiễn, dòng nước lộ ra ngoài và đổ xuống thành dòng thác lớn, thác Nặm Me được phân cấp thành 15 tầng thác lớn nhỏ xen lẫn nhau thành một dòng thác đổ xuống như một dải lụa trắng. Thắng cảnh động Song Long thuộc xã Khuôn Hà, hang động nằm lưng chừng núi đá vôi, trải qua hàng triệu năm thiên nhiên đã dày công gọt giũa tạo thành một tuyệt tác điêu khắc bằng đá với nhiều thạch nhũ mang đủ màu sắc lấp lánh như hoa cương được ban tặng bởi bàn tay hào phóng của tạo hóa. Hang Phia Vài, xã Khuôn Hà: Di tích khảo cổ điển hình, tìm thấy bộ di cốt người nguyên thủy bán hóa thạch và hàng nghìn công cụ lao động có niên đại cùng thời văn hóa Hòa Bình. Động Song Long, xã Khuôn Hà: Một hang động đẹp, có quy mô khá lớn trong vùng, cách mặt nước hồ thủy điện trên 200 m, lòng hang có chiều cao khoảng 40 m, rộng khoảng 50 m, sâu trên 200 m, nhiều cột thạch nhũ với các hình kỳ thú, màu sắc lấp lánh như hoa cương, lòng hang được chia thành nhiều ngách, ngăn nối tiếp, nhau hấp dẫn khách thăm quan du lịch. Di tích xưởng Quân khí H52, xã Thượng Lâm do đồng chí Ngô Gia Khảm làm giám đốc, là nơi sản xuất diêm tiêu phục vụ kháng chiến chống thực dân Pháp giai đoạn những năm 1950 - 1954. Đền Pú

Bảo, thôn Bản Kè (B), xã Lãng Can là nơi thờ Siêu nhạc bá Nguyễn Thế Quân, người có nhiều công tích trong việc cầm quân dẹp giặc, chăm lo cuộc sống của nhân dân.

Với tiềm năng du lịch phong phú, huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang rất thuận lợi để phát triển một số loại hình du lịch như: *Một là*, du lịch tâm linh: di tích chùa Phúc Lâm, đền Pú Bảo...; *Hai là*, du lịch sinh thái: Lâm Bình có rừng nguyên sinh với thảm thực vật phong phú, bảo tồn được nhiều loại động vật quý hiếm; danh thắng 99 ngọn núi, thác Nặm Me... là tiềm năng để phát triển. Vùng lòng hồ thủy điện Tuyên Quang: Hòn Cọc Vài, thác Khuổi Slung, động Song Long, hang Phia Vài, xưởng Quân khí H52; *Ba là*, du lịch văn hóa: Hàng năm, vào tháng Giêng có Lễ hội Lồng tồng ở Thượng Lâm, Lãng Can với các hoạt động: Lễ xuống đồng, hội tung còn, đánh pà, đánh yến, đẩy gậy, kéo co; biểu diễn then, cọi, quan làng của người Tày; hát páo dung của người Dao; thổi khèn lá, múa khèn của người Mông, lễ nhảy lửa huyền bí của người Pà Thẻn ở Hồng Quang, lễ giã cốm của dân tộc Tày. Năm 2012, Lễ hội Lồng tồng của dân tộc Tày được công nhận là Di sản văn hóa phi vật thể cấp Quốc gia; *Bốn là*, du lịch danh lam thắng cảnh: Lâm Bình có danh thắng 99 ngọn núi, Cầu Da (xã Thượng Lâm).

### 3.2. Phân tích thực trạng du lịch cộng đồng tại huyện Lâm Bình

#### - Lượng khách du lịch đến Lâm Bình

Ngay sau khi thành lập huyện, Lâm Bình đã thực hiện công tác quy hoạch phát triển tổng thể du lịch huyện đến năm 2015, định hướng đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030. Theo đó, huyện đã triển khai khôi phục và duy trì và tổ chức các sự kiện văn hóa như Lễ hội Lồng tồng, nhảy lửa, các nét văn hóa truyền thống của dân tộc. Thời gian qua, huyện đã khôi phục và nâng cấp Lễ hội Lồng tồng xã Lãng Can thành lễ hội cấp huyện, phục dựng chùa Phúc Lâm; khuyến khích các tập thể và cá nhân trong và ngoài tỉnh đầu tư vào các điểm, khu du lịch. Nhờ đó, số lượng khách du lịch đến với huyện Lâm Bình ngày một tăng. Năm 2011 huyện đón được 3.500 lượt khách du lịch, đến năm 2014, tổng lượt khách đến với Lâm Bình đạt 8.000 lượt, bằng 190% kế hoạch đề ra. Hoạt động du lịch đã góp phần quan trọng vào quá trình phát triển kinh tế xã hội của huyện, giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc, bảo vệ môi trường sinh thái, công tác tuyên truyền, quảng bá du lịch được chú trọng, công tác xã hội hóa du lịch từng bước được đẩy mạnh. Đặc biệt thời gian qua, các cơ quan chức năng của tỉnh và Bộ Tài nguyên và Môi trường đã hoàn thành “Đề cương nghiên cứu, xây dựng Công viên Địa chất Nà Hang - Lâm Bình, Tuyên Quang” trình Chính phủ xem xét, công nhận là Công viên địa chất quốc gia. Khu vực được coi là “hội tụ nhiều giá trị di sản tự nhiên và văn hóa, đặc biệt là các di sản địa chất - địa đạo, các di tích lịch sử, khảo cổ, đa dạng sinh học... có giá trị nổi bật tầm cỡ quốc gia và quốc tế”. Đây sẽ là cơ hội lớn để du lịch Lâm Bình cất cánh.

Bảng 2: Lượng khách du lịch đến Lâm Bình giai đoạn 2011 - 2018

Năm	Lượt khách
2011	3.500
2012	4.300
2013	5.800
2014	8.000
2015	16.600
2016	28.700
2017	35.000
2018	44.300

(Nguồn: Phòng Thương mại và Du lịch Lâm Bình)

- Đề án “Xây dựng và vận hành mô hình Du lịch cộng đồng” tại Lâm Bình

Năm 2017, huyện Lâm Bình thực hiện đề án “Xây dựng và vận hành mô hình Du lịch cộng đồng”. Đề án nhằm bảo tồn và phát triển bền vững Làng văn hóa dân tộc Tày các thôn Nà Đông và Nà Tông (xã Thượng Lâm), Nà Muông (xã Khuôn Hà) và Nặm Đíp (xã Lăng Can) với 15 hộ tham gia. Thực hiện đề án, huyện đã tổ chức cho các hộ dân tham quan, học tập kinh nghiệm, làm du lịch cộng đồng tại một số tỉnh bạn; tổ chức các lớp tập huấn nâng cao năng lực, kỹ năng làm du lịch cộng đồng; hoàn thành việc chỉnh trang khuôn viên nhà cửa, thành lập các đội văn nghệ, tổ chức tập luyện các tiết mục để phục vụ khách du lịch; hoàn thành xây dựng bản đồ, tour, tuyến du lịch, tập huấn hướng dẫn viên du lịch, bổ sung dịch vụ du lịch như: chèo thuyền kayak, xe đạp, xe máy, bè mảng, câu cá,... phục vụ du khách. Huyện tích cực quảng bá, giới thiệu tiềm năng, lợi thế và sản phẩm du lịch của huyện trên Facebook, Youtube bằng tiếng Anh, Pháp; hoàn thành xây dựng website “Du lịch Lâm Bình”; tiếp tục vận động nhân dân duy trì gìn giữ và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống; liên kết với các Công ty Lữ hành du lịch trong và ngoài tỉnh khảo sát, kết nối du lịch; thực hiện đón, tiếp khách quốc tế và trong nước đến tham quan, du lịch.

Điển hình: “Gia đình anh Châu Văn Tụy là một trong 4 hộ tham gia mô hình homestay thôn Nà Muông xã Khuôn Hà. Gia đình anh Tụy có 5 phòng sử dụng vào dịch vụ, có thể đón tiếp trên 20 người. Trước khi đầu tư, huyện cho đi thăm quan một số mô hình và tập huấn nghiệp vụ nấu ăn, tập huấn kỹ năng làm hướng dẫn viên du lịch. Huyện hỗ trợ trang bị vật dụng 3 phòng khách và một số trang thiết bị khác. Gia đình đã chỉnh trang nhà cửa, khuôn viên tạo cảnh quan, môi trường xanh, sạch, đẹp. Khách du lịch đến sẽ được nghỉ, thưởng thức các món ăn truyền thống tại nhà sàn do chính vợ chồng anh Tụy phục vụ. Anh Tụy cũng sẽ trực tiếp hướng dẫn du khách tham gia các dịch vụ khác như đi xe đạp, xe máy, xe trâu thăm quan bản làng; đăng ký và đưa khách đi thăm quan các điểm danh thắng trên hồ sinh thái, chèo thuyền kayak hoặc có thể cắm trại trong rừng nguyên sinh”.

- Đầu tư phát triển du lịch cộng đồng tại Lâm Bình

Để làm tốt hơn nữa công tác xây dựng và phát triển dịch vụ du lịch homestay, cùng với việc tạo điều kiện cho các hộ gia đình, doanh nghiệp ở địa phương xây dựng cơ sở vật chất phục vụ du lịch, huyện Lâm Bình còn tạo ra chính sách ưu đãi khuyến khích các doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh đến đầu tư xây dựng hạ tầng du lịch. Qua đó, góp phần đưa du lịch trở thành ngành Kinh tế quan trọng của huyện trong thời gian tới. Chủ trương của huyện Lâm Bình là liên kết phát triển du lịch, gắn với bảo tồn và phát huy các giá trị về văn hóa, giữ gìn cảnh quan thiên nhiên. Sau một thời gian đẩy nhanh tiến độ xây dựng, đặc biệt là có sự giúp đỡ của cấp ủy, chính quyền huyện Lâm Bình, Công ty TNHH Thương mại và Du lịch Năm Sao ở Hà Nội đã xây dựng hoàn thiện và khánh thành hai khu du lịch homestay tại thôn Nặm Đíp và Bản Bon thuộc hai xã Lăng Can, Phúc Yên. Sau khi khánh thành và đưa vào hoạt động công ty sẽ xây dựng các tour du lịch, kết nối với ba tỉnh Phú Thọ, Hà Giang và Tuyên Quang vào thứ 6 hằng tuần với hành trình là tâm linh, về nguồn và sinh thái. Đồng thời, làm tốt công tác truyền thông nhằm giới thiệu tới du khách, các công ty du lịch Bắc - Trung - Nam về tiềm năng địa phương khi được công nhận là “Danh thắng Quốc gia đặc biệt khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang - Lâm Bình.

Việc chú trọng đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng gắn với bảo tồn các danh thắng cảnh thiên nhiên, các ngôi chùa cổ, bản sắc văn hóa dân tộc, huyện Lâm Bình ngày càng thu hút được nhiều khách đến thăm quan, trải nghiệm. Ông Bùi Tân Việt du khách ở Hà Nội đã nhiều lần đến với Lâm Bình, nhưng mỗi một lần đến ông lại có những cảm xúc rất riêng đó là, nhận thấy du lịch ở

huyện vùng cao Lâm Bình ngày một phát triển, đã có nhiều sản phẩm trưng bày để du khách có thể mua về làm quà, đặc biệt tại các điểm du lịch đã thu hút ngày càng đông du khách trong và ngoài nước đến địa phương để khám phá, trải nghiệm.

- *Giữ gìn bản sắc văn hóa, phát huy các ngành nghề truyền thống*

Huyện Lâm Bình có 13 dân tộc anh em cùng sinh sống, trong đó dân tộc Tày chiếm 60% dân số. Cùng với các dân tộc anh em khác, đồng bào Tày đã tích cực giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc thông qua sinh hoạt các câu lạc bộ, gìn giữ nghề truyền thống... Hát Then, đàn Tính, bởi đó là hồn cốt của người Tày. Chính vì vậy, những năm qua, các tổ, đội văn nghệ, câu lạc bộ hát Then, đàn Tính ở các địa phương của huyện rất phát triển. Đến nay, toàn huyện đã thành lập và duy trì được 5 câu lạc bộ hát Then; 3 đội văn nghệ homestay phục vụ khách du lịch; gần 100 đội văn nghệ ở các thôn, bản, trường học. Câu lạc bộ sinh hoạt 1 buổi/tuần và thường xuyên phục vụ khách du lịch khi đến tham quan. Với mục đích duy trì, bảo tồn những giá trị văn hóa nghệ thuật đặc sắc của địa phương, câu lạc bộ chính là cầu nối mang hát Then, đàn Tính đến với đông đảo tầng lớp nhân dân. Nhờ vậy, hát Then, đàn Tính ngày càng được nhiều người dân ở mọi lứa tuổi tham gia tập luyện, góp phần giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc Tày trên địa bàn.

Ẩm thực của người Tày Tuyên Quang thiên về vị chua và đắng. Các món ăn chủ yếu xoay quanh hai vị này. Theo người Tày, vị chua và đắng góp phần làm cho thức ăn không bị ngán, ăn ngon hơn. Hơn nữa, vị chua, đắng có tác dụng giải cảm, hạ nhiệt, giải độc, thông khí huyết, tốt cho đường ruột. Chua và đắng còn có tác dụng hóa giải khi người ta uống rượu quá nhiều. Người Tày thích ăn các món nướng, hấp, đồ, nộm. Vào các ngày lễ hoặc có khách quý, người Tày thường làm xôi ngũ sắc từ gạo nếp nướng. Để làm xôi ngũ sắc, người Tày cầu kỳ đi lấy màu nhuộm gạo bằng các loại lá, củ trên rừng, trong vườn nhà. Xôi được đồ trong chõ gỗ, khi chín sẽ có 5 màu rất đẹp mắt. Người Tày sống ở khu vực đồi núi, sông suối nên nuôi nhiều trâu. Các món chế biến từ thịt trâu như thịt trâu xào măng chua, trâu nướng, da trâu hầm, thịt trâu khô. Món da trâu và thịt trâu khô người Tày để được lâu nhất. Dân tộc Tày còn có món thịt lợn đen muối chua. Thịt được ướp với hàng chục gia vị khác nhau, khi ăn lấy ra xào. Món này ăn với cơm gạo nương thì hương vị thật quyến rũ. Bánh trứng kiến là món ăn đặc sắc của người Tày. Bánh chỉ làm được vào khoảng tháng 3 đến tháng 4 âm lịch, vì trứng kiến chỉ có vào mùa này. Măng vầu cuốn nhân thịt gà là món ăn ngon của người Tày.

Bên cạnh đó, việc gìn giữ trang phục truyền thống luôn được đồng bào Tày trên địa bàn huyện quan tâm. Nghề dệt vải của người dân tộc Tày đã được hình thành từ rất lâu và được truyền lại qua nhiều thế hệ. Những người phụ nữ Tày nơi đây đến tuổi trưởng thành đều biết se lanh thành sợi để dệt vải, phục vụ cho cuộc sống hằng ngày. Tự hào với trang phục truyền thống của mình nên đi bất cứ đâu, làm việc gì, đặc biệt là trong dịp lễ, Tết, đám cưới, người phụ nữ Tày vẫn trưng diện những bộ trang phục truyền thống đẹp nhất. Trang phục truyền thống của người Tày khá đơn giản. Đó là những tấm vải thô nhuộm chàm đen bóng rồi cắt may thành quần áo, không thêu thùa nhiều hoa văn, ngoài viền áo màu đỏ và đôi đai xanh, tím được thắt ở lưng. Hiện nay, khi kinh tế đã dần ổn định, bà con ngày càng quan tâm nhiều hơn đến việc may trang phục truyền thống để mặc trong những dịp lễ hội.

Từ những tấm thổ cẩm, người phụ nữ Tày đã khéo léo may thành vỏ chăn, vỏ gối... trang trọng và lịch sự. Bên cạnh nhu cầu sử dụng trong gia đình, sản phẩm dệt thổ cẩm còn được dùng làm của hồi môn cho con gái khi về nhà chồng. Nghề dệt thổ cẩm mang giá trị thuần khiết, là kết tinh văn hóa của các dân tộc. Hiện nay, tại các lễ hội, hội nghị, hội thảo, các gia đình làm dịch vụ

homestay đều trung bày, bán các sản phẩm từ thổ cẩm sắc sỡ sắc màu, thu hút sự quan tâm của nhiều du khách thập phương. Giữ nghề truyền thống không những bảo tồn giá trị văn hóa dân tộc mà còn góp phần phát triển kinh tế - xã hội. Nhận thức được điều này, huyện Lâm Bình đã có nhiều giải pháp bảo tồn và phát huy nghề dệt thổ cẩm gắn với phát triển du lịch. Theo đó, các tổ chức đoàn thể như; Hội nông dân, Hội phụ nữ đẩy mạnh công tác tuyên truyền về giữ gìn nghề truyền thống, tổ chức các sân chơi, cuộc thi dệt thổ cẩm, đan lát... nên đã nâng cao nhận thức trong mỗi cán bộ, hội viên. Cùng với đó, huyện đã đẩy mạnh công tác tuyên truyền đến người dân việc mặc trang phục truyền thống của dân tộc mình trong các hoạt động lễ, tết, các sự kiện chính trị của địa phương, đơn vị... Đặc biệt, những năm trở lại đây để bảo tồn và phát huy giá trị truyền thống văn hóa các dân tộc, nhất là thế hệ trẻ. Các trường học trên địa bàn huyện Lâm Bình đã quy định việc mặc trang phục dân tộc trong các ngày thứ 2, ngày kỷ niệm, lễ lớn do trường tổ chức... đã giáo dục cho thế hệ trẻ về truyền thống văn hóa dân tộc, cũng như giữ gìn giá trị văn hóa truyền thống.

Việc giữ gìn và phát triển nghề dệt thổ cẩm không chỉ góp phần gìn giữ biểu tượng văn hóa cổ truyền của các dân tộc mà nó còn có ý nghĩa quan trọng trong chiến lược phát triển du lịch của huyện Lâm Bình. Để các sản phẩm thổ cẩm truyền thống có thể vươn xa tới nhiều thị trường trong và ngoài huyện cần có những chính sách đầu tư, khuyến khích vận động các tổ chức, cá nhân tham gia thực hiện; đẩy mạnh quảng bá, giới thiệu sản phẩm để nghề dệt thổ cẩm, góp phần tôn vinh vẻ đẹp, bản sắc văn hóa truyền thống của người dân tộc. Có như vậy những nghề truyền thống nói chung và dệt thổ cẩm nói riêng mới phát triển bền vững.

- *Lâm Bình phát triển du lịch cộng đồng gắn liền với bảo vệ môi trường*

Đi kèm với phát triển du lịch, huyện Lâm Bình luôn chú trọng vấn đề bảo vệ môi trường như: Xử lý chất thải từ hoạt động du lịch, thay đổi thói quen xả rác bừa bãi tại một số điểm du lịch... Theo đó, huyện tăng cường tuyên truyền, vận động người dân và du khách chung tay bảo vệ môi trường. Các địa phương, đơn vị trên địa bàn huyện đã đa dạng hóa cách tuyên truyền nhằm nâng cao ý thức người dân; tiêu biểu như: Lòng ghép qua các cuộc họp thôn, bản, lớp tập huấn, tuyên truyền qua loa phát thanh; vận động các đoàn thể vào cuộc hưởng ứng dọn dẹp vệ sinh môi trường để tạo ra phong trào lan tỏa trên địa bàn. Thời gian qua, những chủ homestay thường xuyên được tuyên truyền về bảo vệ môi trường; luôn có ý thức phải giữ gìn vệ sinh môi trường, bên cạnh đó thường xuyên vận động bà con cùng tham gia dọn dẹp đường làng, ngõ xóm, tạo cảnh quan đẹp, môi trường sạch sẽ để thu hút khách du lịch.

Để tránh việc xả rác bừa bãi, các địa phương đã đặt thùng đựng rác tại các điểm du lịch. Bên cạnh việc giới thiệu cảnh quan vẻ đẹp quê hương, các hướng dẫn viên cũng làm nhiệm vụ nhắc nhở du khách bỏ rác đúng nơi quy định, giữ gìn vệ sinh môi trường. Với lượng khách du lịch lưu trú tại địa phương lên đến hơn 38.000 lượt khách/tháng, việc hạn chế rác thải nhựa từ hoạt động du lịch là điều hết sức cần thiết. Những năm qua, huyện đã xây dựng những tour du lịch “sạch”, nói không với rác thải nhựa để nâng cao chất lượng du lịch. Cụ thể là tại các điểm du lịch cộng đồng, du khách được sử dụng các dụng cụ sinh hoạt có nguồn gốc thiên nhiên từ tre, nứa, guột... Việc sử dụng cốc làm từ tre, túi đan bằng nứa, bằng vải của bà con trong thôn, thay cho những vật dụng bằng nhựa và túi ni lông đã giúp cho du khách được trải nghiệm cuộc sống thực tế của đồng bào dân tộc Tày xưa. Không những thế còn góp phần giúp cho địa phương giảm thiểu rác thải nhựa ra môi trường và nâng cao chất lượng du lịch tại địa phương.

Bên cạnh đó, huyện cũng huy động sự vào cuộc của nhiều đơn vị, tổ chức hội, đoàn thể cùng chung tay bảo vệ môi trường. Hội Phụ nữ đã vận động hội viên tham gia giữ gìn vệ sinh môi trường theo phương châm “sạch nhà - sạch ngõ” gắn với phong trào xây dựng mô hình “5

không, 5 sạch”. Hội chỉ đạo các chi hội đảm nhận đoạn đường tự quản, thường xuyên tổ chức dọn dẹp, thu gom rác thải ở đường làng, ngõ xóm, đường nội đồng, điểm du lịch. Các hội viên luôn nêu cao ý thức bảo vệ môi trường xanh - sạch - đẹp để phục vụ du khách đến tham quan, nghỉ dưỡng. Hàng tháng, đoàn viên thanh niên xã tham gia dọn dẹp vệ sinh môi trường, đẩy mạnh hoạt động phân loại rác đầu nguồn nhằm nâng cao ý thức của người dân. Cùng với đó, đoàn viên tích cực tuyên truyền việc hạn chế sử dụng túi ni lông được đông đảo nhân dân và du khách đồng thuận, hưởng ứng. Với những cách làm phù hợp, ý thức của người dân địa phương trong bảo vệ môi trường được nâng lên. Từ đó, giúp cho huyện Lâm Bình có được môi trường xanh, sạch, đẹp; tạo sự hấp dẫn đối với du khách trong và ngoài nước, góp phần thúc đẩy du lịch trên địa bàn ngày càng phát triển.

### **Đánh giá chung về du lịch cộng đồng tại Lâm Bình, Tuyên Quang:**

#### *Ưu điểm:*

Du lịch cộng đồng không chỉ tăng nguồn thu cho địa phương, mà còn là môi trường khôi phục và phát triển một số nghề truyền thống của các dân tộc của huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang, đặc biệt là nghề dệt vải của dân tộc Tày.

Nhờ có du lịch cộng đồng, nhiều loại ẩm thực địa phương cũng dần được các đầu bếp không chuyên tại các homestay giới thiệu đến du khách và trở thành thực đơn không thể thiếu tại các nhà hàng, như xôi ngũ sắc từ gạo nếp nướng, các món chế biến từ thịt trâu, bánh trứng kiến...

Du lịch cộng đồng đã tạo cơ hội việc làm và nâng cao thu nhập cho cộng đồng các dân tộc thiểu số, góp phần làm phong phú thêm đời sống vật chất và tinh thần của các địa phương tham gia loại hình du lịch này.

Một số lớn người dân địa phương ở Lâm Bình, Tuyên Quang đang đón nhận văn hóa của khách du lịch. Họ được giao lưu, được tiếp xúc với nhiều nền văn hóa khác nhau thông qua các khách du lịch. Từ đó, họ nâng cao nhận thức của bản thân mình để có cuộc sống văn minh hơn, lịch sự hơn. Du lịch cộng đồng ở huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang cũng giúp cho chất lượng cuộc sống của người dân tộc thiểu số được nâng cao. Hơn thế nữa, sự quan tâm của du khách đến văn hóa dân tộc đã giúp cho người dân thấy được cái quý giá trong nét văn hóa truyền thống của họ.

#### *Những hạn chế:*

Đa số các mô hình do người dân tự đứng ra tổ chức; hình thức hoạt động mang ý nghĩa tham quan là chính, còn việc tìm hiểu đời sống, văn hóa của người dân bản địa để cảm nhận cái hay, cái đẹp vẫn chưa đạt được như mong muốn.

Hạ tầng kỹ thuật, hạ tầng xã hội còn thiếu, chưa đồng bộ; nhiều tuyến đường giao thông quan trọng chưa được đầu tư, cải tạo, nâng cấp, giao thông đi lại còn khó khăn, nhất là về mùa mưa. Do thiếu kinh phí đầu tư nên hạ tầng tại các điểm danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử, khảo cổ chưa được đầu tư xây dựng, giao thông kết nối các tour, tuyến chưa đồng bộ, một số nét văn hóa truyền thống có nguy cơ mai một. Các điều kiện cơ sở vật chất phục vụ du khách của các hộ gia đình và hạ tầng du lịch còn thiếu, chưa đồng bộ.

Chất lượng dịch vụ du lịch vẫn còn mang tính tự phát nhiều hơn, chưa chuyên nghiệp, chưa có những dịch vụ chất lượng cao. Nguồn nhân lực trong ngành Du lịch cũng như cộng đồng địa phương tham gia hoạt động du lịch cộng đồng chưa được đào tạo nhiều, tính chuyên nghiệp trong phục vụ khách du lịch còn chưa cao. Cộng đồng địa phương có những hạn chế khi tham gia vào hoạt động du lịch cộng đồng như hạn chế về kỹ năng giao tiếp và dịch vụ du lịch; hạn chế về

khả năng ngoại ngữ; hạn chế về vốn (tài chính) khi muốn đầu tư nâng cấp nhà để đón tiếp khách du lịch...

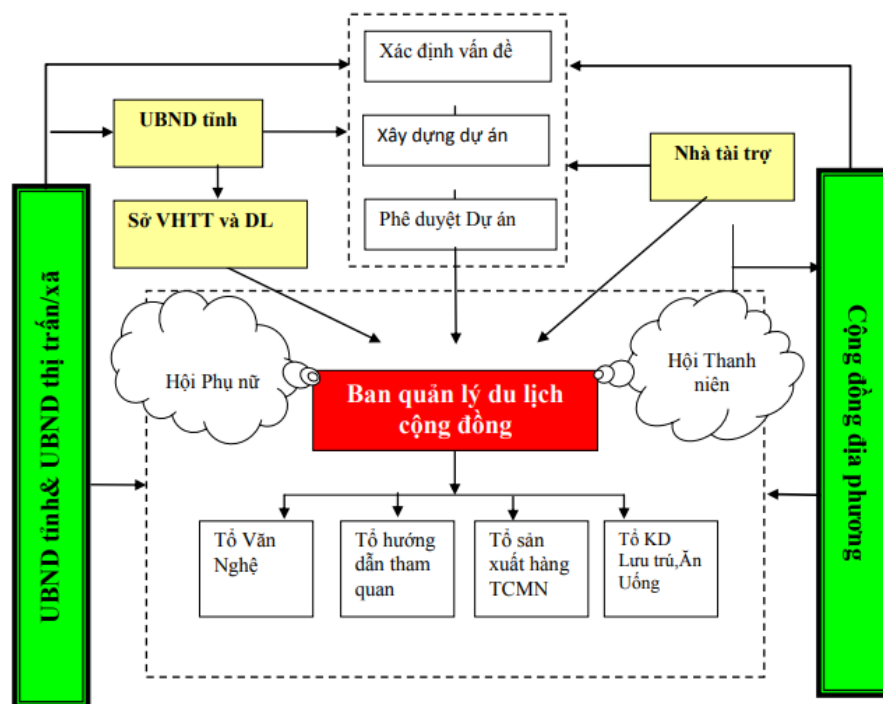
Tóm lại, cộng đồng các dân tộc thiểu số ở huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang có vai trò vô cùng quan trọng trong việc phát triển du lịch. Cộng đồng vừa là yếu tố tạo nên sức hấp dẫn du khách đến với Lâm Bình, đồng thời là đối tượng đáp ứng những nhu cầu của khách du lịch. Do vậy, việc tham gia của cộng đồng địa phương vào du lịch sẽ không chỉ mang lại lợi ích cho họ và môi trường mà còn nâng cao chất lượng du lịch.

#### 4. MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TẠI LÂM BÌNH, TUYÊN QUANG

Phát triển du lịch cộng đồng ở Lâm Bình, Tuyên Quang là một động lực quan trọng để xây dựng nông thôn mới, góp phần xóa đói, giảm nghèo. Để phát triển du lịch cộng đồng theo hướng bền vững đòi hỏi huyện Lâm Bình phải phát huy bản sắc văn hóa các dân tộc để xây dựng các sản phẩm du lịch mang tính đặc thù, có quy hoạch và chọn lọc, hấp dẫn với từng đối tượng du khách. Huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang cũng cần phải xây dựng một chiến lược phát triển du lịch cộng đồng hiệu quả, có những chính sách, cơ chế mang tính đặc thù và các giải pháp đồng bộ như sau:

##### 4.1. Xây dựng mô hình du lịch cộng đồng ở huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang

Mô hình du lịch cộng đồng tại huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang được thể hiện qua hình 1.



Hình 1: Mô hình du lịch cộng đồng tại huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang

Điểm xuất phát của mô hình là từ phía cộng đồng địa phương bao gồm ủy ban nhân dân tỉnh, ủy ban nhân dân thị trấn/xã và đại diện cộng đồng do người dân địa phương bầu ra.

Ủy ban nhân dân tỉnh là đơn vị chịu trách nhiệm trong việc phê duyệt dự án, phê duyệt quyết định thành lập và phê duyệt các đề trình từ phía địa phương hoặc nhà tài trợ nếu dự án này đã được duyệt. Ủy ban nhân dân tỉnh còn là nơi đưa ra quyết định cho các cơ quan cấp tỉnh liên



quan như Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch hỗ trợ về mặt quản lý, đào tạo về du lịch cho điểm cộng đồng của huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang.

Ủy ban nhân dân huyện Lâm Bình cùng ủy ban nhân dân các xã, nhà tài trợ, người dân địa phương xây dựng và trình ủy ban nhân dân tỉnh đề án Du lịch cộng đồng; ban hành quy chế quản lý; ban hành quyết định thành lập, điều lệ tổ chức hoạt động của ban quản lý và ban hành quyết định thành lập các tổ nhóm chính trong cộng đồng người dân vì mục đích phát triển du lịch bền vững.

Ủy ban nhân dân xã: tham gia xây dựng đề án, xây dựng quy chế cho điểm du lịch cộng đồng. Xây dựng các tổ nhóm chính trong cộng đồng người dân vì mục đích bảo tồn. Tổ chức quản lý, kiểm tra, giám sát hoạt động của các tổ nhóm này.

Cộng đồng địa phương tại các xã trên địa bàn huyện Lâm Bình: Tham gia xây dựng đề án, xây dựng quy chế tại điểm du lịch cộng đồng, quyết định các hoạt động sẽ tiến hành, trực tiếp lập kế hoạch quản lý. Là tổ chức nằm trong các tổ nhóm có liên quan đến các hoạt động du lịch được thành lập tại địa phương.

Các tổ chức có liên quan tại địa phương như: Hội Phụ nữ, Hội Thanh niên có vai trò đóng góp ý kiến cho việc thành lập và quản lý điểm du lịch cộng đồng trên địa bàn huyện Lâm Bình. Họ cũng có đại diện tham gia vào các tổ nhóm tại địa phương.

Nhà tài trợ: đóng vai trò là người đồng hành, nhà tư vấn trong tất cả các hoạt động của điểm du lịch cộng đồng tại Lâm Bình, Tuyên Quang.

## **4.2. Các nhóm giải pháp cho việc phát triển du lịch cộng đồng tại huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang**

### *4.2.1. Nhóm giải pháp đối với cộng đồng địa phương*

Để phát triển du lịch cộng đồng tại huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang, cần thực hiện một số giải pháp đối với cộng đồng địa phương như:

- Tăng cường phổ biến, giải thích các quy định hiện hành về du lịch về bảo vệ tài nguyên, môi trường du lịch đến cộng đồng; tổ chức thường xuyên các hoạt động cụ thể trong cộng đồng, đặc biệt là trong giới trẻ. Kinh phí dành cho những hoạt động này cần được hỗ trợ từ ngân sách nhà nước hoặc một phần kinh phí từ thu nhập du lịch của địa phương.

- Nâng cao nhận thức của cộng đồng về lợi ích của du lịch và trách nhiệm cộng đồng khi tham gia hoặc tự tổ chức hoạt động dịch vụ du lịch; bảo vệ môi trường và các giá trị tự nhiên để đảm bảo cuộc sống của người dân với những thu nhập có được qua việc tham gia vào hoạt động phát triển du lịch trên cơ sở những giá trị về môi trường và tự nhiên do chính người dân bảo vệ. Trước hết nhận thức này cần được nâng lên ở những người già làng, trưởng bản, những người có ảnh hưởng rộng rãi trong cộng đồng.

- Đào tạo bồi dưỡng nâng cao năng lực của các thành viên trong cộng đồng kiến thức và kỹ năng sơ đẳng ban đầu về chế biến đồ ăn (thực phẩm) sạch, hợp vệ sinh, an toàn. Một số kiến thức sơ đẳng về giao tiếp, phục vụ khách, về ngôn ngữ tiếng Anh giao tiếp phục vụ cho hoạt động du lịch cộng đồng.

- Hướng dẫn một số kiến thức sơ đẳng về bảo vệ môi sinh, đảm bảo an toàn, vệ sinh; Hướng dẫn kiến thức cơ bản để nhà dân trở thành nhà lưu trú tại gia (homestay) đón khách đến nghỉ; Kỹ năng tối thiểu về hiểu biết ban đầu trong sơ cứu và hướng dẫn khách; Xây dựng ban quản lý du

lich tại cộng đồng với nòng cốt là người dân trong cộng đồng: thiết kế nhiệm vụ chức năng, tổ chức nhân sự, trang thiết bị, đào tạo bồi dưỡng.

#### 4.2.2. Nhóm giải pháp đối với chính quyền địa phương

Để phát triển du lịch cộng đồng tại huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang, cần thực hiện một số giải pháp đối với chính quyền địa phương như:

- Nâng cao nhận thức xã hội, đặc biệt là các nhà quản lý, cần hoạch định chính sách phù hợp khuyến khích phát triển du lịch cộng đồng. Hệ thống chính sách này không chỉ xác định rõ vai trò của nhà nước trong việc hỗ trợ quy hoạch du lịch, phát triển hạ tầng du lịch, hoạt động xúc tiến quảng bá điểm đến du lịch cộng đồng mà còn tạo động lực gắn kết cộng đồng với doanh nghiệp du lịch; nâng cao năng lực của cộng đồng không chỉ đối với việc tham gia mà còn chủ động tổ chức quản lý cung cấp các dịch vụ du lịch.

- Tổ chức các cuộc gặp giữa đại diện chính quyền địa phương với các chuyên gia du lịch trong nước và quốc tế để đóng góp cho các chương trình phát triển du lịch của địa phương nói chung và phát triển du lịch cộng đồng nói riêng.

- Thuyết phục chính quyền địa phương cam kết tham gia vào việc phát triển mô hình du lịch cộng đồng với các hoạt động cụ thể được lên kế hoạch chi tiết và có sự phân công rõ ràng với các phòng ban và nhân sự trong bộ máy chính quyền địa phương.

- Thiết kế chương trình và tiến hành đào tạo bồi dưỡng về quản lý du lịch và du lịch cộng đồng cho cán bộ của chính quyền địa phương. Tạo điều kiện thuận lợi để cộng đồng có thể tham gia vào quá trình quy hoạch và giám sát thực hiện quy hoạch phát triển du lịch tại những nơi mà cuộc sống của cộng đồng gắn liền. Điều này không chỉ góp phần đảm bảo cho quy hoạch du lịch đi vào cuộc sống với những ý kiến tham gia của cộng đồng trên cơ sở những hiểu biết phong phú và cụ thể của cộng đồng đối với mảnh đất mà họ gắn bó, mà còn để cộng đồng hiểu được những gì sẽ biến đổi trên mảnh đất của họ; những gì họ có thể tham gia vào hoạt động phát triển du lịch để có được cuộc sống tốt hơn; và để cộng đồng có được sự chuẩn bị tốt hơn cho những công việc mới cùng với trách nhiệm bảo vệ các giá trị tự nhiên thay vì khai thác tự nhiên như trước đây cũng như bảo tồn các giá trị văn hóa bản địa.

- Chính quyền địa phương các cấp phối hợp với các doanh nghiệp du lịch tổ chức để đại diện cộng đồng nơi đã và đang dự kiến phát triển du lịch cộng đồng được tham quan, học tập kinh nghiệm phát triển du lịch cộng đồng tại những nơi có du lịch cộng đồng phát triển như Sapa - Lào Cai, Mai Châu - Hòa Bình...

- Xây dựng cơ chế chính sách phù hợp với đặc thù của huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang để đảm bảo một phần từ thu nhập du lịch nói chung trên địa bàn sẽ quay lại hỗ trợ cho phát triển cộng đồng và góp phần để cộng đồng có điều kiện tự đứng ra tổ chức cung cấp một số dịch vụ du lịch; hỗ trợ cho công tác bảo vệ phát triển tài nguyên, môi trường du lịch và bảo tồn các giá trị văn hóa bản địa tại địa phương.

- Hỗ trợ cho vay vốn với lãi suất ưu đãi, hỗ trợ đào tạo kỹ năng nghề du lịch, cung cấp các thông tin cần thiết phục vụ hoạt động kinh doanh dịch vụ du lịch...

#### 4.2.3. Nhóm giải pháp đối với các công ty du lịch

Để phát triển du lịch cộng đồng tại huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang, cần thực hiện một số giải pháp đối với các công ty du lịch như:

- Nghiên cứu các sản phẩm du lịch, các kênh phân phối và mức độ khai thác cộng đồng trong hoạt động du lịch của các công ty du lịch trên địa bàn huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang hoặc gửi du khách tới huyện.
- Tổ chức các hội thảo nâng cao nhận thức và lấy ý kiến đóng góp của các công ty về phát triển du lịch cộng đồng, sản phẩm du lịch cộng đồng tại huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang.
- Tổ chức các lớp đào tạo về kỹ năng, nghiệp vụ hướng dẫn du lịch và du lịch cộng đồng cho hướng dẫn viên, nhân viên, các công ty du lịch hợp tác trong việc phát triển mô hình du lịch cộng đồng.
- Phối hợp với các công ty du lịch trong việc xây dựng thương hiệu và quảng bá các sản phẩm du lịch cộng đồng của các công ty du lịch trong các ấn phẩm và chương trình quảng bá về du lịch cộng đồng.

#### 4.2.4. Nhóm giải pháp đối với khách du lịch

Để phát triển du lịch cộng đồng tại huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang, cần thực hiện một số giải pháp đối với khách du lịch như:

- Tổ chức các hoạt động cộng đồng như hội thảo, tọa đàm, thực hiện việc giới thiệu tuyên truyền qua Trung tâm thông tin du lịch... về du lịch cộng đồng để khách du lịch hiểu hơn về những lợi ích mà loại hình du lịch cộng đồng đem lại, từ đó sẽ có lựa chọn điểm đến du lịch cộng đồng tại huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang.
- Hướng dẫn du khách tìm hiểu về hoạt động du lịch cộng đồng, tới các điểm đến du lịch cộng đồng trên địa bàn huyện Lâm Bình thông qua bảng chỉ dẫn, bản đồ, sổ tay du lịch...

*Tóm lại*, khai thác thế mạnh của một huyện vùng cao được thiên nhiên ưu đãi với phong cảnh hùng vĩ, giao thông thuận lợi, văn hóa đa dạng, huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang đã đẩy mạnh phát triển du lịch cộng đồng, gắn với nhiệm vụ xóa đói, giảm nghèo và xây dựng nông thôn mới. Trong thời gian tới, huyện Lâm Bình cần tập trung đầu tư để phát triển du lịch cộng đồng theo hướng bền vững, đó không chỉ là nhiệm vụ riêng của ngành Du lịch, mà cần có sự huy động vào cuộc của cả hệ thống chính trị, nhà đầu tư, doanh nghiệp và người dân.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Vũ Văn Cương (2014), *Nghiên cứu phát triển du lịch cộng đồng tại khu bảo tồn thiên nhiên Pù Luông, Thanh Hóa*, Luận văn thạc sĩ du lịch, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Hà Nội.

[2] Tô Duy Hợp, Lương Hồng Quang (2000), *Phát triển cộng đồng, lý thuyết và vận dụng*, NXB Văn hóa - Thông tin, Hà Nội.

[3] Phạm Trung Lương (2007), *Phát triển du lịch gắn với cộng đồng và môi trường hướng thực hiện Chương trình Nghị sự 21 về phát triển bền vững ở Việt Nam*, Tài liệu tập huấn Quản lý nhà nước về du lịch, Hà Nội.

[4] Nguyễn Văn Lưu (2006), *Phát triển du lịch cộng đồng trong bối cảnh kinh tế thị trường*, Kỷ yếu Hội thảo Khoa học Bảo vệ môi trường du lịch với sự tham gia của cộng đồng, Hà Nội.

[5] Phòng văn hóa thông tin huyện Lâm Bình, *Báo cáo tổng kết năm 2018, phương hướng nhiệm vụ năm 2019*, Tuyên Quang.

[6] Võ Quế (2006), *Du lịch cộng đồng - Lý thuyết và vận dụng, tập 1*, NXB Khoa học Kỹ thuật, Hà Nội.

[7] Quốc Hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2017), *Luật Du lịch*, NXB Chính trị quốc gia.

[8] Bùi Thị Hải Yến (2012), *Du lịch cộng đồng*, NXB Giáo dục, Hà Nội.

[9] [www.vietnamtourism.com](http://www.vietnamtourism.com)

[10] [www.dulichvtv.com](http://www.dulichvtv.com)

## SITUATION AND SOLUTIONS THE COMMUNITY TOURISM IN LAM BINH, TUYEN QUANG

**Hoang Thi Lan**

*Thuongmai University*

### **Abstract**

Community tourism is growing in Vietnam, contributing to creating jobs, eradicating poverty, improving living standards for people in many localities, while contributing to promoting indigenous cultural strengths. Lam Binh district, Tuyen Quang province is likened to "Ha Long on land" between Tuyen Quang thousands when owning the phoenix legend to fly back, creating a majestic beauty of 99 mountains in Thuong Lam commune. In addition, Lam Binh also has many ancient temples, unique and attractive ethnic cultural identities. In recent years, Lam Binh district has focused on developing tourism products and preserving the tradition of the nation, thereby attracting many domestic and international tourists to visit and relax. Community tourism - homestay, is really an effective step in the sustainable development of tourism industry in Lam Binh district. However, tourism development in the area of Lam Binh district has many concerns, tourism infrastructure has not been invested synchronously; tours and tours have not been formed much... The article includes three basic contents: Some theoretical issues about community tourism; Current situation of community tourism in Lam Binh, Tuyen Quang and some solutions to develop community tourism in Lam Binh, Tuyen Quang.

### **Keywords**

Community tourism, Lam Binh, Tuyen Quang.

# PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH LÂM BÌNH - TUYÊN QUANG: BÀI HỌC TỪ THỰC TIỄN PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CỦA MỘT SỐ TỈNH TRONG NƯỚC VÀ QUỐC TẾ

**Chu Việt Cường**

*Trường Đại học Thương mại*

**Chu Thị Thùy Phương**

*Trường Đại học Tân Trào*

## Tóm tắt

Lâm Bình, Tuyên Quang là huyện giàu tiềm năng, với lợi thế phát triển nông, lâm nghiệp, thủ công nghiệp và du lịch. Tuy nhiên, đây cũng là khu vực còn gặp rất nhiều khó khăn do kinh tế bấp bênh, chậm phát triển, trình độ văn hóa xã hội thấp (chủ yếu là người dân tộc thiểu số)... Điều này đã đặt ra yêu cầu cần phải có những chính sách phù hợp để phát triển du lịch của Lâm Bình. Dựa vào bài học từ thực tiễn phát triển nguồn nhân lực du lịch của các tỉnh duyên hải Nam Trung Bộ, Tây Nguyên, bang Maryland - Mỹ và bang British Columbia - Canada, bài viết sẽ rút ra một vài kinh nghiệm và giải pháp hữu ích cho phát triển nguồn nhân lực du lịch của Lâm Bình - Tuyên Quang.

## Từ khóa

Nguồn nhân lực du lịch, phát triển du lịch Lâm Bình

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Lâm Bình, Tuyên Quang là huyện vùng cao, vùng sâu, vùng xa, nằm ở phía bắc tỉnh Tuyên Quang; có vị trí chiến lược rất quan trọng đối với sự phát triển của tỉnh Tuyên Quang cả về an ninh - quốc phòng, kinh tế, chính trị, văn hóa và xã hội. Nhận thức được tầm quan trọng đó, nhiều năm qua, tỉnh Tuyên Quang đã dành cho huyện Lâm Bình sự quan tâm sâu sắc với nhiều chính sách ưu đãi về phát triển kinh tế - xã hội, xóa đói giảm nghèo... nhằm thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội, giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa các dân tộc, tạo điều kiện để huyện Lâm Bình phát triển đồng đều và vững chắc, đóng góp vào việc thực hiện mục tiêu chung của tỉnh. Rất nhiều các chương trình, chính sách đã được thực hiện tại khu vực này như Chương trình mục tiêu quốc gia về xóa đói giảm nghèo, Chương trình 135, Chương trình 134 (hỗ trợ đất sản xuất nhà ở và các nhu cầu thiết yếu phục vụ sản xuất và đời sống cho đồng bào nghèo thuộc dân tộc thiểu số); Quyết định 30A...

Bên cạnh những thành công bước đầu mà các chương trình, dự án đem lại thì vẫn còn đó một số tồn tại, hạn chế trong việc phát triển kinh tế của huyện Lâm Bình trong thời gian qua như: Đời sống đồng bào còn nhiều khó khăn, kinh tế phát triển nhưng chưa bền vững; tính liên kết còn hạn chế; đầu tư cơ sở hạ tầng chưa đồng đều, nhất là hạ tầng giao thông. Tỷ lệ hộ nghèo ở một số xã còn cao và tiềm ẩn nguy cơ tái nghèo. Huyện Lâm Bình hầu như chưa có chiến lược đào tạo, tuyển dụng và sử dụng nguồn nhân lực chất lượng cao, nhất là đối với các đối tượng là người dân tộc thiểu số; chưa có chế độ đãi ngộ đặc thù. Để phát triển du lịch huyện Lâm Bình đạt hiệu quả và khắc phục được những hạn chế hiện nay, đòi hỏi huyện Lâm Bình nói riêng và tỉnh Tuyên Quang nói chung phải có những hướng đi đúng đắn, phát triển phù hợp với đặc điểm kinh tế, văn

hóa, xã hội của huyện Lâm Bình trong thời gian tới. Trong đó, điểm then chốt nhất chính là học tập kinh nghiệm thành công từ các địa phương có nhiều điểm tương đồng (về điều kiện tự nhiên, văn hóa, con người...) ở trong và ngoài nước, cụ thể là các tỉnh duyên hải Nam Trung Bộ, Tây Nguyên, bang Maryland - Mỹ và bang Bristish Columbia - Canada, là những địa phương có khá nhiều điểm tương đồng trên nhiều phương diện với huyện Lâm Bình của Tuyên Quang. Đây là những địa phương có nhiều điều kiện để phát triển du lịch nhưng chưa phát huy được hết tiềm năng. Tuy nhiên, sau gần một thập kỷ triển khai các chính sách phát triển, các địa phương trên đã đạt được những kết quả to lớn về phát triển du lịch, là bài học quý giá cho chiến lược phát triển du lịch của huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang.

Để làm rõ vấn đề đặt ra, bài viết sẽ gồm năm nội dung chính. Đầu tiên là những nét khái quát về điều kiện tự nhiên cũng như kinh tế, văn hóa, xã hội của huyện Lâm Bình, Tuyên Quang. Từ đó nhận ra được những khó khăn, thách thức trong phát triển du lịch tại đây. Tiếp đến sẽ nghiên cứu kinh nghiệm thực tiễn về phát triển nguồn nhân lực du lịch của các tỉnh duyên hải Nam Trung Bộ, Tây Nguyên, bang Maryland (Mỹ) và bang Bristish Columbia (Canada) để có thể học hỏi và áp dụng đối với huyện Lâm Bình. Cuối cùng, trên cơ sở các phân tích, ví dụ nêu trên, bài viết xin được đề xuất một số kiến nghị chính sách về phát triển nguồn nhân lực du lịch cho huyện Lâm Bình, Tuyên Quang.

## 2. ĐẶC ĐIỂM CỦA HUYỆN LÂM BÌNH - TUYÊN QUANG

Để xây dựng được những chính sách phát triển đúng đắn, phù hợp với huyện Lâm Bình, điều đầu tiên ta cần hiểu rõ những đặc điểm, nét đặc thù riêng của Lâm Bình (điều kiện tự nhiên, kinh tế, dân số, văn hóa, xã hội...).

### 2.1. Điều kiện tự nhiên

Lâm Bình là huyện vùng cao, vùng sâu, vùng xa nằm ở phía bắc tỉnh Tuyên Quang, diện tích tự nhiên 78.152,17 ha. Phía Đông giáp huyện Nà Hang (Tuyên Quang), Đông Bắc giáp huyện Bắc Mê (tỉnh Hà Giang); Tây và Tây Bắc giáp huyện Vị Xuyên và huyện Bắc Quang (tỉnh Hà Giang); Nam giáp huyện Chiêm Hóa (Tuyên Quang). Huyện Lâm Bình cách Hà Nội khoảng 280 km; cách Thành phố Tuyên Quang khoảng 120 km; cách Cao nguyên đá Hà Giang khoảng 150 km; cách Hồ Ba Bể, huyện Pác Nặm, tỉnh Bắc Kạn khoảng 130 km và cách Hồ Núi Cốc tỉnh Thái Nguyên 180 km.

Địa hình huyện Lâm Bình hiểm trở, có nhiều núi đá vôi, thấp dần từ bắc xuống nam; bị chia cắt rất lớn, nhiều vùng gần như biệt lập, sự gắn kết giữa các vùng dân cư, các điểm kinh tế - xã hội hạn chế. Nằm trên vòng cung sông Gâm, Lâm Bình có nhiều dãy núi lớn. Núi đất và núi đá xen kẽ nhau tạo nhiều thung lũng lớn, nhỏ. Huyện có nhiều đỉnh núi cao hơn 1.000 m, tập trung chủ yếu ở các xã Lăng Can, Xuân Lập, Phúc Yên, Thượng Lâm, dãy núi có đỉnh cao nhất thuộc vòng cung Lô Gâm, cao trên 1.500 m. Đây cũng là nơi có địa hình hiểm trở, bị chia cắt mạnh, giao thông khó khăn, độ che phủ của rừng 100%, và cũng là vùng giàu tài nguyên nhất của huyện.

Là huyện vùng sâu, vùng xa, vùng cao của tỉnh Tuyên Quang, địa hình bị chia cắt bởi nhiều dãy núi cao mà chủ yếu là núi đá vôi và khe sâu; độ che phủ rừng chiếm 80%. Tổng diện tích đất tự nhiên của huyện là 78.495,51 ha; trong đó: Đất nông nghiệp là 71.460,8 ha, chiếm 91,04% (đất lâm nghiệp: 68.969,78 ha, chiếm 87,9%; đất sản xuất nông nghiệp 2.180,47 ha, chiếm 2,78%; các loại đất khác: 7.280,86 ha, chiếm 9,28%). Diện tích đất nông nghiệp của

huyện không lớn, thích hợp phát triển cây lương thực, cây công nghiệp. Có thảm thực vật phong phú để phát triển chăn nuôi đại gia súc. Đất đai, khí hậu thuận lợi cho việc trồng các loại cây ăn quả ôn đới và phát triển nghề rừng.

Sông, suối có tốc độ dòng chảy lớn, nhiều thác, gềnh, thường có lũ trong mùa mưa; tuy có gây một số khó khăn trong việc phát triển kinh tế - xã hội, song cũng có những tiềm năng phát triển kinh tế nhất định. Đặc biệt huyện có diện tích mặt nước lòng hồ thủy điện Tuyên Quang trên 3.500 ha, ngoài cung cấp nguồn nước phục vụ đời sống, sản xuất, còn có nguồn thủy sản khá phong phú với nhiều loại cá ngon, đặc sản, thuận lợi cho phát triển du lịch, là đường giao thông quan trọng giữa các vùng, đồng thời có thể phát triển thủy điện nhỏ. Có nhiều thác nước tạo nên những thắng cảnh đẹp, hấp dẫn.

Do ảnh hưởng của địa hình nên khí hậu của huyện Lâm Bình phụ thuộc vào độ cao và đặc điểm của núi. Vùng cao trên 800 m mang sắc thái khí hậu á nhiệt đới, nhiệt độ cao nhất trong năm khoảng 30°C. Vùng thấp dưới 800 m mang sắc thái khí hậu á nhiệt đới, nóng, ẩm. Khí hậu trong năm chia làm bốn mùa rõ rệt, nhiệt độ trung bình trong năm là 22°C, độ ẩm không khí khoảng 85%, lượng mưa trung bình 1.800 mm.

## 2.2. Kinh tế

Lâm Bình có lợi thế phát triển nông - lâm nghiệp, tiểu thủ công nghiệp là chính, cụ thể:

- Sản xuất nông nghiệp: Diện tích đất sản xuất nông nghiệp 2.180,47 ha, các cánh đồng phần lớn là nhỏ, hẹp, phân tán dọc các triền đồi, một số cánh đồng rộng nằm ở các xã: Thượng Lâm, Thổ Bình,... Diện tích đất sản xuất nông nghiệp của huyện tuy không lớn song màu mỡ, thích hợp với việc phát triển cây lương thực, cây công nghiệp, phát triển chăn nuôi đại gia súc, trồng các loại cây ăn quả ôn đới.

- Điều kiện tự nhiên thuận lợi cho việc phát triển các loại cây công nghiệp như: bông, chè shan, lạc... Chăn nuôi đại gia súc như: trâu, bò, ngựa, dê... Các loại cá có giá trị kinh tế cao như: dầm xanh, Anh Vũ, cá lăng, cá Chiên; nuôi cá tầm trên khu vực lòng hồ thủy điện Tuyên Quang.

- *Công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp*: Công nghiệp khai khoáng, chế biến nông, lâm sản...

Những ngành nghề tiểu thủ công nghiệp truyền thống: Nghề trồng bông; nghề dệt thổ cẩm; nghề đan lát mây, tre, giang; nghề gò, hàn, rèn; nghề mộc ...

- *Du lịch*

- + Du lịch tâm linh: Di tích chùa Phúc Lâm, đền Pú Bảo,...

- + Du lịch sinh thái: Lâm Bình có rừng nguyên sinh với thảm thực vật phong phú, bảo tồn được nhiều loại động vật quý hiếm; danh thắng 99 ngọn núi, thác Năm Me; di tích chùa Phúc Lâm, đền Pú Bảo...là tiềm năng để phát triển. Vùng lòng hồ thủy điện Tuyên Quang: Hòn Cọc Vài, thác Khuổi Slung, động Song Long, hang Phía Vài, Xưởng Quân khí H52.

- + Du lịch văn hóa: Hàng năm, vào tháng Giêng có Lễ hội Lồng tồng ở Thượng Lâm, Lăng Can với các hoạt động: Lễ xuống đồng, hội tung còn, đánh pà, đánh yến, đẩy gậy, kéo co; biểu diễn then, cọi, quan làng của người Tày; hát páo dung của người Dao; thổi khèn lá, múa khèn của người Mông, lễ nhảy lửa huyền bí của người Pà Thèn ở Hồng Quang, lễ giã cốm của dân tộc Tày. Năm 2012, Lễ hội Lồng tồng của dân tộc Tày được công nhận là Di sản văn hóa phi vật thể cấp Quốc gia.

- *Dịch vụ, thương mại*

Huyện có 6 chợ để trao đổi, mua bán các mặt hàng tiêu dùng và 16 điểm bán hàng chính sách xã hội. Các chợ tiêu biểu là:

- Chợ Thượng Lâm (trung tâm xã Thượng Lâm) họp vào thứ 5 và chủ nhật hàng tuần. Hàng hóa tiêu biểu bán tại chợ là quần áo, giày, dép, hàng nông sản, lương thực, thực phẩm.
- Chợ Lăng Can (trung tâm xã Lăng Can) họp vào thứ 7 hàng tuần.
- Chợ Hồng Quang (trung tâm xã Hồng Quang) họp vào thứ 5 hàng tuần.

### 2.3. Dân số, văn hóa, xã hội

Huyện có 08 đơn vị hành chính cấp xã, 76 thôn, bản; dân số trên 33 nghìn người với 12 dân tộc cùng chung sống, dân tộc thiểu số chiếm trên 95%, trong đó: Dân tộc Tày chiếm 62%, Dao trên 25%, Mông 6%, Pà Thẻn 2%, còn lại là các dân tộc khác. Lao động nông, lâm, ngư nghiệp chiếm khoảng 70%; lao động công nghiệp chiếm 13%; lao động dịch vụ chiếm 17% trong tổng số lao động có hoạt động kinh tế. Cơ cấu lao động đang có xu hướng giảm ở nhóm ngành nông, lâm, ngư nghiệp và tăng ở các nhóm ngành công nghiệp - xây dựng và dịch vụ. Nguồn nhân lực trẻ chiếm tỷ trọng cao, là lợi thế cho việc phát triển kinh tế - xã hội của Lâm Bình, nhưng cũng tạo sức ép lớn trong công tác giáo dục, đào tạo, giải quyết việc làm, nhu cầu sinh hoạt... Tập quán canh tác và sinh hoạt của đồng bào vùng cao có nhiều đặc thù giữa các cộng đồng dân cư, nhân dân thường cư trú theo chòm bản độc lập, khoảng cách từ các thôn, bản đến trung tâm xã, đến đường giao thông khá xa, đi lại hết sức khó khăn; phong tục tập quán, trình độ phát triển và mức sống giữa thôn, bản với khu vực trung tâm có nhiều cách biệt.

## 3. NHỮNG KHÓ KHĂN TRONG PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CỦA LÂM BÌNH

Lâm Bình là địa phương có nhiều điều kiện thuận lợi cho việc thúc đẩy phát triển các hoạt động dịch vụ du lịch. Tuy nhiên, hệ thống cơ sở vật chất, hạ tầng tại các điểm du lịch còn thiếu, chưa đồng bộ. Kỹ năng làm du lịch của các lao động mức độ thấp, khó khăn cho việc tiếp cận, giao lưu, đặc biệt là với khách du lịch nước ngoài. Đường giao thông hẹp, xuống cấp, đi lại khó khăn... Một số trở ngại chính trong phát triển nguồn nhân lực du lịch của Lâm Bình có thể được tổng kết lại như sau:

*Thứ nhất, sự phối hợp liên ngành trong chính sách phát triển nguồn nhân lực du lịch chưa hiệu quả.* Lâm Bình là huyện vùng cao, vùng sâu, vùng xa, là địa bàn còn nhiều khó khăn về giao thông, kinh tế. Do vậy, nhiều cơ chế chính sách triển khai chậm và chậm sửa đổi, bổ sung; các ban ngành trong huyện thiếu sự phối hợp và chưa có hướng dẫn cụ thể về những chính sách phát triển nguồn nhân lực du lịch phù hợp với đặc thù của Lâm Bình. Mặt khác, ngân sách chi cho công tác đào tạo trong lĩnh vực du lịch còn thấp, chưa đáp ứng với yêu cầu, kinh phí hỗ trợ đào tạo nghề cho lao động nông thôn nằm trong Chương trình mục tiêu quốc gia về nông thôn mới chưa hiệu quả, địa phương lúng túng trong việc xây dựng quy hoạch, bố trí kinh phí cho đào tạo nghề. Tuy đã có sự quan tâm chỉ đạo từ các ban ngành, các cấp trong tỉnh nhưng hầu hết chưa được triển khai cụ thể thành các quy hoạch, đề án, chương trình cụ thể.

*Thứ hai, chất lượng chung của nguồn nhân lực du lịch Lâm Bình vẫn ở mức thấp so với các vùng lân cận, trong tỉnh và toàn quốc, chưa đáp ứng được về chất lượng và số lượng.* Trong những năm qua, lao động chưa qua đào tạo trong ngành Du lịch của Lâm Bình đang chiếm tỷ lệ khá cao trên 65%, tập trung chủ yếu tại các bản, làng phát triển loại hình du lịch cộng đồng và hộ



kinh doanh du lịch nhà nghỉ, nhà hàng tư nhân. Nhân lực ngành Du lịch phân bố không đều, chủ yếu tập trung tại các địa bàn du lịch trọng điểm của tỉnh, tuy đã có sự quan tâm, đầu tư, phân bổ nhân lực du lịch hướng tới sự hợp lý giữa các huyện trong tỉnh. Tuy nhiên sự mất cân đối vẫn xảy ra, lực lượng lao động có tay nghề thường di chuyển đến nơi có điều kiện về tài nguyên du lịch và điều kiện về kinh tế - xã hội để làm việc và sinh hoạt, thậm chí có tình trạng chảy máu nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao của địa phương đến các vùng có điều kiện phát triển về du lịch của Việt Nam như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Quảng Ninh...

*Thứ ba, công tác đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch tại Lâm Bình chưa nhiều.* Hiện nay mới có duy nhất doanh nghiệp Xuân Trường đầu tư cơ sở vật chất cho một số hộ dân phát triển homestay và có hai khóa dạy kỹ năng cơ bản để làm du lịch cộng đồng cho nhân dân. Các doanh nghiệp du lịch khác trên địa bàn huyện Lâm Bình vẫn chưa đẩy mạnh công tác đào tạo tại chỗ hoặc xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp cho người lao động. Lực lượng lao động du lịch vẫn còn thiếu kinh nghiệm và kỹ năng, chưa đáp ứng được nhu cầu phục vụ du khách, đặc biệt là khách quốc tế. Công tác đào tạo nguồn nhân lực phục vụ hoạt động dịch vụ du lịch vẫn còn hạn chế, cơ sở vật chất chuyên ngành Du lịch tuy được đầu tư nhưng chưa đáp ứng được yêu cầu, sản phẩm du lịch chưa rõ nét, đặc sắc.

*Thứ tư, chưa có chế độ thu hút và giữ chân nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao.* Cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch đã được đầu tư, tuy nhiên các cơ chế, cơ sở hạ tầng phục vụ cho nguồn nhân lực trong ngành Du lịch của Lâm Bình vẫn chưa được quan tâm đúng mức, các chế độ phúc lợi dành cho người lao động trong ngành Du lịch chưa cao. Điều này dẫn đến tình trạng những lao động trong ngành Du lịch có chuyên môn và kỹ năng tốt thường không ở lại làm việc mà chuyển đến các thành phố lớn để làm việc. Mặt khác, Lâm Bình chưa có chính sách thu hút nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao từ nơi khác đến làm việc.

## **4. KINH NGHIỆM THỰC TIỄN PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH Ở MỘT SỐ VÙNG DU LỊCH TRONG VÀ NGOÀI NƯỚC**

### **4.1. Kinh nghiệm của các tỉnh duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên**

Trong những năm qua nguồn nhân lực du lịch của các tỉnh duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên có sự tăng trưởng nhanh về số lượng, cùng với đó chất lượng đội ngũ lao động ngành Du lịch cũng được nâng cao đáng kể, phần nào đáp ứng được nhu cầu sử dụng của các doanh nghiệp du lịch và yêu cầu phát triển ngành. Điều đáng ghi nhận là đội ngũ lao động ở các doanh nghiệp du lịch có yếu tố nước ngoài hoặc liên doanh với các hãng du lịch danh tiếng có chất lượng tương đối cao và đồng đều.

Hệ thống các cơ sở đào tạo đã có sự phát triển nhanh chóng với nhiều ngành nghề đào tạo phục vụ cho ngành Du lịch. Nhiều cơ sở đã có cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại, đội ngũ giáo viên được đào tạo bài bản, chương trình, giáo trình được chuẩn hóa, tiệm cận dần với tiêu chuẩn của các nước có ngành Du lịch phát triển. Các tỉnh duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên có hệ thống cơ sở đào tạo du lịch phát triển. Hiện tại, toàn vùng có 19 trường đại học; 27 trường cao đẳng; 13 trường trung cấp, trong đó có 9 trường đại học (chiếm 47,4% trên tổng số trường đại học) đào tạo chuyên ngành Du lịch; 10 trường cao đẳng (chiếm 37% trên tổng số trường cao đẳng); 5 trường trung cấp (chiếm 38,5% trên tổng số trường trung cấp) có chuyên ngành đào tạo về du lịch với tổng lượng sinh viên, học viên hàng năm gần 3.500 sinh viên (căn cứ vào thông tin tuyển sinh của từng trường). Công tác đào tạo mới được tăng cường kể cả về quy mô, chất lượng và năng lực đào tạo, cơ cấu ngành nghề đào tạo chuyển dịch theo hướng tích cực; công tác đào tạo lại, bồi dưỡng nhân lực được chú trọng hơn; hoạt động liên kết đào tạo, bồi dưỡng nhân lực du lịch chặt chẽ hơn.

Hoạt động liên kết đào tạo, dạy nghề, phát triển nhân lực du lịch trong vùng đã đạt một số thành công đó là nhiều cơ sở đào tạo du lịch liên kết với nhau, Sở Văn hóa và Thể thao, Sở Nội vụ, Sở Giáo dục và Đào tạo, Sở Lao động - Thương binh và Xã hội để đóng góp xây dựng và đánh giá chương trình đào tạo, dạy nghề, cấp chứng chỉ các trình độ, ngành nghề do đối tác đặt hàng. Tuy nhiên hoạt động này mới diễn ra trên địa bàn của từng tỉnh mà chưa phải của khu vực.

Hoạt động liên kết sử dụng lao động khắc phục tình trạng mất cân đối về cung – cầu lao động ở mỗi địa phương điểm đến và liên kết đào tạo phát triển nguồn nhân lực của các doanh nghiệp du lịch và doanh nghiệp thuộc các ngành hữu quan, từ đó nâng cao năng lực của các doanh nghiệp, đồng thời tiết kiệm chi phí đào tạo của mỗi doanh nghiệp. Liên kết mở rộng quy mô và nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch cho các địa phương trong vùng và toàn vùng. Công tác quản lý nhà nước đối với phát triển nguồn nhân lực cũng được củng cố. Tổ chức bộ máy quản lý nhà nước về phát triển nguồn nhân lực du lịch được kiện toàn; các văn bản quy phạm pháp luật về quản lý nguồn nhân lực, giáo dục và đào tạo, đào tạo nghề được cụ thể hóa một bước vào ngành Du lịch; bước đầu tổ chức điều tra, thu thập thông tin nhân lực ngành Du lịch.

Các địa phương trong vùng thực hiện chính sách thu hút nguồn nhân lực du lịch có chất lượng về làm việc tại địa phương như Đà Nẵng đã ban hành Quyết định số 21/2009/QĐ-UBND, Quyết định số 17/2010/QĐ-UBND và đến nay là “Đề án phát triển nhân lực chất lượng cao đáp ứng yêu cầu phát triển KT-XH của TP Đà Nẵng đến năm 2015 tầm nhìn 2020” ban hành kèm theo Quyết định số 1901/QĐ-UBND ngày 15/3/2012 của UBND thành phố Đà Nẵng. Trong các văn bản chính sách của TP Đà Nẵng, việc thu hút nhân lực chất lượng cao nhằm mục tiêu thu hút và duy trì nhân lực có chất lượng cao cho doanh nghiệp vừa và nhỏ góp phần chủ động nhân lực phục vụ cho sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa của thành phố. Ngoài các tỉnh, thành phố trong khu vực các tỉnh duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên còn thực hiện nhiều chính sách thu hút các chuyên gia, cán bộ lãnh đạo, quản lý về du lịch, người tốt nghiệp đại học hệ chính quy loại giỏi trở lên tại các trường đại học uy tín trong và ngoài nước, ưu tiên đối tượng theo Kết luận số 86-KL/TW, ngày 24/01/2014 của Bộ Chính trị về “Chính sách thu hút, đào tạo cán bộ từ sinh viên tốt nghiệp xuất sắc, cán bộ khoa học trẻ” về làm việc tại địa phương.

Để có được thành công trên là do công tác đào tạo du lịch được các cấp, các ngành, các địa phương quan tâm hơn, lực lượng giảng viên, giáo viên đã chủ động cập nhật kiến thức mới để nâng cao năng lực giảng dạy; nhiều doanh nghiệp đã chủ động đặt hàng cơ sở đào tạo, giúp cho công tác đào tạo du lịch tiệm cận với nhu cầu xã hội. Sự đầu tư của Nhà nước cho các cơ sở đào tạo du lịch trong giai đoạn trước đã bắt đầu phát huy hiệu quả. Công tác quản lý nhà nước đối với phát triển nguồn nhân lực du lịch được tăng cường, đội ngũ làm công tác phát triển nguồn nhân lực du lịch trong các cơ quan quản lý đang dần được bổ sung và nâng cao chất lượng và chuẩn hóa; hệ thống các chính sách phát triển nguồn nhân lực du lịch dần được hoàn thiện, tạo hành lang pháp lý thuận lợi cho phát triển nguồn nhân lực du lịch.

## 4.2. Kinh nghiệm của bang Maryland - Mỹ

Các doanh nghiệp khách sạn và du lịch bang Maryland phải đối mặt với 4 thách thức quan trọng khi cạnh tranh với các doanh nghiệp của các ngành khác để thu hút, tuyển dụng, thuê nhân công và duy trì lao động mới và lao động thay thế: (1) Hình ảnh và nhận thức về doanh nghiệp cho rằng tiền công thấp, công việc mang tính chất phục vụ, bẽ tắc và ít cơ hội thăng tiến; (2) Người sử dụng lao động gặp khó khăn trong việc tìm kiếm những người lao động có trình độ học vấn cơ bản và sẵn sàng kỹ năng làm việc; (3) Người sử dụng lao động gặp khó khăn trong việc tìm kiếm các lao động mùa vụ để đáp ứng yêu cầu cao về công việc ngắn hạn và những vị trí yêu cầu kỹ năng đơn giản; (4) Các doanh nghiệp nhỏ gặp nhiều thách thức trong tuyển dụng và duy trì lao động.

Các giải pháp cho lực lượng lao động với 5 mục tiêu với phương pháp làm việc sáng tạo, Ban chỉ đạo về du lịch và khách sạn đã xác định 8 vấn đề về lực lượng lao động và 14 đề xuất nhằm nâng cao khả năng thu hút và duy trì lao động cũng như tăng cường nguồn cung ứng lao động. Những vấn đề này đã được trình bày và công nhận ở Hội nghị thượng đỉnh về nhân công lao động tổ chức vào tháng 01/2017. Trong nhiều tháng sau khi diễn ra Hội nghị thượng đỉnh, Ủy ban này đã xem xét đánh giá các vấn đề và đề xuất theo nội dung thảo luận nhóm tại Hội nghị. Ủy ban này đã xây dựng một kế hoạch hoạt động đại cương cho Ban Quản lý Đầu tư nhân công lao động, bao gồm năm mục tiêu. Những mục tiêu này phản ánh mối quan tâm hàng đầu của các doanh nghiệp – Làm thế nào để thúc đẩy một luồng lao động mới, nâng cao khả năng thu hút lao động của các doanh nghiệp và làm thế nào để giúp đỡ các doanh nghiệp nhỏ nâng cao khả năng tuyển dụng và duy trì lao động.

Vai trò mới của Ban chỉ đạo du lịch của bang Maryland: Ban chỉ đạo sẽ trở thành Ban thừa hành. Quy mô và thành phần của Ban thừa hành sẽ thay đổi để đáp ứng lợi ích của các thành viên và yêu cầu của kế hoạch. Ban thừa hành có 3 mục tiêu: (1) Hoàn thiện kế hoạch hoạt động cho các doanh nghiệp khách sạn và du lịch. Phải xác định thời gian và các phương thức làm thước đo phù hợp. Ban thừa hành đã hoàn thành một phần công việc này; (2) Xác định và tuyển dụng những người ủng hộ và các đối tác, các nhà lãnh đạo có trách nhiệm hành động phù hợp với những mục tiêu mà kế hoạch đề ra; (3) Xây dựng một Ban điều hành doanh nghiệp để kiểm tra giám sát kế hoạch hoạt động và thúc đẩy phát triển lực lượng lao động trong các doanh nghiệp.

### 4.3. Kinh nghiệm của bang Bristish Columbia - Canada

Kế hoạch hành động thúc đẩy phát triển nguồn nhân lực du lịch của Bristish Columbia từ năm 2003 (Bristish Columbia Tourism Human Resource Development Task Force Action Plan 2003): Vào mùa thu năm 2001, Bristish Columbia đối mặt với tình trạng thiếu hụt nhân lực du lịch có kỹ năng trầm trọng và khó có thể đảm bảo cho sự phát triển du lịch bền vững trong tương lai, do đó tỉnh bang này đã tập hợp 28 CEO, giám đốc quản trị nhân lực, các nhà lãnh đạo ngành Du lịch và các nhà giáo dục lĩnh vực du lịch để xây dựng một dự án chiến lược tuyển dụng, duy trì, đào tạo, phát triển một đội ngũ nhân lực du lịch hùng mạnh và tự nhiên (Super and Natural Workforce). Tham gia dự án có hơn 100 đại diện các hãng du lịch đến từ các nhóm khác nhau để đảm bảo sự đa dạng. Dự án có sự tham gia của cơ quan phụ trách du lịch của tỉnh bang Bristish Columbia; Ủy ban Tư vấn giáo dục Du lịch (HIEAC), Hội đồng Hiệp hội Du lịch Bristish Columbia (COTA); Ủy ban Phát triển nhân lực Canada (HRDC); Bộ Lao động và Phát triển kỹ năng Bristish Columbia. Kết quả dự án là đã: (1) Xây dựng chiến lược 5 năm phát triển nguồn nhân lực du lịch và (2) Thành lập được một tổ chức hợp tác dẫn đầu và định hướng nhu cầu phát triển nguồn nhân lực du lịch để thực hiện các kế hoạch, chiến lược tuyển dụng, duy trì, đào tạo, phát triển đội ngũ nhân lực du lịch của vùng Bristish Columbia. Các kế hoạch hành động để phát triển đội ngũ nhân lực hùng mạnh và tự nhiên (Super and Natural Workforce) của Bristish Columbia, cụ thể như sau:

*Về tuyển dụng nhân lực du lịch (Act to recruit workers):* Khuyến khích những người trưởng thành tham gia vào lực lượng nhân lực du lịch; thực hiện sáng kiến cụ thể để kết nối người nhập cư với các công việc du lịch; gia tăng những nỗ lực Marketing về việc làm du lịch đến cộng đồng; sưu tập và công bố nhiều thông tin hơn về thu nhập trong ngành Du lịch; mở rộng nhận thức về nghề du lịch cho học sinh phổ thông; gia tăng sự hiện diện của lĩnh vực việc làm du lịch trong các hội thảo nghề nghiệp; đầu tư cho đội ngũ giáo viên để tăng cường sự tác động vào nhận thức về nghề du lịch cho học sinh; phát triển một cổng thông tin website về việc làm du lịch và các chương trình đào tạo du lịch. Về duy trì nguồn nhân lực du lịch (Act to retain

workers): Hỗ trợ các đơn vị kinh doanh du lịch với những thông tin và công cụ tốt nhất để quản trị nhân lực, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa (SME) - chiếm 75% các doanh nghiệp du lịch ở Bristish Columbia - Những đơn vị không có kiến thức và kỹ năng quản trị nhân lực tốt; thực hiện các nghiên cứu với chủ các đơn vị kinh doanh du lịch về những lợi ích từ việc thay đổi các chính sách và thực thi quản trị nhân lực du lịch; tổ chức học hỏi kinh nghiệm quản trị nhân lực của các chủ doanh nghiệp du lịch thành công.

Về đào tạo và phát triển đội ngũ nhân lực du lịch (Act to train and develop workers): Nhân mạnh vào trong các chương trình đào tạo các kỹ năng quản lý doanh nghiệp, quản trị nhân lực cũng như kỹ năng dịch vụ khách hàng cốt lõi; phát triển các nguồn học liệu nhỏ gọn, các modul chương trình ngắn gọn, súc tích để hỗ trợ sinh viên part - time ngành Du lịch; hỗ trợ các tổ chức đầu tư vào đào tạo các kỹ năng chuyên nghiệp; xây dựng một hệ thống chung để nhận diện các kỹ năng nghề du lịch từ sơ cấp (entry level) đến cao cấp (mastery level); đảm bảo phải có kinh nghiệm làm việc trong tất cả các bằng cấp về du lịch; duy trì và thúc đẩy đổi mới các chương trình đào tạo trực tuyến (E-Learning).

Đồng thời, Bristish Columbia cũng xây dựng chiến lược về thị trường lao động du lịch năm 2012 (Th 2012 Bristish Columbia Tourism Labour Strategy TLMS) nhằm đối phó với những thách thức mới với nhân lực du lịch của Bang. Trong chiến lược này, Bristish Columbia tập trung vào kết nối chặt chẽ giữa ngành Công nghiệp du lịch với hệ thống thông tin thị trường lao động. Chính quyền tỉnh này xây dựng một hệ thống các thông tin đầy đủ về thị trường lao động cho từng ngành, trong đó có ngành Du lịch. Theo đó các thông tin của hệ thống này được cập nhật hàng tháng phục vụ cho công tác thu hút, tuyển dụng và sử dụng nhân lực của các doanh nghiệp trong ngành Du lịch. Hệ thống thông tin đó bao gồm: Tỷ lệ nghỉ việc trong các doanh nghiệp trong ngành Du lịch; tỷ lệ nhân lực du lịch được thuê và tỷ lệ thất nghiệp; tốc độ tăng trưởng của ngành Du lịch; thông tin về lực lượng lao động du lịch theo khu vực địa lý; tỷ lệ nhân lực du lịch phải đào tạo lại; thông tin về thu nhập trung bình trong ngành Du lịch; thông tin về các chương trình đào tạo ngành Du lịch; thông tin về số lương sinh viên/học viên ngành Du lịch chuẩn bị bước vào thị trường lao động. Đồng thời với các doanh nghiệp du lịch tại đây cũng xây dựng các chiến lược dài hạn, trong đó có chiến dịch đổi mới nhận thức của người dân về nghề du lịch, thúc đẩy các hoạt động nhận thức về nghề nghiệp và làm việc với các nhà giáo dục và đào tạo để đáp ứng nhu cầu xã hội.

## **5. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ CHO PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH CỦA LÂM BÌNH**

Từ kinh nghiệm phát triển nguồn nhân lực du lịch của một số tỉnh trong nước và trên thế giới nói trên có thể rút ra một số bài học kinh nghiệm cho Lâm Bình - Tuyên Quang như sau:

*Thứ nhất, tăng cường quản lý nhà nước đối với phát triển nguồn nhân lực du lịch:* Ngành Du lịch là ngành Kinh tế dịch vụ, chất lượng của nguồn nhân lực du lịch giữ vai trò quyết định đối với chất lượng của sản phẩm và dịch vụ du lịch, qua đó quyết định sự phát triển của Ngành Du lịch. Lâm Bình - Tuyên Quang cần đặc biệt quan tâm đến phát triển giáo dục nghề nghiệp, coi đó là chìa khóa cho thành công của sự phát triển du lịch. Để phát triển nguồn nhân lực du lịch đáp ứng yêu cầu phát triển cần tăng cường công tác quản lý nhà nước về phát triển nguồn nhân lực du lịch thông qua những công cụ như: Xây dựng và ban hành các chính sách phát triển; xây dựng chiến lược, kế hoạch phát triển du lịch và phát triển nguồn nhân lực du lịch. Lâm Bình nói riêng và tỉnh Tuyên Quang nói chung cần nỗ lực xây dựng hệ thống đào tạo du lịch cùng hệ thống pháp luật về giáo dục đại học, giáo dục nghề nghiệp, Luật Lao động...

Phát huy vai trò của các bên có liên quan trong việc phát triển nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt là tăng cường liên kết giữa cơ quan Nhà nước, doanh nghiệp và cơ sở đào tạo trong phát triển nguồn nhân lực du lịch: Hầu hết các nước đều đã chuyển vai trò của Chính phủ, từ người thực hiện chính sang vai trò tạo điều kiện là chính; cùng với đó là phát huy tối đa vai trò của các cấp chính quyền địa phương, thông qua việc tạo cơ chế và phân cấp mạnh hơn cho chính quyền địa phương. Cần học tập các tỉnh duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên về việc liên kết các cơ sở đào tạo du lịch với nhau, liên kết với doanh nghiệp, hiệp hội du lịch, các Sở Du lịch, Sở Văn hóa và Thể thao. Lâm Bình - Tuyên Quang cần chú trọng đầu tư cơ sở vật chất, thiết bị thực hành du lịch cho các cơ sở đào tạo. Cần có sự liên kết giữa các cơ sở kinh doanh du lịch với các cơ sở đào tạo du lịch trong và ngoài tỉnh.

*Hai là, xây dựng chiến lược về phát triển thị trường lao động du lịch:* Học tập kinh nghiệm của British Columbia là phát triển hệ thống thông tin thị trường lao động. Thị trường lao động du lịch là nơi cung cấp toàn bộ những thông tin liên quan đến cung và cầu nguồn nhân lực du lịch. Do đó, muốn nguồn nhân lực du lịch ở Lâm Bình phát triển thì cần phải thúc đẩy phát triển thị trường lao động du lịch. Ở đây, có thể học hỏi kinh nghiệm của bang British Columbia - Canada trong việc xây dựng chiến lược thị trường lao động du lịch (Tourism Labour Strategy); đặc biệt là trong phát triển hệ thống thông tin thị trường lao động nói chung và thị trường lao động du lịch nói riêng. Theo đó các thông tin của hệ thống này được cập nhật hàng tháng phục vụ cho công tác thu hút, tuyển dụng và sử dụng nhân lực của các doanh nghiệp trong ngành Du lịch. Những thông tin này cần được cập nhật một cách thường xuyên, đầy đủ và chính xác để giúp các nhà hoạch định chính sách của tỉnh kịp thời có những giải pháp để định hướng sự phát triển lực lượng lao động du lịch của tỉnh. Đồng thời những thông tin quý báu này còn phục vụ cho công tác thu hút, tuyển dụng và sử dụng nhân lực của các doanh nghiệp trong ngành Du lịch. Sở Du lịch, Sở Văn hóa và Thể thao cần phối hợp với các Sở Lao động - Thương binh và Xã hội để thúc đẩy phát triển thị trường lao động du lịch của Lâm Bình nói riêng và Tuyên Quang nói chung.

*Ba là, cần thực hiện nhiều chính sách thu hút chuyên gia, cán bộ lãnh đạo, quản lý về du lịch, người tốt nghiệp đại học chính quy loại giỏi trở lên tại các trường đại học uy tín trong và ngoài nước về làm việc tại địa phương.*

*Bốn là, nâng cao trình độ đội ngũ nhân lực du lịch tại các doanh nghiệp du lịch và tại các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch.* Hiện nay, đào tạo nguồn nhân lực du lịch của Lâm Bình chủ yếu là đào tạo nghề, do vậy trong thời gian tới cần chuyển hướng sang đào tạo chuyên sâu, tăng cường kỹ năng thực hành, đào tạo theo nhu cầu xã hội.

*Năm là, phối hợp với Khoa Văn hóa - Du lịch của Trường Đại học Tân Trào để tiếp tục mở các lớp tập huấn ngắn hạn về nghiệp vụ du lịch theo hình thức cầm tay chỉ việc để gia tăng lực lượng nhân sự người bản địa tại địa phương, chủ động với các hoạt động du lịch cộng đồng của huyện Lâm Bình,...*

Cuối cùng nhưng lại là vấn đề ảnh hưởng tới tất cả những giải pháp trên, đó là vấn đề tài chính. Phương án công tư kết hợp trong phát triển nguồn nhân lực du lịch của Lâm Bình là phù hợp trong điều kiện hạn chế về nguồn vốn. Tuy nhiên cần phải xác định rõ quyền hạn, trách nhiệm và nghĩa vụ cùng với cách thức phân bổ lợi ích trong mỗi chương trình và dự án phát triển, tránh để xảy ra các vấn đề như lợi ích nhóm làm lung lay đoạn việc ban hành quy định và thực thi phát triển, đưa đẩy trách nhiệm, đổ lỗi... Ngoài ra, một phương án nên tính đến là hỗ trợ chéo giữa các địa phương trong tỉnh và giữa các tỉnh với nhau. Sự gần gũi về địa lý giữa các địa phương trong tỉnh và giữa các tỉnh với nhau có thể mang lại sự thuận tiện, tuy nhiên cũng không nhất thiết là yếu tố bắt buộc. Có nghĩa là các tỉnh mặc dù ở xa nhau nhưng nếu có thể mạnh bổ sung cho nhau về công nghệ, tài chính và định hướng phát triển vẫn có thể thực hiện hỗ trợ chéo.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2011), Quyết định số 3066/QĐ-BVHTTDL phê duyệt “*Quy hoạch phát triển nhân lực ngành Du lịch giai đoạn 2011-2020*”.
2. Trần Sơn Hải (2016), *phát triển nguồn nhân lực du lịch khu vực duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên*, Luận án Tiến sĩ kinh tế, Học viện Hành chính Quốc gia, Hà Nội.
3. Nguyễn Mạnh Hùng (2019), *phát triển nguồn nhân lực du lịch cho các tỉnh trung du, miền núi Bắc Bộ*, Luận án Tiến sĩ kinh tế, Trường Đại học Thương mại.
4. British Columbia Tourism Human Resource Development Task Force Action 2013, *Recruit, Retain and Train: Development a super, natural workforce in British Columbia*.
5. Kim C.Smith (2004), *Tourism HumanResource Development Strategies in British Columbia*, 8364 Aspenwood Place, Burnaby, British Columbia, V5A 3V3.
6. <http://lambinh.tuyenquang.gov.vn/>
7. <http://lambinh.tuyenquang.gov.vn/gioi-thieu.html>
8. <https://www.visitmaryland.org/>
9. <http://commerce.maryland.gov/commerce/boards-and-commissions/tourism-development-board>
10. <https://www.medamd.com/program-development/marylands-new-tourism-ad-campaign-invites-visitors-to-be-open-for-it/>

## DEVELOPING HUMAN RESOURCES FOR LAM BINH TOURISM IN TUYEN QUANG: EXPERIENCE FROM REALITY TO DEVELOP TOURISM HUMAN RESOURCES OF SOME LOCAL AND INTERNATIONAL PROVINCES

**Chu Viet Cuong**

*Thuongmai University*

**Chu Thi Thuy Phuong**

*Tan Trao University*

### Abstract

Lam Binh is a potential districts with advantages in developing agriculture, forestry, handicrafts and tourism. However, this is also a region that still faces many difficulties due to economic uncertainty, underdevelopment, low socio-cultural level (mainly ethnic minorities)... It is necessary to have appropriate policies to develop tourism in Lam Binh. Based on lessons learned from the development of tourism human resources in the coastal provinces of South Central, Central Highlands, Maryland - USA and British Columbia, Canada, the article will draw some useful experiences and solutions. useful for tourism human resource development of Lam Binh - Tuyen Quang.

### Keywords

Tourism human resources, Lam Binh tourism development.

# KHAI THÁC VÀ PHÁT HUY NGHỆ THUẬT BIỂU DIỄN CỦA DÂN TỘC TÀY PHỤC VỤ CHO PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG HUYỆN LÂM BÌNH HIỆN NAY

Triệu Thị Nhất

Trường Đại học Văn hóa Hà Nội

## Tóm tắt

Du lịch cộng đồng huyện Lâm Bình được hình thành dựa trên những nguồn tài nguyên thiên nhiên và nhân văn phong phú, đa dạng, hấp dẫn. Dân tộc Tày là dân tộc có số dân đông nhất ở huyện Lâm Bình, sinh sống tập trung tại các thung lũng, ven suối tạo nên những không gian văn hóa mang dấu ấn đặc trưng riêng. Nghệ thuật biểu diễn của dân tộc Tày khá phong phú được thể hiện trong các loại hình dân ca, dân nhạc, dân vũ của dân tộc. Việc khai thác, phát huy các loại hình nghệ thuật biểu diễn của dân tộc Tày nói riêng và các dân tộc huyện Lâm Bình nói chung có vai trò rất quan trọng trong việc thúc đẩy sự phát triển du lịch cộng đồng của huyện, nhằm mang lại những trải nghiệm hấp dẫn cho du khách, góp phần bảo vệ giữ gìn các giá trị văn hóa của các dân tộc trong huyện.

## Từ khoá:

Du lịch Lâm Bình, du lịch cộng đồng, Dân tộc Tày, văn hóa dân tộc Tày, nghệ thuật biểu diễn, nghệ thuật biểu diễn của dân tộc Tày.

## 1. GIỚI THIỆU CHUNG

Du lịch cộng đồng là loại hình du lịch dựa vào các tài nguyên thiên nhiên và bản sắc văn hóa của địa phương. Trong đó, cộng đồng địa phương được tham gia trực tiếp vào hoạt động du lịch, hưởng lợi ích từ hoạt động du lịch và có trách nhiệm bảo vệ tài nguyên, môi trường, an ninh trật tự xã hội và bản sắc văn hóa của địa phương.

Tại Việt Nam, trong những năm qua, loại hình du lịch cộng đồng đã được nhiều địa phương triển khai áp dụng và đã mang lại những hiệu quả thiết thực cho cộng đồng, góp phần phát triển kinh tế - xã hội, bảo vệ môi trường tài nguyên thiên nhiên và giữ gìn phát huy bản sắc văn hóa của các dân tộc ở địa phương, nổi tiếng như: Bản Lác, Pom Cọng (Mai Châu, Hòa Bình), Cát Cát, Tả Phìn, Bản Hồ, Tả Van (Sa Pa, Lào Cai), Hội An (Quảng Nam), các bản du lịch cộng đồng ở vùng Đồng bằng sông Cửu Long.

Huyện Lâm Bình được thiên nhiên ưu đãi và ban tặng nhiều lợi thế để phát triển du lịch cộng đồng. Huyện Lâm Bình có vùng lòng hồ rộng 4000 ha với nhiều cảnh quan thiên nhiên hấp dẫn được kiến tạo bởi địa chất, địa hình, khí hậu hình thành những thác nước, hang động, thung lũng và nhiều núi đá vôi tạo nên bức tranh thiên nhiên “hoang sơ, kỳ vĩ, thơ mộng”. Mỗi ngọn núi, dòng suối, thác nước, hang động đều chứa đựng những sự tích, huyền thoại gắn với con người nơi đây càng tạo nên sức hấp dẫn trong hoạt động du lịch. Bên cạnh đó, huyện Lâm Bình là địa bàn cư trú của 12 dân tộc anh em, mỗi dân tộc đều có bản sắc văn hóa đặc trưng riêng tạo nên bức tranh văn hóa của huyện Lâm Bình thêm phong phú, đa dạng, hấp dẫn. Ngoài ra, huyện Lâm Bình còn là địa danh gắn với một số di tích lịch sử - văn hóa quan trọng của tỉnh như chùa Phúc Lâm (xã Thượng Lâm), đền Pú Bảo (xã Lang Can),... Các yếu tố văn hóa này thuận lợi cho huyện

Lâm Bình phát triển du lịch văn hóa để khám phá tìm hiểu, trải nghiệm văn hóa của các cư dân bản địa.

Dân tộc Tày là dân tộc có số dân đông nhất ở huyện Lâm Bình, sinh sống tập trung tại các xã Thượng Lâm, xã Lang Can, xã Khuôn Hà, xã Phúc Yên, xã Minh Quang, xã Hồng Quang,... tạo nên những không gian mang dấu ấn văn hóa đặc trưng riêng của dân tộc, được thể hiện rõ nhất trong kiến trúc nhà sàn, trang phục, tập quán sản xuất, ngôn ngữ, phong tục tập quán, nghi lễ, lễ hội,... Các giá trị văn hóa của dân tộc Tày đã và đang được huyện Lâm Bình khai thác đưa vào phục vụ cho phát triển du lịch như khai thác kiến trúc nhà sàn làm homestay, khuyến khích bà con mặc trang phục, khôi phục nghề dệt thổ cẩm, khôi phục Lễ hội Lồng tồng, ẩm thực, các sản phẩm thủ công,... Tuy nhiên, các giá trị văn hóa này vẫn còn ở dạng tiềm năng, tiếp tục cần được khai thác, phát huy nó phục vụ cho phát triển cho du lịch, góp phần bảo tồn các giá trị văn hóa bản địa ở địa phương.

## 2. NGHỆ THUẬT BIỂU DIỄN CỦA DÂN TỘC TÀY

Nghệ thuật biểu diễn là loại hình nghệ thuật sử dụng không gian của các loại hình sân khấu để thể hiện, truyền tải nội dung của các tác phẩm phi vật thể đến với công chúng. Trong một tác phẩm sân khấu hội tụ giá trị văn học, diễn xuất, hội họa, âm nhạc, múa,... Nghệ thuật biểu diễn rất phong phú được chia thành nhiều loại hình trong đó có ca, múa, nhạc.

Nghệ thuật biểu diễn của dân tộc Tày được bắt nguồn từ dân gian thông qua các hoạt động trình diễn, diễn xướng trong đời sống sinh hoạt của cộng đồng, từ đời sống lao động sản xuất đến các hoạt động tâm linh. Thông qua đó để phản ánh tâm tư, tình cảm, khát vọng, các câu chuyện về văn hóa, lịch sử của dân tộc và truyền tải chúng tới cộng đồng dân tộc. Nghệ thuật biểu diễn dân tộc Tày gồm những làn điệu dân ca, các điệu múa và các loại nhạc cụ dân gian được dân tộc Tày sáng tạo, gìn giữ trong suốt quá trình lịch sử cũng như những sáng tạo mới trong đời sống đương đại nhằm thỏa mãn nhu cầu thưởng thức văn hóa, nâng cao đời sống tinh thần của dân tộc.

Theo tác giả Trần Xuân Hà, trong *Múa dân gian Tày ở Lạng Sơn*, Luận văn thạc sỹ văn hóa học, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội (2000) đưa ra các loại hình nghệ thuật biểu diễn của dân tộc Tày Lạng Sơn nói riêng và dân tộc Tày ở vùng cao Việt Bắc khá phong phú gồm các làn điệu dân ca (sli, lượn, phong slu, hát quan làng, then), các điệu múa (múa sư tử, múa trong nghi lễ then, đám tang, múa chèo thuyền, vượt biển, các trò chơi, trò diễn dân gian,...) và các loại nhạc cụ (xóc nhạc, đàn tính, thanh la)<sup>84</sup>.

Vậy, Nghệ thuật biểu diễn của dân tộc Tày khá phong phú và đa dạng. Bên cạnh những loại hình nghệ thuật biểu diễn mang tính chất đặc trưng riêng cho bản sắc văn hóa của dân tộc Tày thì ở mỗi địa phương lại có những loại hình nghệ thuật biểu diễn mang nét riêng. Do đó, bài viết sẽ tập trung khái quát một số loại hình nghệ thuật biểu diễn phổ biến chung của dân tộc Tày trong truyền thống và hiện nay.

### 2.1. Dân ca dân tộc Tày

Dân ca là những bài hát, những khúc ca được sáng tác trong dân gian mà không thuộc riêng một tác giả nào. Đầu tiên bài hát do một người nghĩ ra rồi truyền miệng qua nhiều người từ đời này sang đời khác và được phổ biến ở từng vùng, từng dân tộc,... Các bài dân ca, được gọt

<sup>84</sup> Trần Xuân Hà (2000), *Múa dân gian Tày ở Lạng Sơn*, Luận văn Thạc sỹ Văn hóa học, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.



giữa, sàng lọc qua nhiều năm tháng bền vững với thời gian. Dân ca của dân tộc Tày gồm nhiều thể loại nổi bật là: hát then, sli, lượn, hát quan làng, hát ru,...

Hát Then là loại diễn xướng nghi lễ mang tính tổng hợp về nghệ thuật biểu diễn, gồm lời ca, múa, nhạc, trang trí. Then thường gắn với các ông bà Then, Tào, Pụt. Then là trời. Hát then là lời xướng (ca) của người làm Then khi thực hiện các nghi lễ trong Then. Các loại then của dân tộc Tày phụ thuộc vào các tổ khúc, nhịp điệu, các chương đoạn của các nghi lễ. Dựa trên những làn điệu, tiết tấu của then thì ngày nay Then Tày đã được các tác giả người Tày, các nghệ sỹ đặt lời mới thành các bài then phục vụ cho các hoạt động biểu diễn văn hóa văn nghệ, trở thành một loại hình nghệ thuật mang đặc trưng riêng của dân tộc Tày.

Sli, Lượn là một loại hình dân ca của dân tộc. Sli thường là những câu chuyện kể, được thể hiện dưới dạng truyện thơ của dân tộc. Lượn là một hình thức sinh hoạt văn học nghệ thuật dân gian, là tiếng hát giao duyên của thanh niên nam nữ người Tày. Bằng những lời ca điệu hát, lượn nói lên tư tưởng tình cảm, ước mơ và nguyện vọng của quần chúng lao động, phản ánh mọi mặt sinh hoạt kinh tế xã hội và văn hóa của dân tộc Tày. Lượn có nhiều điệu lượn: Lượn then (lượn tiên), lượn nạng ới, lượn cọi, lượn slương, lượn vàng dà, lượn hà lều, lượn nài, lượn kết, lượn sống, lượn rập,... Hình thức tiến hành hát lượn thường là hình thức đối đáp giữa hai bên nam nữ gồm đôi người 1 nam 1 nữ hoặc một nhóm người. Sân khấu tiến hành hát lượn gồm hai loại sân khấu ngoài trời chủ yếu dành cho các đôi trai gái, nam nữ mới gặp nhau ở ngoài chợ, dọc đường hay các dịp lễ hội; sân khấu nhà sàn có thể dành cho hình thức đối đáp hát đôi người, hát tập thể, nói tiếp ca, hát khi có khách mới đến chơi nhà.

Hát Cọi hình thức thanh niên nam nữ làm quen trong lễ hội đầu xuân, chợ phiên, khách xa tới bản. Cọi phổ biến ở dân tộc Tày ở Cao Bằng, Tuyên Quang. Câu hát là nội dung được chất lọc từ cuộc sống lao động sản xuất, hình ảnh sông suối, hoa lá, chim muông, thú hoặc ví von tình cảm thương nhớ da diết của lứa đôi hoặc dí hóm, hóm hình thách đố cũng có cả sự phẫn nộ,... thể hiện các cung bậc tình cảm của đôi bên nam nữ. Hát Cọi thường đối đáp một bên nam một bên nữ - các nhóm hát có người dẫn, người dẫn này yêu cầu thuộc nhiều câu hát Cọi cổ, khẩu ngữ linh hoạt. Ngữ cảnh của hát Cọi trong các ngày hội Lồng tồng, ngày mùa đôi công, giao lưu mùa nông nhàn, các chợ phiên<sup>85</sup>.

Hát quan làng là loại dân ca nghi lễ, là sự đối đáp giữa nhà gái và nhà trai trong đám cưới của dân tộc Tày. Hát quan làng được thực hiện bởi các vị quan làng của hai họ thử tài đối đáp, treo ghẹo nhau bằng tục lệ như chằng dây chần giữa đường, xin mở cổng, xin nước rửa chân, xin mở cửa nhà, xin bỏ các chướng ngại vật chần như đơm, đó, chôi quét, đòn gánh, treo đèn,... khi đoàn nhà trai sắp vào nhà gái<sup>86</sup>.

Hát ru là lời ru, ca từ của người mẹ với người con, người bà với cháu, người chị với em. Hát ru dân tộc Tày thường đặt theo lối thơ năm chữ hoặc thơ tự do. Các bài hát ru đã được đặt lời mới có cả lời Tày và lời Việt và được sử dụng trong các chương trình biểu diễn văn nghệ.

## 2.2. Múa dân tộc Tày

Múa dân tộc Tày được sản sinh từ các môi trường nghi lễ trong đám tang, cưới xin, sinh hoạt tín ngưỡng, lao động sản xuất. Các điệu múa được dân tộc Tày trao truyền, lưu giữ qua

<sup>85</sup> Nguyễn Thị Đan (2015), *Hát Cọi – hình thức hát giao duyên của người Tày ở huyện Chiêm Hoá, tỉnh Tuyên Quang*, Trong “Cộng đồng Thái – Kadai Việt Nam những vấn đề phát triển bền vững”, Hội nghị quốc gia Thái học Việt Nam lần thứ VII Lai Châu 2015.

<sup>86</sup> Tống Đại Hồng, Lương Long Vân, Ma Văn Đức (2015), *Văn quan làng Tuyên Quang*, Nxb Văn hóa dân tộc, Hà Nội.

nhiều thể hệ thông qua các sinh hoạt cộng đồng, đặc biệt là sinh hoạt tín ngưỡng. Dân tộc Tày không có các điệu múa cộng đồng như múa xoè, nhảy sạp (Thái), múa lam vông (Lào, Thái Miền Tây Nghệ An), Lăm thôn (Khmer), xoang (các dân tộc Tây Nguyên) nhưng các điệu múa dân tộc Tày lại chứa đựng những nét riêng biệt, phản ánh giá trị văn hóa, lịch sử, tâm linh, thẩm mỹ. Phản ánh khát vọng, tâm tư, tình cảm của dân tộc Tày thông qua từng động tác, từng điệu múa, sự thể hiện của người trình diễn. Múa dân tộc Tày gồm các thể loại:

- *Múa sinh hoạt, lao động sản xuất*: Mọi thành tố được sử dụng làm chất liệu biểu diễn đều bắt nguồn từ các sinh hoạt văn hóa dân gian. Trong đời sống sinh hoạt, lao động sản xuất dân tộc Tày tạo nên những động tác sống động, chân thực, gần gũi với các điệu múa như: cấy lúa, múa nón, múa chén/bát, múa giã cốm, bắt cá, trảy hội,...

- *Múa nghi lễ, tín ngưỡng*: Múa trong sinh hoạt nghi lễ, tín ngưỡng chủ yếu là các điệu múa trong nghi lễ then, trong đám tang, trong đám cưới,... thường được kết hợp với nhiều loại hình nghệ thuật tổng hợp như âm nhạc, mỹ thuật, dân ca. Người thực hiện các điệu múa này là những ông Then, bà Then, Tào, Pụt thực hiện các nghi thức trong quá trình thực hành nghi lễ. Các điệu múa thể hiện những quan niệm trong tín ngưỡng dân gian về cõi tiên, thế giới linh thiêng của các thần linh, hình ảnh xã hội cổ truyền trong tâm thức của cộng đồng. Gồm các điệu múa: Múa đi săn thú, múa chèo thuyền; múa châu: châu nhạc (châu nhạc đứng, châu ngọc ngồi, châu nhạc lặn), châu quạt (châu quạt đứng, châu quạt ngồi), châu đàn; múa tán hoa, múa đờn, múa gậy,...

- *Múa trong Hội*: Các điệu múa trong Hội được bắt nguồn từ các hoạt động trong các dịp lễ hội như Lễ hội Lồng Tồng, Tết Nguyên Đán,... Gồm các điệu múa: Ném còn, múa võ, múa phát đường, múa ra quân, đánh quay, đánh yến, trò tứ dân hay sĩ nông,... Trong đó, múa ném còn thực chất là trò chơi ném còn nhưng quá trình chơi những động tác chuyển động nó tựa múa. Động tác lượn người, ném quả còn, dáng, hình tượng múa đẹp có tính thẩm mỹ. Từ trò ném còn kết hợp với một số động tác dân gian Tày hình thành điệu múa ném còn đặc trưng của người Tày.

- *Múa trong các hoạt động biểu diễn hiện nay*: Xuất phát từ các động tác múa đặc trưng dân gian truyền thống của dân tộc, các nhà biên đạo, nghệ sỹ múa, người biểu diễn chuyên nghiệp đã vận dụng các chất liệu múa trong dân gian Tày để phát triển, biên đạo, dàn dựng Múa Tày thành những tác phẩm múa độc lập, múa phụ họa cho những bài hát, chương trình biểu diễn thêm sinh động nhưng vẫn mang bản sắc văn hóa của người Tày. Đạo cụ được sử dụng trong các tác phẩm múa này gồm quạt, khăn, đàn tính, chũm xóc nhạc, bát, chén, chày, gậy, nón, thúng,...

### 2.3. Nhạc cụ dân tộc Tày

Nhạc cụ của dân tộc Tày phổ biến là các loại đàn tính (tính tầu), xóc nhạc.

Đàn tính là loại không thể thiếu đối với các ông then, bà then, các bài hát then. Đàn tính dùng để đệm cho các ca từ trong lời then tạo nên những giai điệu ngọt ngào, êm ái, rất phù hợp với ngôn ngữ âm nhạc trong Then Tày. Đàn tính đệm trong các bài hát đặt lời mới của Then Tày, trong các tác phẩm múa của các chương trình biểu diễn chuyên và không chuyên. Đàn tính luôn đi cùng với bộ xóc nhạc, nếu thiếu một trong hai nhạc cụ này thì không thể có cuộc then hoặc diễn xướng Then được.

Chũm xóc nhạc là nhạc cụ họ thân vang, phương pháp kích âm là rung hoặc lắc, các vòng tròn nhỏ cùng các quả nhạc (chuông nhỏ) tác động vào nhau phát ra âm thanh. Xóc nhạc được sử dụng Then có nhiều cách: khi quân binh vượt núi thì xóc nhạc thôi thúc, vượt sông thì tiết tấu nhanh hơn, dòn dập, linh hồn nhập vào xác càng dòn dập hơn. Chũm xóc nhạc còn sử dụng riêng trong các điệu múa chèo thuyền, múa quạt, múa châu lễ, múa tán hoá, múa châu tướng,... Hiện nay, xóc nhạc được sử dụng đệm cho các bài biểu diễn hát Then mới.

Ngoài ra, còn có nhạc cụ Sáo được sử dụng phụ họa cho các bài hát ru, hát lượn nhưng chủ yếu được các nghệ sỹ sử dụng trong các chương trình biểu diễn hiện nay cho bài hát thêm sinh động, hấp dẫn.

### 3. THỰC TRẠNG NGHỆ THUẬT BIỂU BIỄN DIỄN DÂN TỘC TÀY Ở HUYỆN LÂM BÌNH, TỈNH TUYÊN QUANG

Trong những năm trở lại đây, do nhu cầu phát triển của du lịch cộng đồng, được sự quan tâm của các cấp ủy Đảng, chính quyền huyện Lâm Bình đối với việc khôi phục bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa các dân tộc trong huyện. Các giá trị văn hóa nói chung và nghệ thuật biểu diễn của dân tộc Tày nói riêng đã và đang được cả cộng đồng người Tày quan tâm, khôi phục và phát huy. Đã có nhiều tổ, đội, câu lạc bộ hát Then, đàn tính được thành lập và sinh hoạt đều đặn, có hiệu quả. Năm 2019, toàn huyện đã thành lập và duy trì 5 Câu lạc bộ hát Then, đàn tính cấp xã, 01 Câu lạc bộ hát then, đàn tính cấp huyện, 4 đội văn nghệ homestay phục vụ cho khách du lịch, gần 100 đội văn nghệ các thôn bản, trường học được thành lập. Các nghệ nhân am hiểu về văn hóa dân tộc, có năng khiếu và thông thạo các loại hình nghệ thuật biểu diễn được khuyến khích phát huy vai trò trong sáng tác, đặt lời mới cho các làn điệu dân ca, tham gia sáng tác và trình diễn múa, nhạc cụ dân tộc<sup>87</sup>. Để giúp người Tày ở Lâm Bình giữ gìn và phát huy các loại hình nghệ thuật biểu diễn của dân tộc, huyện đã tổ chức các lớp học hát Then, đàn tính miễn phí tại các điểm du lịch homestay xã Thượng Lâm và xã Lăng Can. Hoạt động này đã thu hút được hàng trăm người Tày tham gia tìm hiểu nâng cao lý thuyết về âm nhạc, trình độ sử dụng đàn tính và các làn điệu Then, kỹ năng dàn dựng các màn hát múa có tính nghệ thuật cao.

Với vai trò là chất liệu chủ đạo trong các chương trình biểu diễn phục vụ cho du khách tại các điểm homestay, các loại hình nghệ thuật biểu diễn dân tộc Tày đã mang lại cho du khách những dấu ấn văn hóa đặc trưng riêng của huyện Lâm Bình, góp phần làm cho các loại hình nghệ thuật biểu diễn của người Tày có điều kiện trao truyền, bảo tồn, phát triển và sáng tạo để phục vụ cho đời sống kinh tế, văn hóa tinh thần của dân tộc.

Bên cạnh những thành quả trên thì nghệ thuật biểu diễn của dân tộc Tày cũng đang đứng trước nguy cơ mai một, thất truyền các loại hình nghệ thuật biểu diễn dân gian truyền thống. Các bài dân ca, các điệu múa đang dần bị biến đổi mai một của các nghi lễ truyền thống của dân tộc, vì các nghi lễ là môi trường quan trọng để các loại hình nghệ thuật biểu diễn được sản sinh, lưu truyền và phát triển. Theo bà Ngô Thị L (xã Thượng Lâm): “Các nghi lễ của dân tộc Tày ở Lâm Bình chủ yếu còn một số nghi lễ gia đình của các thầy Tào như nghi lễ giải hạn, cúng chữa bệnh. Các nghi lễ then, lẩu then hầu như không còn ai thực hiện, không còn người Tày nào biết thực hành các nghi lễ Then hay hành nghề Then. Họ chủ yếu biết đến người làm Then và nghi lễ Then thông qua lời kể của những người cao tuổi”.

Do môi trường diễn xướng không còn tồn tại nên các loại hình dân ca, múa trong các nghi lễ cổ truyền còn rất ít người biết đến. Hiện nay, người Tày ở Lâm Bình chủ yếu sử dụng các điệu múa được khai thác trong đời sống sinh hoạt, lao động sản xuất như múa nón, múa bát, ném còn, đánh yến,... nhưng các loại hình này mới được khai thác trong những năm gần đây và cần tiếp tục khai thác và phát huy hết lợi thế bản sắc văn hóa vốn có của dân tộc. Sự kết hợp giữa các loại hình dân ca, múa, nhạc cụ dân tộc đặc trưng của dân tộc sẽ tạo nên chương trình, sản phẩm du lịch hấp dẫn với du khách.

<sup>87</sup> Website: <http://dulichlambinh.gov.vn/>

#### 4. MỘT SỐ Ý KIẾN NHẪM KHAI THÁC VÀ PHÁT HUY CÁC LOẠI HÌNH NGHỆ THUẬT BIỂU DIỄN PHỤC VỤ CHO PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở HUYỆN LÂM BÌNH HIỆN NAY

Các hoạt động biểu diễn nghệ thuật dân tộc là một hoạt động không thể thiếu trong du lịch cộng đồng, góp phần không nhỏ vào việc tạo sức hút, hấp dẫn, giữ chân các du khách. Các hoạt động biểu diễn là một trong những kênh truyền thông có sức lan toả lớn tới cộng đồng thông qua sự lan toả của du khách. Khai thác các loại hình nghệ thuật biểu diễn trong phát triển du lịch cộng đồng đã được nhiều địa phương khai thác và phát huy dưới nhiều mô hình khác nhau. Các mô hình này vừa khai thác những yếu tố truyền thống dân gian sẵn có, vừa kết hợp với yếu tố đương đại tạo ra các chương trình phù hợp hấp dẫn cho du khách. Du khách đến với các điểm du lịch cộng đồng vừa được thỏa mãn nhu cầu tìm hiểu văn hóa, vừa được thỏa mãn nhu cầu tham gia, khám phá và trải nghiệm các loại hình văn hóa dân gian của dân tộc thông qua các loại hình nghệ thuật biểu diễn. Nổi tiếng như Bản Lác, Pom Cọm huyện Mai Châu (Hòa Bình), Sa Pa (Lào Cai), Đồng Văn và Mèo Vạc (Hà Giang),... Ngoài các bài dân gian truyền thống của các nghệ nhân thì các diễn viên tìm kiếm khai thác những chất liệu múa để biên đạo, dàn dựng thành các bài múa, vở diễn đẹp mắt mà vẫn có yếu tố truyền thống đặc trưng của mỗi dân tộc, mỗi vùng miền.

Vấn đề đặt ra đối với huyện Lâm Bình, một huyện còn non trẻ về du lịch cộng đồng, sẽ tạo ra điểm gì khác biệt trong các hoạt động biểu diễn phục vụ cho du khách. Ở không gian văn hóa dân tộc Tày huyện Lâm Bình nhảy sạp có điểm gì khác biệt so với nhảy sạp ở vùng người Thái, đốt lửa trại có dấu ấn gì đặc biệt so với các điểm du lịch và các hoạt động sinh hoạt khác, các điệu múa hát then của người Tày có khác gì so với Tày ở Cao Bằng, Bắc Kạn,... Dưới đây là một vài ý kiến đóng góp đối với các cộng đồng địa phương (chính quyền, doanh nghiệp và người dân) về việc khai thác các loại hình nghệ thuật biểu diễn của dân tộc Tày phục vụ phát triển du lịch cộng đồng ở huyện Lâm Bình hiện nay:

##### *\* Tiếp tục tổ chức sưu tầm các loại hình nghệ thuật biểu diễn truyền thống*

Dân tộc Tày ở Lâm Bình có số dân đông và mang văn hóa đặc trưng dân tộc Tày ở tỉnh Tuyên Quang. Đặc biệt, dân tộc Tày ở xã Thượng Lâm là cư dân bản địa chiếm 75% dân số toàn xã. Theo một số nhà nghiên cứu, dân tộc Tày ở Thượng Lâm có truyền thống lịch sử lâu đời, là cư dân bản địa ở vùng Tuyên Quang, có văn hóa đặc trưng như văn hóa dân tộc Tày ở các địa bàn khác trong tỉnh. Do đó, bản sắc văn hóa Tày ở xã Thượng Lâm nói chung và huyện Lâm Bình nói riêng còn nhiều giá trị lịch sử, văn hóa cần tiếp tục được sưu tầm khai thác, tạo nên điểm nhấn trong thiết kế sản phẩm du lịch. Đặc biệt là các loại hình nghệ thuật biểu diễn dân gian truyền thống như các bài dân ca, các điệu múa nghi lễ trong tín ngưỡng Then (then cấp sắc, then giải hạn, then chúc tụng, then lễ hội,...); các bài hát trong các nghi lễ gia đình (lễ giải hạn, mừng nhà mới, lúa mới, đám cưới,...); các làn điệu dân ca cổ, các bài múa dân gian truyền thống; các phong tục tập quán trong đời sống sinh hoạt, lao động sản xuất; các trò diễn dân gian nhằm tái hiện hoặc sân khấu hóa thành những tiết mục văn nghệ đặc sắc để khai thác hiệu quả nó phục vụ cho hoạt động biểu diễn. Các làn điệu, bài múa, trò diễn cần được sưu tầm, biên tập thành tài liệu, thành sách để lưu truyền qua các thế hệ và phổ rộng cho cộng đồng Tày cùng ý thức học tập và giữ gìn.

Công tác sưu tầm cần có sự tham gia của chính quyền địa phương, các nhà nghiên cứu, nhà quản lý văn hóa, đặc biệt là từ cộng đồng dân tộc Tày những người am hiểu về văn hóa dân tộc, hiểu thông thạo tiếng dân tộc, có thể sưu tầm, sao chép bằng song ngữ.

**\* Hoạt động truyền dạy, đào tạo, bồi dưỡng**

Hoạt động truyền dạy cần được tăng cường hơn nữa đặc biệt là các làn điệu then cổ, các kỹ thuật chế tác, sử dụng đàn tính, xóc nhạc; các điệu múa dân gian trong sinh hoạt, lao động, tín ngưỡng, lễ hội.

Đào tạo, bồi dưỡng những thành viên có năng khiếu ở các lớp, khoá, đào tạo chuyên nghiệp về múa, hát, nhạc cụ dân tộc. Các khóa đào tạo về du lịch gắn với phát triển văn hóa vùng dân tộc thiểu số tại các trường Trung cấp, cao đẳng, đại học chuyên nghiệp nhằm trang bị cho những khung lý thuyết, kỹ năng thực hành để họ có chuyên môn vận dụng lý luận vào thực tiễn phục vụ cho hoạt động sưu tầm, khai thác, dàn dựng biểu diễn các loại hình nghệ thuật biểu diễn dân tộc Tày phục vụ cho du lịch cộng đồng.

**\* Tăng cường tổ chức các hoạt động biểu diễn nghệ thuật.**

Các hoạt động biểu diễn chính là môi trường để kích thích sự sáng tạo, khơi dậy tinh thần yêu thích văn nghệ, bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống thông qua hoạt động biểu diễn nghệ thuật cũng như rèn luyện, bồi dưỡng các nhân tài cho hoạt động biểu diễn. Có 3 loại hình hoạt động biểu diễn như sau:

- *Hoạt động biểu diễn phục vụ cho khách du lịch.* Các hoạt động biểu diễn cho du khách có thể theo ba loại chương trình như sau:

Một là, các hoạt động tái hiện lại các loại hình nghệ thuật biểu diễn dân gian truyền thống của dân tộc Tày. Dựa vào những bài dân ca truyền thống: nội dung, làn điệu; người hát; môi trường thể hiện sẽ tái hiện lại các bài dân ca này trong không gian văn hóa Tày. Ví dụ:

Đối với các bài hát ru của dân tộc sẽ áp dụng tại các điểm homestay có trẻ em nhỏ. Khuyến khích đồng bào mặc trang phục dân tộc, sử dụng nôi, đu của dân tộc Tày, học và biết hát các bài hát ru của dân tộc Tày và sử dụng nó ngay trong đời sống sinh hoạt của gia đình. Hoặc có thể tạo thành tiết mục biểu diễn lấy bối cảnh biểu diễn là không gian thực cảnh của nhà sàn Tày.

Đối với hát lượn, dựa theo các bài hát Lượn trong dịp đón khách, sẽ phân vai cho các nghệ nhân người đóng vai trò khách dẫn đoàn khách du lịch, người đóng vai chủ nhà thực hiện một bài hoặc đoạn lượn đối đáp cho du khách trải nghiệm, hiểu văn hóa khi đến với gia đình, bản làng người Tày.

Đối với sli, sưu tầm lại các câu chuyện cổ, làn điệu sli để kể chuyện bên bếp lửa hoặc xoay quanh lửa trại cho du khách để du khách được hoà vào không gian tĩnh lặng và lắng nghe điệu sli của dân tộc.

Đối với các nghi lễ, thực hiện các trích đoạn biểu diễn trong không gian nhà sàn hoặc không gian sân khấu biểu diễn. Đồng thời, kết hợp với các hộ gia đình dân tộc Tày ở địa phương, căn cứ vào các dịp lễ Tết thường niên của dân tộc quảng bá truyền thông những nghi lễ, lễ hội của gia đình, làng bản để du khách tham dự, tìm hiểu, khám phá, trải nghiệm nghi lễ cũng như khám phá ẩm thực, trang trí, mỹ thuật, quan hệ ứng xử,... thông qua hoạt động nghi lễ này.

Hai là, các chương trình giao lưu văn nghệ tại các homestay. Chương trình giao lưu văn nghệ đang được sử dụng ở các homestay chủ yếu sử dụng chất liệu Tày, Mông, Dao phổ biến là các tiết mục hát then cổ, then mới, múa nón, múa đàn, quạt, múa chén/bát, Páo Dung, múa khèn, nhảy sạp, đốt lửa trại,... để tăng thêm sức hấp dẫn cho các chương trình này thì các đội văn nghệ cần sưu tầm, biên tập, dàn dựng và lựa chọn các tiết mục đặc sắc cho chương trình để tạo điểm

nhấn, sức hút cho du khách. Có thể lấy ý tưởng từ múa Châu trong Then của người Tày, múa chèo thuyền, ném còn, đánh yến, múa nón, đàn, bát,... nhưng được biên đạo và dàn dựng công phu hơn. Trong chương trình là xen lẫn các tiết mục các dân tộc khác hoặc tiết mục biểu diễn của các du khách tham gia. Đặc biệt, tiết mục múa cộng đồng có thể lựa chọn điệu múa Tày để thể hiện để du khách được tham gia học múa động tác đơn giản và trải nghiệm về văn hóa Tày như giã cốm, ném còn hay xóc nhạc.

Ba là, hình thành các show hoặc địa điểm biểu diễn chuyên nghiệp đặt trong các tour du lịch. Các show hoặc địa điểm biểu diễn chuyên nghiệp phải được trang bị về cơ sở vật chất, đào tạo tuyển chọn diễn viên đảm bảo cho hoạt động biểu diễn thường kỳ của tổ chức. Các tiết mục biểu diễn phải được biên đạo, dàn dựng công phu dựa trên các chất liệu dân gian truyền thống của dân tộc. Chủ đề chương trình phải truyền tải được các giá trị văn hóa đặc trưng của dân tộc Tày từ nguồn gốc, lịch sử hình thành, đến đời sống kinh tế - văn hóa - xã hội của đồng bào tạo thành chương trình biểu diễn theo chương, phần,... mang giá trị thẩm mỹ, có tính nghệ thuật cao. Không gian sân khấu biểu diễn thể hiện được không gian sinh sống của dân tộc bằng các mô hình, hình ảnh thực được lấy từ cộng đồng được xử lý, sắp xếp trong không gian biểu diễn nhất định.

- *Tăng cường tổ chức các hoạt động văn nghệ quần chúng*

Một trong những yếu tố góp phần làm phát triển các loại hình nghệ thuật biểu diễn của dân tộc là thông qua các hoạt động văn nghệ quần chúng. Tăng cường tổ chức các hoạt động văn nghệ quần chúng, tổ chức các cuộc thi hát Then, đàn tính cấp xã, huyện; hội thi, hội diễn nghệ thuật quần chúng cấp xã, huyện; tổ chức các chương trình biểu diễn văn nghệ, giao lưu văn nghệ giữa các thôn bản, các xã, các đoàn thể nhằm tạo không khí sôi nổi trong sinh hoạt văn nghệ. Tạo ra sân chơi bổ ích và rèn luyện kỹ năng biểu diễn cho các nghệ nhân, diễn viên quần chúng, để tuyển chọn, chọn lựa ra các đội văn nghệ có chất lượng phục vụ cho du khách cũng như kích thích tinh thần say mê, sáng tạo trong hoạt động biểu diễn.

- *Tích cực tham gia các hoạt động biểu diễn chuyên nghiệp*

Thường xuyên tổ chức các buổi biểu diễn chuyên nghiệp của đoàn nghệ thuật, trung tâm văn hóa huyện để phục vụ nhân dân để nhân dân vừa được thưởng thức thoải mái, nâng cao đời sống tinh thần vừa tham gia học hỏi kinh nghiệm trong biên đạo, dàn dựng, kỹ năng biểu diễn sân khấu.

Tích cực tham gia các hoạt động giao lưu giữa các đoàn nghệ thuật, đội văn nghệ chuyên nghiệp giữa các huyện trong và ngoài tỉnh. Tham gia các hoạt động biểu diễn chuyên nghiệp của tỉnh như: Liên hoan thông tin lưu động, nghệ thuật chuyên và không chuyên,.. Từ đó hình thành nên những nghệ sỹ, diễn viên, đạo diễn phục vụ cho các đội văn nghệ quần chúng ở cơ sở. Tham gia giao lưu biểu diễn với cộng đồng dân tộc Tày ở các địa phương khác trong tỉnh và các tỉnh lân cận như Hà Giang, Cao Bằng, Bắc Kan, Thái Nguyên,... để từ đó giúp các diễn viên, nhà biên đạo tìm ra những nét chung và nét riêng biệt trong nghệ thuật biểu diễn của người Tày.

\* *Tăng cường công tác quảng bá, thông tin truyền thông.*

- Tăng cường tuyên truyền, giáo dục cho chính cộng đồng người Tày nhà nhà, người người tự hào và yêu văn hóa của dân tộc. Các thành viên tạo mọi điều kiện sưu tầm, khai thác, biểu diễn các loại hình nghệ thuật. Đặc biệt là các hộ gia đình làm homestay, các thành viên trong các đội văn nghệ, câu lạc bộ,...

- Tiếp tục tăng cường quảng bá du lịch cộng đồng và bản sắc văn hóa của các dân tộc huyện Lâm Bình, đặc biệt là dân tộc Tày. Một trong những nội dung thu hút trong việc quảng bá và tạo

điểm nhấn cho du lịch là nghệ thuật biểu diễn của dân tộc, tập trung khai thác những yếu tố mang tính địa phương, riêng biệt của dân tộc Tày nơi đây. Các kênh quảng bá trên website, các trang mạng xã hội, thông qua các tổ chức, các công ty du lịch lữ hành, các du khách đã đến với du lịch Lâm Bình. Tổ chức các cuộc thi thiết kế các sản phẩm truyền thông du lịch phục vụ cho phát triển du lịch cộng đồng của huyện.

- Tham gia các hoạt động quảng bá sản phẩm du lịch trong tỉnh, ngoài tỉnh và quốc tế.
- Phương châm lấy mỗi người dân là một kênh truyền thông, huyện có chính sách thu hút và khuyến khích mỗi cá nhân tích cực phổ biến, tuyên truyền về du lịch Lâm Bình và các giá trị văn hóa của dân tộc thông qua mạng lưới quan hệ xã hội của các thành viên trong cộng đồng dân tộc huyện Lâm Bình.

\* *Chính sách, chế độ quản lý hợp lý cho các đội văn nghệ, Câu lạc bộ:*

Chính sách khuyến khích, biểu dương cho các nghệ nhân, tổ, đội, nhóm tham gia biểu diễn các loại hình nghệ thuật biểu diễn dân gian của dân tộc. Chế độ quản lý hợp lý tạo nên một sân chơi có sức hút, cạnh tranh công bằng lành mạnh trong các hoạt động biểu diễn.

Tóm lại, Dân tộc Tày nói chung và dân tộc Tày ở huyện Lâm Bình nói riêng có kho tàng nghệ thuật biểu diễn rất phong phú từ các loại hình biểu diễn dân gian truyền thống đến hiện đại. Để bảo vệ giữ gìn cũng như phát huy hết tiềm năng giá trị văn hóa đặc trưng của dân tộc Tày đòi hỏi có sự phối hợp của các cấp chính quyền, nhà quản lý, nhà du lịch, cộng đồng người Tày tiếp tục tìm kiếm khai thác những loại hình nghệ thuật biểu diễn mang đặc trưng riêng của vùng trên cơ sở các nét chung của người Tày để tái hiện, dàn dựng thành các tác phẩm biểu diễn vừa mang đặc trưng dân gian truyền thống vừa mang tính nghệ thuật cao đáp ứng nhu cầu thưởng thức nghệ thuật ngày càng tăng cao của người dân cũng như du khách.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Thị Đan (2015), *Hát Cọi - hình thức hát giao duyên của người Tày ở huyện Chiêm Hoá, tỉnh Tuyên Quang*, in trong “Cộng đồng Thái - Kadai Việt Nam những vấn đề phát triển bền vững”, Hội nghị quốc gia Thái học Việt Nam lần thứ VII Lai Châu, 2015.
2. Trần Xuân Hà (2000), *Múa dân gian Tày ở Lạng Sơn*, Luận văn Thạc sỹ Văn hóa học, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
3. Tổng Đại Hồng, Lương Long Vân, Ma Văn Đức (2015), *Văn quan làng Tuyên Quang*, NXB Văn hóa dân tộc, Hà Nội.
4. Trần Thu Thủy, Bùi Minh Thuận (2015), *Khai thác các giá trị văn hóa Thái nhằm phát triển du lịch cộng đồng ở Miền tây Nghệ An*, in trong “Cộng đồng Thái – Kadai Việt Nam những vấn đề phát triển bền vững”, Hội nghị quốc gia Thái học Việt Nam lần thứ VII Lai Châu, 2015.
5. Nguyễn Nam Tiến (1976), “Về Lượn của người Tày”, *Dân tộc học* số 1, tr.32-47.
6. Trần Hữu Sơn (2017), *Văn hóa dân gian ứng dụng*, NXB Văn hóa dân tộc, Hà Nội.
7. Bùi Thị Xuân (2017), *Dàn dựng hát then Tày tại Nhà hát ca múa nhạc dân gian Việt Bắc*, Luận văn Thạc sỹ lý luận và phương pháp dạy học Âm nhạc, Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung Ương.
8. Website: <http://dulichlambinh.gov.vn/>

## EXPLOITING AND PROMOTING OF THE PERFORMING ARTS OF THE TAY ETHNIC TO SERVE COMMUNITY TOURISM IN LAM BINH DISTRICT

**Trieu Thi Nhat**

*Hanoi University of Culture*

### **Abstract**

Community tourism in Lam Binh district is formed based on rich, diverse and attractive natural and human resources. Tay ethnic minority is the most populous ethnic group in Lam Binh district, living concentrated in streams and valleys, creating cultural spaces with their own distinctive characteristics. The performing arts of the Tay ethnic minority are quite rich, expressed in the types of folk songs, folk music, and folk dances of the nation. The exploitation and promotion of the performing arts of Tay ethnic minority in particular and the ethnic groups of Lam Binh district in general play an important role in promoting the development of community tourism in the district, which bring fascinating experiences for tourists and contribute to protect and preserve the cultural values of ethnic groups in the district.

### **Keywords**

Lam Binh tourism, community tourism, the Tay ethnic, Tay culture, performing art, performing art of Tay ethnic.



## DU LỊCH LÂM BÌNH, TUYÊN QUANG - CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC

Nguyễn Thị Kim Ngân  
Trường Đại học Tân Trào

### Tóm tắt

Hiện nay, du lịch Lâm Bình đang chuyển mình phát triển, thu hút được sự quan tâm của các cấp chính quyền, địa phương và của toàn xã hội. Lượng du khách đến với Lâm Bình tăng qua các năm cho thấy du lịch Lâm Bình ngày càng khẳng định vị thế của mình. Tuy nhiên, sự phát triển này so với tiềm năng, lợi thế của Lâm Bình vẫn là vấn đề mà chúng ta cần phải mạnh dạn nhìn nhận một cách nghiêm túc, do đó, việc nghiên cứu thực trạng du lịch tại đây là việc làm rất cần thiết. Bài viết tập trung vào phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức đối với phát triển du lịch Lâm Bình - Tuyên Quang, trên cơ sở đó tận dụng những điểm mạnh và cơ hội có được để khắc phục những điểm yếu và vượt qua thách thức, hướng tới phát triển du lịch Lâm Bình trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh. Phương pháp nghiên cứu chủ yếu của bài viết: là phương pháp thống kê mô tả và phương pháp phân tích ma trận SWOT.

### Từ khóa:

Du lịch cộng đồng, du lịch Lâm Bình, phát triển du lịch Lâm Bình.

### 1. MỞ ĐẦU

Hiện nay du lịch cộng đồng đang được coi là loại hình du lịch mang lại cho địa phương nói riêng và cho một quốc gia nói chung rất nhiều lợi ích phát triển bền vững nền kinh tế. Điều đặc biệt, du lịch cộng đồng không chỉ giúp người dân bảo vệ được nguồn tài nguyên thiên nhiên và môi trường sinh thái, mà còn cách thức để bảo tồn và phát huy những nét đẹp văn hóa truyền thống độc đáo của địa phương... Cũng chính vì lý do này, đã có rất nhiều mô hình du lịch cộng đồng được hình thành và phát triển tại các địa phương có đồng bào dân tộc thiểu số sinh sống. Những mô hình này đã và đang mang lại hiệu quả vô cùng thiết thực, không chỉ phát huy được thế mạnh văn hóa của bản địa, của truyền thống các dân tộc, mà còn góp phần trong công cuộc xóa đói giảm nghèo, cũng như nâng cao chất lượng đời sống của người dân.

Việc phát triển du lịch cộng đồng là điều khách quan và tất yếu, phù hợp với xu thế phát triển du lịch ngày nay. Không nằm ngoài xu thế đó, Tuyên Quang cũng đang đẩy mạnh việc phát triển ngành Du lịch tỉnh nhà với mục tiêu du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, phấn đấu đến năm 2030, tổng thu du lịch đạt trên 10% GRDP toàn tỉnh. Theo Chương trình hành động đề ra, tỉnh phấn đấu mục tiêu đến năm 2020 đón trên 2,2 triệu lượt khách du lịch, tạo việc làm cho khoảng 16.000 lao động ngành du lịch..., trong đó đưa Khu du lịch sinh thái Na Hang - Lâm Bình trở thành các khu du lịch trọng điểm của tỉnh.

Lâm Bình (Tuyên Quang) là huyện có tiềm năng lớn trong phát triển du lịch, đặc biệt là du lịch sinh thái kết hợp du lịch cộng đồng (homestay). Bởi nơi đây có hệ sinh thái đa dạng, với nhiều cảnh quan say đắm lòng người, đồng thời cũng là nơi lưu giữ các giá trị văn hóa truyền thống vô cùng đặc sắc của các dân tộc thiểu số trong vùng. Những năm gần đây, được sự quan tâm của chính quyền địa phương, mô hình du lịch cộng đồng tại Lâm Bình đã từng bước được chuyên nghiệp hóa, thu hút ngày càng nhiều khách du lịch đến trải nghiệm và khám phá. Tuy nhiên, cho đến nay việc đầu tư, khai thác, phát triển loại hình du lịch sinh thái gắn với du lịch homestay tại Lâm Bình chưa mang đầy đủ những đặc trưng, lợi thế vốn có của nó. Bên cạnh đó, trong bối cảnh cạnh tranh thu hút khách du lịch trên bình diện quốc gia và quốc tế đang diễn ra

ngày càng gay gắt, yêu cầu của du khách về chất lượng sản phẩm du lịch ngày càng cao hơn, cần phải có những phân tích, đánh giá để tìm ra những lợi thế cạnh tranh thực sự của du lịch Lâm Bình, từ đó đề ra chiến lược phát triển, định hướng, giải pháp đầu tư, tạo môi trường thuận lợi cho phát triển du lịch địa phương.

## 2. NỘI DUNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### 2.1. Nội dung

- Đánh giá điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và nguy cơ trong phát triển du lịch Lâm Bình - Tuyên Quang.
- Đề xuất một số giải pháp phát triển du lịch Lâm Bình - Tuyên Quang.

### 2.2. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp thu thập số liệu, tài liệu: Kế thừa số liệu thống kê, tài liệu, báo cáo, các công trình nghiên cứu về du lịch cộng đồng ở Việt Nam.
- Phương pháp phân tích: Sử dụng phương pháp thống kê mô tả và phương pháp phân tích ma trận SWOT để tổng hợp và phân tích kết quả.

## 3. PHÂN TÍCH SWOT CHO DU LỊCH LÂM BÌNH

### 3.1. Điểm mạnh của du lịch Lâm Bình

- Là tập hợp của những khu vực có nền văn hóa riêng biệt rất đặc sắc, lâu đời và điều kiện tự nhiên rất thuận lợi cho phát triển du lịch.

+ *Văn hóa đặc trưng của đồng bào dân tộc thiểu số*

Lâm Bình là địa phương có đến 12 dân tộc thiểu số sinh sống, chiếm trên 95% dân cư trên địa bàn huyện trong đó phần lớn là người Tày, người Dao, Mông, Pà Thẻn. Đặc biệt, duy nhất ở Việt Nam có tộc người Thủy sinh sống tại Lâm Bình. Văn hóa đặc trưng của đồng bào dân tộc thiểu số còn thể hiện qua các làn điệu dân ca, dân vũ, trò chơi dân gian truyền thống của các dân tộc (Hát quan làng, then, cọi, Páo dung, bắn nỏ, đẩy gậy, đi cà kheo, Múa khèn, đánh cù,...), nghề dệt truyền thống, nghề làm bún cổ truyền, Lễ cấp sắc của đồng bào Dao, Lễ hội Lồng tồng của đồng bào Tày, chương trình Nhảy lửa huyền bí của đồng bào Pà Thẻn,...

+ *Điều kiện khí hậu phù hợp phát triển du lịch*

Do ảnh hưởng của địa hình, khí hậu của Lâm Bình phụ thuộc vào độ cao và đặc điểm của núi. Vùng cao trên 800 m mang sắc thái khí hậu á nhiệt đới, nhiệt độ cao nhất trong năm khoảng trên 30°C. Vùng thấp dưới 800m mang sắc thái khí hậu á nhiệt đới, nóng, ẩm. Khí hậu trong năm chia làm 4 mùa rõ rệt, nhiệt độ trung bình trong năm là 22°C, độ ẩm không khí khoảng 85%, lượng mưa trung bình 1.800 mm, khí hậu khá mát mẻ, đây là điều kiện quan trọng để phát triển du lịch. Mỗi mùa một khí hậu mang đến cho Lâm Bình mỗi vẻ đẹp khác nhau. Mỗi mùa mang đến những trải nghiệm khác nhau và trải nghiệm nào cũng vô cùng tuyệt vời.

- *Có tiềm năng du lịch tự nhiên, tiềm năng du lịch nhân văn vật thể và phi vật thể phong phú, hấp dẫn.*

Lâm Bình là địa phương có hệ sinh thái đa dạng với nhiều cảnh đẹp tự nhiên hùng vĩ, nên thơ, trong đó phải kể đến 99 ngọn núi tại xã Thượng Lâm được nhiều người biết đến với tên gọi “Hạ Long cạn giữa đại ngàn”. Bên cạnh đó, Lâm Bình còn nổi tiếng bởi phong cảnh núi non

trùng điệp thấp thoáng trong những áng mây, phong cảnh này được gắn với truyền thuyết Phượng hoàng bay được lưu truyền hàng ngàn đời nay như một giá trị truyền thống văn hóa dân tộc.

Nhắc đến Lâm Bình, không ai không biết đến đây còn là nơi có diện tích che phủ rừng đạt trên 80%, đặc biệt, hệ động động vật, thực vật phong phú, đa dạng, điển hình là loài vọc đen má trắng đang được bảo tồn tại đây là loài nằm trong sách đỏ thế giới với trên 100 cá thể. Diện tích hồ thủy điện Tuyên Quang rộng trên 8.000 ha với lòng hồ rộng lớn và hệ thống các con suối lớn, nhỏ chạy uốn quanh bản làng là tiềm năng khai thác du lịch lòng hồ và đi bộ khám phá bản làng để ngắm nhìn sự bình yên, thơ mộng của miền sơn cước.

Cùng với các danh lam, thắng cảnh, Lâm Bình còn có các di tích lịch sử, khảo cổ, tâm linh: Di tích Quốc gia Đền Pú Bảo, Chùa Phúc Lâm, Xưởng Quân Khí H52 của Anh hùng Lao động Ngô Gia Khảm, Đền Pác Vãng, Đền Bà Chúa (Bà Chúa); Chùa Ông, Chùa Bà, Đền Nà Thém, Hang Xum Lôm, Hang Phia Vài (nơi phát hiện 02 ngôi mộ táng có niên đại trên dưới 12 nghìn năm).

- Phát triển du lịch Lâm Bình đang được sự quan tâm của các cấp lãnh đạo, các ban ngành của huyện, tỉnh.

Tỉnh ủy Tuyên Quang đã có văn bản số 15-Ctr/TU về Chương trình hành động của Ban Thường vụ Tỉnh ủy thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/1/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, phấn đấu đến năm 2030, tổng thu du lịch đạt trên 10% GRDP toàn tỉnh, trong đó, có mục tiêu phát triển Khu du lịch sinh thái Na Hang - Lâm Bình trở thành một trong các khu du lịch trọng điểm của tỉnh.

Bản thân huyện Lâm Bình đã thực hiện công tác quy hoạch phát triển tổng thể du lịch huyện định hướng đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030. Theo đó, huyện đã triển khai khôi phục, duy trì và tổ chức các sự kiện văn hóa như Lễ hội Lồng tồng, nhảy lửa, các nét văn hóa truyền thống của dân tộc. Thời gian qua, huyện đã khôi phục và nâng cấp Lễ hội Lồng tồng xã Lãng Can thành lễ hội cấp huyện, phục dựng chùa Phúc Lâm; khuyến khích các tập thể và cá nhân trong và ngoài tỉnh đầu tư vào các điểm, khu du lịch. Năm 2017, huyện Lâm Bình thực hiện đề án “Xây dựng và vận hành mô hình Du lịch cộng đồng”. Đề án nhằm bảo tồn và phát triển bền vững Làng văn hóa dân tộc Tày các thôn Nà Đông và Nà Tông (xã Thượng Lâm), Nà Muông (xã Khuôn Hà) và Nặm Đíp (xã Lãng Can) với 15 hộ tham gia.

- Có thể phát triển nhiều sản phẩm du lịch đặc thù.

Quá trình phát triển sản phẩm du lịch đặc thù của huyện trong những năm vừa qua đã được các cấp, các ngành quan tâm chỉ đạo gắn với quá trình nâng cấp chất lượng cơ sở vật chất, kỹ thuật và dịch vụ, các điểm tham quan du lịch với xúc tiến, quảng bá, marketing và phát triển nguồn nhân lực du lịch. Điển hình tiêu biểu là việc phát triển sản phẩm du lịch homestay gắn với các loại hình du lịch thể thao (chèo thuyền Kayak) hay du lịch khám phá mạo hiểm (khám phá rừng nguyên sinh, các hang động)... Bên cạnh đó, huyện cũng coi trọng việc gắn kết sản phẩm du lịch với người dân để sản phẩm đó mang nét văn hóa đặc trưng của địa phương và bảo đảm được yếu tố liên kết với các tỉnh trong khu vực. Trong quá trình nghiên cứu, xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù ngoài việc kết hợp khai thác loại hình di sản văn hóa, cảnh quan thiên nhiên thì việc gia tăng số lượng, loại hình dịch vụ trong cùng một sản phẩm du lịch cũng là một trong những yếu tố then chốt để làm nên sản phẩm mang đặc trưng của tỉnh trong thời kỳ mới.

### 3.2. Điểm yếu của du lịch Lâm Bình

- Công tác quảng bá xúc tiến du lịch hạn chế, du lịch chưa chiếm lĩnh được thị trường.

Thời gian qua, huyện Lâm Bình đã tăng cường tuyên truyền, quảng bá, tiềm năng du lịch của huyện về sinh thái, cảnh quan thiên nhiên độc đáo và bản sắc văn hóa dân tộc. Tuy nhiên, công tác này vẫn thiếu tính chuyên nghiệp, bị hạn chế về kinh phí, con người, nguồn lực, chưa được triển khai thực hiện trong chiến lược dài hạn. Có thể khẳng định, qua nhiều năm, hình ảnh nhận diện của du lịch Lâm Bình vẫn chưa rõ ràng. Thêm nữa, quảng bá xúc tiến du lịch của huyện cũng chưa có sự đồng bộ trong chiều dọc từ cơ quan quản lý nhà nước tới địa phương và trong chiều ngang là giữa ngành Du lịch với các ngành khác để tạo nên sức mạnh tổng thể. Đồng thời, việc triển khai xúc tiến song song giữa sản phẩm du lịch và chương trình quảng bá còn yếu. Đây chính là những hạn chế cần được khắc phục để nâng cao hiệu quả thu hút khách du lịch.

- Trình độ dân trí, nhận thức của người dân về du lịch còn hạn chế, chưa tương xứng với tiềm năng của vùng.

Trình độ dân trí chưa đồng đều, một số cộng đồng dân cư chưa đáp ứng được yêu cầu phục vụ của khách, một số đồng bào dân tộc thiểu số vẫn duy trì một vài hủ tục lạc hậu là rào cản lớn cho phát triển du lịch. Hiện nay, ở nhiều bản, làng của huyện vẫn giữ cách nghĩ, nếp sống tuy không phải là hủ tục, nhưng không phù hợp cuộc sống thời nay, đó là thói quen sử dụng nhà vệ sinh, nhà tắm ngoài trời; ít trồng rau xanh trong khi đất rừng rộng; thói quen uống nhiều rượu làm bê trễ sản xuất; tục tôn thờ đạo giáo ngoại nhập tăng lên ở một số vùng cao... Đặc biệt, bản chất của đồng bào dân tộc thiểu số là sông theo bản, theo làng và họ có những quy định riêng, cách sông riêng, trong đó, tiếng nói của Già Làng, Trưởng Bản, Thầy Mo rất có trọng lượng. Do đó việc vận động tầng lớp này để truyền thụ kiến thức trực tiếp là việc làm rất khó khăn thậm chí có nơi còn không thể.

- Nguồn nhân lực phục vụ du lịch thiếu cả về số lượng lẫn chất lượng.

Du lịch Lâm Bình là cụm du lịch mới và vẫn đang trong quá trình quy hoạch. Trong thời gian thực tế đi vào hoạt động cho thấy: lao động phục vụ cho du lịch có tăng, song vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu của du khách, đặc biệt là đối với khách quốc tế có yêu cầu cao về khả năng giao tiếp và trình độ ngoại ngữ. Con số lao động đáp ứng được nhu cầu này là rất ít, đây là trở ngại lớn cho việc truyền tải thông tin, hướng dẫn cho du khách nước ngoài hiểu được cảnh đẹp và phong tục tập quán của người dân. Thượng Lâm hiện là xã có nhiều hộ phát triển dịch vụ homestay nhất trên địa bàn huyện Lâm Bình (6 hộ), tập trung ở 2 thôn Nà Đông và Nà Tông, người dân của 2 thôn chủ yếu là người dân tộc Tày nên hạn chế về khả năng giao tiếp với người ngoại quốc, việc giao tiếp chủ yếu là các dấu hiệu bằng tay, hơn nữa cũng rất hạn chế về kỹ năng giao tiếp với du khách. Như vậy do ngôn ngữ bất đồng, trình độ ngoại ngữ của lao động kém vì vậy khách quốc tế chỉ có thể nhìn bằng mắt chứ không hiểu hết giá trị của sản phẩm du lịch mang lại. Trong khi, khách quốc tế lại là đối tượng chịu chi trả nhiều nhất cho các dịch vụ. Nhưng với việc chưa thỏa mãn về mặt lợi ích từ sản phẩm du lịch nên họ cũng không chịu chi trả ở mức tối đa, từ đó du lịch cũng không thu được lợi nhuận đáng ra được hưởng.

- Cơ sở hạ tầng còn yếu kém, thiếu nguồn vốn đầu tư.

Chất lượng hệ thống giao thông đường bộ trên địa bàn huyện Lâm Bình còn rất kém, chưa được xây dựng đồng bộ, năng lực vận chuyển thấp. Nhiều con đường như đoạn đường từ ngã 3 Nà Tông, xã Thượng Lâm đến chân đèo Kéo Nàng, xã Khuôn Hà với tổng chiều dài 3,4 km và tuyến đường lên hang Khuổi Pín, xã Khuôn Hà có chiều dài 1,5 km, là những tuyến đường đi vào các

thôn có làng văn hóa, phát triển dịch vụ du lịch homestay là đường đất có nhiều đèo dốc, mùa mưa thì lầy lội, gây cản trở cho việc phát triển du lịch. Bên cạnh đó, phát triển du lịch cũng kèm theo mối đe dọa lớn về vấn đề rác thải. Hiện nay, công tác vệ sinh xử lý rác thải tại các khu du lịch trên địa bàn chủ yếu là thải tự nhiên, chưa có hệ thống xử lý đồng bộ và quy củ. Số lượng khách sạn, nhà hàng, nhà nghỉ, khu nghỉ dưỡng chưa có nhiều, cơ sở lưu trú trên địa bàn chủ yếu là nhà sàn dân tộc phục vụ cho mục đích du lịch về văn hóa, thăm quan và tìm hiểu về cuộc sống của dân tộc thiểu số.

Để phát triển du lịch thì nguồn vốn đầu tư là một yêu cầu cần thiết. Ngành Du lịch tỉnh Tuyên Quang đã có mục tiêu đưa du lịch Lâm Bình trở thành khu du lịch trọng điểm của tỉnh xong đến nay công tác này vẫn chưa có bước đột phá. Hiện nay Lâm Bình mới chỉ thu hút được rất ít các nhà đầu tư, đặc biệt, các doanh nghiệp ở địa phương chưa đầu tư phát triển du lịch một cách bài bản; mới chỉ có Công ty TNHH Thương mại và Du lịch Năm Sao ở Hà Nội đã xây dựng hoàn thiện và khánh thành hai khu du lịch homestay tại thôn Nặm Đíp và Bản Bon thuộc hai xã Lăng Can, Phúc Yên.

### 3.3. Cơ hội cho phát triển du lịch Lâm Bình

- Xu hướng tăng của dòng khách quốc tế và nội địa

+ Phát triển du lịch cộng đồng đang là xu thế của thời đại, đáp ứng nhu cầu khám phá của đông đảo du khách muốn tìm hiểu văn hóa dân tộc đặc sắc.

+ Vấn đề về an ninh, chính trị tại Việt Nam được đánh giá cao góp phần gia tăng du khách nước ngoài.

+ Ngành Du lịch Việt Nam đang chuyên mình phát triển, thu hút được sự quan tâm của toàn xã hội, chính sách cấp thị thực cho khách quốc tế đến Việt Nam được cải thiện từ đó tăng lượng khách quốc tế.

+ Thị trường du lịch Việt Nam đã thu hút được sự quan tâm của nhiều hãng hàng không quốc tế, nhiều tour tuyến du lịch liên tỉnh thu hút du khách khắp mọi miền, trong đó có nhiều tour du lịch có điểm đến là Tuyên Quang được các công ty du lịch giới thiệu tới du khách.

- Phát triển nhiều khu du lịch lớn, đa dạng hóa các sản phẩm du lịch

Bên cạnh việc đầu tư cho du lịch thăm quan, tìm hiểu di tích lịch sử nhằm tăng sức hấp dẫn đối với du khách thập phương, Tuyên Quang còn quan tâm phát triển loại hình du lịch tâm linh với việc thu hút hàng vạn du khách đến với các lễ hội, đền, chùa truyền thống, nhất là vào dịp đầu năm mới. Trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang hiện có hơn 70 đền, chùa với nhiều lễ hội truyền thống độc đáo, hấp dẫn như Lễ hội đền Hạ, đền Thượng, đền Ỗ La... Việc Tuyên Quang hoàn thành quy hoạch tổng thể về phát triển du lịch tỉnh đã mở ra những điều kiện mới để tiếp tục thực hiện đa dạng hóa các sản phẩm du lịch của các địa phương trong tỉnh. Với mục tiêu đa dạng hóa các sản phẩm du lịch, Tuyên Quang còn phối hợp cùng tỉnh Bắc Kạn triển khai lập hồ sơ Khu di sản thiên nhiên Ba Bể (Bắc Kạn) - Na Hang (Tuyên Quang) đề nghị UNESCO công nhận là di sản thế giới.

- Các đầu tư vào khai thác tiềm năng đang được triển khai ngày càng nhiều

Hiện nay, một số nhà đầu tư chiến lược đã thực hiện các dự án phát triển du lịch, xây dựng cơ sở lưu trú đạt chất lượng cao tại Tuyên Quang... Tỉnh đã tập trung vào việc vận động các nhà đầu tư lớn, có uy tín năng lực thật sự và có thương hiệu trong nước đầu tư vào những dự án trọng

điểm. Tỉnh đã thu hút được một số dự án của các nhà đầu tư lớn như: Trung tâm Thương mại, nhà phố thương mại (Shop-house) Vincom Tuyên Quang, Dự án Vinpearl Tuyên Quang (của Tập đoàn Vingroup), Khách sạn Mường Thanh Grand Tuyên Quang (của Tập đoàn khách sạn Mường Thanh), Dự án đầu tư vào khu du lịch sinh thái Nà Hang, Lâm Bình và Dự án đường cao tốc kết nối Tuyên Quang với đường cao tốc Lào Cai - Nội Bài của Doanh nghiệp tư nhân xây dựng Xuân Trường... Các hoạt động du lịch của tỉnh được tăng cường, mở rộng và hiệu quả, có khả năng liên kết các vùng trong phạm vi cả nước và quốc tế, trong đó có du lịch cộng đồng: homestay Lâm Bình, Nà Hang, Sơn Dương, Yên Sơn... Đặc biệt, trong số 15 dự án trọng điểm mà Tuyên Quang mời gọi đầu tư giai đoạn 2017 - 2020 có nhiều dự án về phát triển du lịch.

- Điều kiện về kinh tế - xã hội ngày càng tốt

Thời kỳ mới thành lập, Lâm Bình là một huyện nghèo của tỉnh, với tỷ lệ hộ nghèo lên tới 61%, điều kiện cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội thấp kém, giao thông đi lại khó khăn, chủ yếu là đường đất, chưa được cứng hóa, đồng bào dân tộc thiểu số chiếm 98%, trình độ dân trí thấp. Hiện nay, bức tranh kinh tế - xã hội của huyện thay đổi theo hướng tích cực. Các chương trình, dự án phát triển kinh tế được triển khai thực hiện đúng theo kế hoạch, đảm bảo tiến độ đề ra, nhiều chỉ tiêu hoàn thành, hoàn thành vượt mức kế hoạch. Kinh tế của huyện tiếp tục phát triển, nhiều chỉ tiêu tăng khá. Các mô hình kinh tế hoạt động có hiệu quả và được nhân rộng; thu hút các nguồn lực để triển khai xây dựng các dự án, công trình hạ tầng thiết yếu tại trung tâm huyện và các xã. Đây là những mặt tích cực tạo cơ sở cho phát triển du lịch bền vững. Năm 2018, huyện thu hút trên 29.000 lượt khách du lịch, vượt chỉ tiêu kế hoạch đề ra, doanh thu xã hội về du lịch đạt 21,6 tỷ đồng, đạt 135% kế hoạch.

### 3.4. Thách thức đối với phát triển du lịch Lâm Bình

- Ô nhiễm môi trường, tàn phá cảnh quan, mất tính tự nhiên

Du lịch cộng đồng bền vững phải là du lịch xanh, du lịch có trách nhiệm, du lịch gắn với xóa đói giảm nghèo, du lịch hướng về cộng đồng, hướng về thiên nhiên là những xu hướng nổi trội. Chất lượng môi trường trở thành yếu tố quan trọng cấu thành giá trị thụ hưởng du lịch. Thực tế cho thấy, khu vực lòng hồ Lâm Bình có phong cảnh “son thủy hữu tình”, hoang sơ, xanh, sạch. Tuy nhiên, do tốc độ phát triển của hoạt động du lịch trên lòng hồ, ngư dân sống ven hồ mà các rác thải nhân tạo đã được vớt ra bờ bãi. Tại địa điểm các thác nước, mỗi ngày có hàng chục chuyến thuyền du lịch vào neo đậu. Hàng trăm khách lên tắm thác, câu cá, ăn uống ngay trên thuyền. Do đó, tình trạng chai nhựa, túi ni lông xuất hiện trên mặt hồ và dạt vào bờ hồ ngày càng nhiều. Đây là thách thức vô cùng lớn với du lịch Lâm Bình, nếu không có giải pháp kịp thời, homestay Lâm Bình sẽ đứng trước nguy cơ tụt hậu, mất thị phần và hiệu quả thấp dẫn tới sự quay lưng của du khách trong tương lai.

- Phát triển du lịch thiếu tính thống nhất

Du lịch cộng đồng thật sự đã trở thành một loại hình du lịch mới thu hút du khách, đặc biệt là du khách quốc tế đến với Lâm Bình. Không chỉ tạo ra hiệu ứng tích cực mà homestay còn tạo ra nhiều việc làm và nâng cao thu nhập cho người dân. Tuy nhiên, du lịch cộng đồng là mô hình tự phát, xuất phát từ thực tế nhu cầu của khách du lịch khi đến với một vùng đất cho nên dù mở homestay song người dân phần lớn thiếu kỹ năng làm du lịch, yếu về ngoại ngữ dẫn đến hiệu quả chưa cao, lượng khách đến lưu trú vẫn còn ít, thu không đủ chi. Chính vì vậy, một số chủ homestay đưa ra nhiều chiêu thức cạnh tranh thiếu lành mạnh như hạ thấp giá phòng lưu trú, tặng

chiết khấu cho người môi giới tìm khách, chèo kéo khách, nói xấu chất lượng của nhau... Điều đó phần nào ảnh hưởng đến môi trường du lịch cộng đồng tại Lâm Bình. Mặt khác, công tác quản lý giá đối với các cơ sở dịch vụ này còn lỏng lẻo và chưa thống nhất. Nhiều hộ đã tự ý chuyển đổi đất nông nghiệp sang kinh doanh sai quy định hoặc chiếm dụng hành lang đường để kinh doanh homestay gây nên tình trạng lộn xộn, chưa tạo được môi trường kinh doanh lành mạnh.

- *Giao thoa văn hoá*

Bên cạnh mặt tích cực, việc phát triển du lịch cộng đồng rất dễ khiến cho văn hóa đồng bào dân tộc thiểu số tại Lâm Bình đứng trước nguy cơ mai một hoặc dễ mang đến sự pha tạp của các yếu tố khác lên văn hóa bản địa, làm thay đổi bản sắc văn hóa địa phương. Bằng chứng là để phục vụ du khách, không ít phong tục, tập quán, sinh hoạt văn hóa của đồng bào dân tộc thiểu số đã được dàn dựng, tái hiện lại nhưng không giữ được vẻ đẹp như vốn có mà pha tạp, lai căng. Xu hướng thương mại hóa trong hoạt động du lịch cũng khiến nhiều nét đẹp văn hóa không còn được bảo tồn nguyên gốc. Chẳng hạn, trang phục truyền thống của nhiều đồng bào dân tộc vốn là sản phẩm được làm thủ công bằng vải tự dệt, thêu tay tỉ mỉ, nay đã được thay thế bằng các loại trang phục may sẵn; không ít sản phẩm lưu niệm được gọi là đặc trưng vùng, miền lại được nhập về từ nơi khác, xuất hiện việc dỡ bỏ nhà sàn truyền thống để xây dựng những ngôi nhà sàn “Bê tông hóa”, lợp fibro ximăng khiến không gian văn hóa nhà sàn truyền thống của các làng văn hóa bị lai tạp, ảnh hưởng về đẹp và bản sắc riêng của đồng bào các tỉnh miền núi phía Bắc.

- *Mất khả năng cạnh tranh với các khu du lịch khác*

Sức ép cạnh tranh ngày càng gay gắt, đặc biệt đối với du lịch cộng đồng Lâm Bình còn non trẻ và còn nhiều điểm yếu. Cạnh tranh nội tại giữa các điểm đến trong tỉnh cũng như các điểm đến tương đồng ngoài tỉnh đang trở nên quyết liệt hơn với quy mô và tính chất mới do có yếu tố công nghệ mới và toàn cầu hóa. Sự cạnh tranh này cả về dòng vốn đầu tư và thu hút khách, cả về chất lượng và hiệu quả kinh doanh và xây dựng hình ảnh, thương hiệu du lịch. Những yếu tố cạnh tranh quốc tế đòi hỏi Lâm Bình phải đầu tư nâng cao sức cạnh tranh cho sản phẩm du lịch tương xứng với tiềm năng và sự độc đáo của văn hóa dân tộc trên địa bàn huyện.

Sơ đồ 3.1. Phân tích SWOT cho du lịch Lâm Bình – Tuyên Quang

<b>Bên ngoài</b>	<b>Bên trong</b>	<p><b>Điểm mạnh (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Là tập hợp của những khu vực có nền văn hóa riêng biệt rất đặc sắc, lâu đời và điều kiện tự nhiên rất thuận lợi cho phát triển du lịch</li> <li>2. Có tiềm năng du lịch tự nhiên, tiềm năng du lịch nhân văn vật thể và phi vật thể phong phú, hấp dẫn.</li> <li>3. Phát triển du lịch Lâm Bình đang được sự quan tâm của các cấp lãnh đạo, các ban ngành của huyện, Tỉnh.</li> <li>4. Có thể phát triển nhiều sản phẩm DL đặc thù.</li> </ol>	<p><b>Điểm yếu (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Công tác quảng bá xúc tiến du lịch hạn chế, du lịch chưa chiếm lĩnh được thị trường.</li> <li>2. Trình độ dân trí, nhận thức của người dân về du lịch còn hạn chế, chưa tương xứng với tiềm năng của vùng.</li> <li>3. Nguồn nhân lực phục vụ du lịch thiếu cả về số lượng lẫn chất lượng.</li> <li>4. Cơ sở hạ tầng còn yếu kém, thiếu nguồn vốn đầu tư.</li> </ol>

<p><b>Cơ hội (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Xu hướng tăng của dòng khách quốc tế và nội địa.</li> <li>Phát triển nhiều khu du lịch lớn, đa dạng hóa các sản phẩm du lịch.</li> <li>Các đầu tư vào khai thác tiềm năng đang được triển khai ngày càng nhiều.</li> <li>Điều kiện về kinh tế - xã hội ngày càng tốt.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kết hợp SO; S<sub>1,2,4</sub> và O<sub>1</sub>; S<sub>1,3</sub> và O<sub>2,3,4</sub>: Tận dụng những tiềm năng sẵn có để phát triển, khai thác tốt những cơ hội.</li> <li>- Đa dạng hóa các loại hình du lịch theo hướng bền vững, cần quan tâm đến chất lượng, không chạy theo số lượng.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kết hợp WO; O<sub>1,4</sub> và W<sub>1,2</sub>; O<sub>2,3,4</sub> và W<sub>3,4</sub>: Tranh thủ cơ hội để khắc phục những điểm yếu.</li> <li>- Tổ chức khai thác các đoàn khách quy mô nhỏ.</li> <li>- Phát triển mang tính tổng hợp và liên hoàn các loại hình du lịch được xây dựng dựa trên thế mạnh từng tiềm năng</li> </ul>
<p><b>Nguy cơ (T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Ô nhiễm môi trường, tàn phá cảnh quan, mất tính tự nhiên.</li> <li>Phát triển du lịch thiếu tính thống nhất.</li> <li>Lai căng, giao thoa văn hóa.</li> <li>Mất khả năng cạnh tranh với các khu du lịch khác.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kết hợp ST; ;T<sub>1,2</sub> và S<sub>3</sub> ; S<sub>1,2,4</sub> và T<sub>3,4</sub>: Sử dụng chính những mặt mạnh của khu vực để đối phó với những nguy cơ có thể xảy ra.</li> <li>- Trọng tâm phát triển những khu du lịch lớn.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kết hợp WT: Cố gắng khắc phục những điểm yếu để tránh được những nguy cơ có thể xảy ra.</li> <li>- Phát triển phải dựa trên quy hoạch và có sự giám sát chặt chẽ.</li> </ul>

## 4. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÂM BÌNH - TUYÊN QUANG

### 4.1. Cải thiện môi trường đầu tư, xúc tiến đầu tư

- Để khai thác tiềm năng du lịch thì điều kiện đủ đó là nguồn vốn đầu tư. Vốn bao gồm từ ngân sách nhà nước cấp, ngân sách của tỉnh, vốn đầu tư từ các nhà đầu tư trong và ngoài nước...

- Tranh thủ sự hỗ trợ của Tổng cục Du lịch. Đây là cơ quan chủ quan của ngành Du lịch, do đó sự hỗ trợ về mọi mặt của Tổng cục Du lịch nhất là về nguồn vốn giúp các cơ sở du lịch có thể phát triển hơn, khai thác tiềm năng của mình tốt hơn.

- Nhà đầu tư trong nước với nguồn vốn nhỏ, chỉ có thể đầu tư ở mức độ quy mô, diện tích nhỏ. Nhà đầu tư nước ngoài với nguồn vốn lớn, có thể đầu tư ở quy mô diện tích lớn và cần cải biến thủ tục hành chính trong trường hợp này. Nhưng dù là nhà đầu tư trong hay ngoài nước, để việc đầu tư được thuận lợi, cần có sự hỗ trợ nhiều từ chính quyền địa phương, nhất là về công tác thủ tục hành chính. Không phân biệt xuất xứ của các nhà đầu tư, trên cơ sở thẩm định rõ nguồn gốc tài chính và pháp luật của Nhà nước để giúp đỡ các nhà đầu tư.

- Giải pháp vốn hợp lý nhất chính là sự kết hợp và tận dụng tối đa sức mạnh của các nhà đầu tư. Cần có sự phối hợp sử dụng lồng ghép các nguồn vốn của các chương trình, dự án phi chính phủ. Đặc biệt là lồng ghép với các dự án trồng rừng và bảo vệ rừng phòng hộ, các dự án nuôi trồng thủy sản lồng hồ thủy điện.

### 4.2. Đầu tư kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật

- Tăng cường đầu tư cơ sở hạ tầng

Cơ sở hạ tầng vừa là điều kiện vừa tạo ra tính hấp dẫn thứ cấp để phát triển sản phẩm du lịch, đồng thời du lịch chỉ có thể phát triển bền vững trên cơ sở bền vững sinh thái môi trường. Đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng và nâng cao chất lượng môi trường đi kèm du lịch là một yêu



cầu cấp bách, không chỉ đảm bảo cho sự phát triển du lịch bền vững mà còn có cả ý nghĩa kinh tế - xã hội, giải pháp này có tính cốt lõi đảm bảo cho sự thành công của du lịch bền vững ở Việt Nam.

Với quan điểm: Phát triển cơ sở hạ tầng đến các điểm du lịch và tại các điểm du lịch cần sử dụng tối đa các yếu tố sẵn có của địa phương. Trước mắt, tập trung giải quyết tốt các điều kiện cần thiết như điện, nước, đường giao thông, quản lý rác thải đảm bảo vệ sinh môi trường tại các khu, điểm du lịch. Tăng cường huy động vốn, đầu tư hiệu quả nhằm phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng.

Khuyến khích cộng đồng địa phương và doanh nghiệp tăng cường đầu tư cơ sở hạ tầng nội vùng, liên vùng nhằm triển khai hiệu quả “Nhà nước và nhân dân cùng làm”. Tăng cường vai trò, trách nhiệm của các cấp chính quyền địa phương, các ban ngành chức năng trong công tác quản lý đất đai, bảo vệ rừng, đất rừng, xử lý nghiêm các trường hợp vi phạm lâm luật, khai thác không đúng mục đích. Với các đường trong thôn xã, có chính sách để người dân cùng tham gia.

- Vệ sinh môi trường

Tại các khu du lịch sinh thái cần xây dựng hệ thống thoát nước thải riêng, bên cạnh việc tuyên truyền giáo dục cho mọi người dân về ý thức vệ sinh môi trường thì cần giải quyết vệ sinh phân rác và chất thải rắn: Thu gom, vận chuyển về nơi xử lý chất thải rắn bằng các hình thức tổ chức và phương tiện phù hợp theo quy định của cơ quan quản lý vệ sinh môi trường. Trong khu du lịch, bên cạnh việc giáo dục ý thức cho cộng đồng và khách du lịch, có thể thiết kế các thùng đựng rác phù hợp để khách tiện để lại rác và không làm mất mỹ quan, đặc biệt, các thùng rác thải bố trí theo kiến trúc độc đáo phù hợp với cảnh quan thiên nhiên.

- Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch

+ Loại hình lưu trú: Cũng như ở các khu du lịch homestay khác trong tỉnh, khu du lịch Lâm Bình cũng có lợi thế là những ngôi nhà sàn mang nét đặc trưng dân tộc vì vậy nên đầu tư phát triển các khu nhà sinh thái với chi phí thấp, mô phỏng theo kiến trúc địa phương tạo ấn tượng cho khách về tính đặc trưng bản địa, sử dụng vật liệu tranh, tre, nứa, lá tại địa phương; các điểm cắm trại, chòi quan sát cần được khảo sát kỹ càng, đảm bảo không ảnh hưởng đến môi trường. Đầu tư khuyến khích phát triển các làng sinh thái (như Làng văn hóa - du lịch thôn Nà Tông, Nà Đông xã Thượng Lâm; Nà Muông xã Khuôn Hà; Nặm Đíp xã Lăng Can) phục vụ du lịch với hình thức lưu trú tại nhà dân. Điều quan trọng đó là cần nâng cao chất lượng dịch vụ lưu trú bằng cách hướng dẫn đồng bào dân tộc cải tạo nhà sàn để đón khách. Mô hình nhà dân cho khách thuê nghỉ nếu đầy đủ tiện nghi và các thiết bị sinh hoạt tối thiểu cũng như các công trình vệ sinh điện, nước sạch đáp ứng được sinh hoạt của khách thì đây lại là mô hình hấp dẫn hơn cả mà mang lại lợi nhuận trực tiếp cho người dân địa phương.

+ Dịch vụ ăn uống: Tại các khu du lịch ở khu vực hồ thủy điện Tuyên Quang, các cơ sở về dịch vụ ăn uống rất ít và chưa phát huy được lợi thế đặc trưng về ẩm thực phong phú vì vậy có thể được bố trí lồng ghép trong khu vực lưu trú. Có thể thiết kế các quán ăn nhanh để phục vụ khách tham quan ở khu vực bên ngoài. Lựa chọn một số nhà hàng ăn uống có đủ điều kiện, tạo điều kiện hỗ trợ nâng cấp, hoàn thiện một số nhà hàng đạt chuẩn. Định hướng cho những nhà hàng này phục vụ khách các món ăn sản vật của địa phương, thực hiện nghiêm ngặt vệ sinh an toàn thực phẩm, nâng cao chất lượng phục vụ và thái độ đón tiếp, thực hiện công khai giá, bảo đảm tính văn minh trong phục vụ.

+ Phương tiện thông tin liên lạc: Tại các điểm du lịch cần được đầu tư phát triển các phương tiện thông tin liên lạc cần thiết. Hoàn thiện hoặc làm thêm các biển hiệu và bảng chỉ dẫn,

các nhà vệ sinh và các bảng chỉ dẫn phải có ít nhất 2 loại ngôn ngữ, nên để Việt – Anh vì tiếng Anh là tiếng phổ biến.

### 4.3. Phát triển các tuyến điểm du lịch, nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch

Theo điều kiện địa lý, vị trí Lâm Bình nằm ở phía bắc tỉnh Tuyên Quang, cách Hà Nội khoảng 280 km; cách Thành phố Tuyên Quang khoảng 120 km; cách Cao nguyên đá Hà Giang khoảng 150 km; cách hồ Ba Bể, huyện Pác Nặm, tỉnh Bắc Kạn khoảng 130 km và cách hồ Núi Cốc tỉnh Thái Nguyên 180 km. Như vậy, Lâm Bình có mối liên hệ mang tính liên hệ vùng du lịch với các tỉnh trong khu vực. Đây là điều kiện rất tốt để phát triển thêm các tuyến điểm du lịch.

Văn hóa, phong tục tập quán truyền thống, bản sắc độc đáo của đồng bào các dân tộc ở khu vực là yếu tố quan trọng để khai thác thu hút du khách. Tuy nhiên cần lựa chọn các bản đặc sắc, tập trung đầu tư nâng cấp, chỉnh trang xây dựng thành tuyến tham quan bản văn hóa dân tộc tiêu biểu cùng việc nâng cấp một số lễ hội văn hóa phục vụ du lịch. Cần tránh sân khấu hóa và can thiệp quá nhiều vào việc tổ chức lễ hội.

Cần quan tâm đặc biệt trong việc liên kết với những đơn vị, công ty có truyền thống tổ chức tốt các tour du lịch trên toàn quốc như Ha Noi tourist, Saigon tourist, Viet Travel... Để bước đầu đưa các tour đến với các điểm du lịch tại trung tâm, thị xã và các huyện. Đồng thời liên kết với các tỉnh lân cận để làm tour văn hóa du lịch liên vùng.

### 4.4. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ du lịch

- Xây dựng chiến lược phát triển nguồn nhân lực phù hợp với nhu cầu phát triển du lịch cho khu du lịch, cần phải xem nguồn nhân lực và chất lượng đào tạo là yếu tố quyết định cho việc thực hiện thành công các mục tiêu phát triển du lịch bền vững.

- Đánh giá thực trạng hiện nay của đội ngũ lao động về số lượng và chất lượng để có kế hoạch đào tạo mới, đào tạo lại... Chú trọng đến đào tạo và tuyển dụng mới một số chức danh cần thiết quan trọng để nâng cao chất lượng phục vụ như đội ngũ hướng dẫn viên du lịch, nhân viên nấu ăn, nhân viên lễ tân... Cần đề xuất với Sở Văn hóa - Thể thao và Du lịch tỉnh phối hợp các trường đào tạo du lịch tổ chức các lớp đào tạo thực hành ngắn hạn cho đội ngũ cán bộ quản lý và nhân viên phục vụ du lịch ở địa phương, trước hết là nhân viên phục vụ tại các cơ sở lưu trú, nhà hàng và thuyết minh viên tại các điểm du lịch của Lâm Bình.

- Trong quá trình đào tạo cần phải đưa nội dung quản lý về môi trường tạo nên ý thức bảo vệ môi trường cho tất cả nhân viên tại khu du lịch. Lồng ghép các chương trình hoạt động du lịch bền vững vào thực tiễn công việc trong quá trình đào tạo.

- Khuyến khích phát triển và hỗ trợ kinh phí cho hoạt động của các nghệ nhân, các hoạt động văn hóa cộng đồng, các lễ hội phục vụ du lịch, phát triển các làng nghề truyền thống mang đậm nét dân tộc.

- Tăng cường giáo dục, bồi dưỡng kiến thức giao tiếp, ứng xử văn minh cho đồng bào ở các bộ phận địa phương (thôn, bản, xã...) tại khu du lịch.

## 5. KẾT LUẬN

Phát triển du lịch sinh thái gắn với homestay cần được xác định là nhiệm vụ trọng tâm, mang tầm chiến lược trong kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của Lâm Bình. Đánh giá thực trạng du lịch Lâm Bình trong những năm qua, chúng ta thấy Lâm Bình có rất nhiều tiềm năng, lợi thế tạo nên thế mạnh trong du lịch cộng đồng. Tuy nhiên, do nhiều nguyên nhân khách quan

và chủ quan, chúng ta chưa khai thác hết tiềm năng, lợi thế cho phát triển, vẫn còn rất nhiều những hạn chế, yếu kém, bất cập. Trong bối cảnh hội nhập, xu hướng du lịch cộng đồng quốc tế, thị trường du lịch cộng đồng Lâm Bình có rất nhiều cơ hội để phát triển, nhưng cũng có không ít thách thức đặt ra. Để tận dụng các cơ hội, vượt qua thách thức để du lịch Lâm Bình có thể phát triển và hội nhập, cần thực hiện các giải pháp một cách đồng bộ, kịp thời và hiệu quả; Cần có sự quan tâm của các cấp, các ngành, các tổ chức, doanh nghiệp, người dân bản địa, du khách; đặc biệt, phát triển du lịch bền vững cần gắn với bảo tồn và phát huy giá trị di sản thiên nhiên và văn hóa.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Thị Hương (2011), Du lịch cộng đồng miền núi phía Bắc Việt Nam (nghiên cứu trường hợp bản Sả Sếng, Tả Phìn, Sapa, Lào Cai và bản Lác, Chiềng Châu, Mai Châu, Hòa Bình), Luận văn thạc sỹ ngành Dân tộc học, Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Hà Nội.
2. Nguyễn Thị Thanh Kiều (2016), Nghiên cứu phát triển du lịch cộng đồng tại huyện Đơn Dương, tỉnh Lâm Đồng, Luận văn thạc sỹ du lịch, Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn, Hà Nội.
3. UBND tỉnh Tuyên Quang (2013), Quyết định phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang đến năm 2020, tầm nhìn 2030, Tuyên Quang.
4. UBND tỉnh Tuyên Quang (2016), Kế hoạch phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang giai đoạn 2016 - 2020, Tuyên Quang.
5. Đỗ Hải Yến (2009), Giải pháp cơ bản để phát triển du lịch hồ sông Đà Hòa Bình, Luận văn thạc sỹ ngành Quản lý kinh tế, Đại học Nông nghiệp I, Hà Nội.

## TOURISM IN LAM BINH, TUYEN QUANG - OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

Nguyen Thi Kim Ngan  
*Tan Trao University*

### Abstract

Currently, Lam Binh tourism is changing and developing, attracting the number of tourists coming to Lam Binh gradually increasing over the years. This shows that Lam Binh tourism is increasingly asserting its position. However, this development compared to the potential and advantages of Lam Binh still has many challenges that we need to seriously assess, the study of the tourism situation here is a very necessary job. The paper focuses on analyzing strengths, weaknesses, opportunities and challenges for tourism development in Lam Binh - Tuyen Quang. Since then, the available strengths and advantages will overcome weaknesses and challenges, aiming to develop Lam Binh tourism to become a key economic sector of the province. The main research method of the article: Using descriptive statistical method and SWOT matrix analysis method.

### Keywords

Community tourism, Lam Binh tourism, Developing Lam Binh tourism.

## NÂNG CAO VĂN HÓA ỨNG XỬ CỦA NGƯỜI DÂN ĐỊA PHƯƠNG TRONG HOẠT ĐỘNG DU LỊCH Ở HUYỆN LÂM BÌNH

Phạm Lê Trung,  
Phạm Thị Hải Yến, Nguyễn Văn Bộ  
Trường Đại học Văn hóa Hà Nội

### Tóm tắt

Lâm Bình là huyện vùng cao với trên 60% là dân tộc Tày và một số dân tộc thiểu số khác như Dao, H'Mông, điều kiện tự nhiên, môi trường phong phú và bản sắc văn hóa đa dạng... thích hợp với phát triển loại hình du lịch sinh thái và du lịch cộng đồng. Tuy nhiên, với đặc điểm dân cư chủ yếu là dân tộc thiểu số sinh sống theo cộng đồng làng, bản đã có những hạn chế về khả năng giao tiếp, ứng xử và hội nhập.

Văn hóa ứng xử trong hoạt động du lịch là những quy định, những kỹ năng, hành vi, văn minh của các tổ chức, cá nhân tham gia trong hoạt động du lịch. Đây là yếu tố quan trọng trong việc phát triển du lịch của huyện Lâm Bình. Trong phạm vi bài viết, tác giả sẽ đánh giá những biểu hiện và nhận thức về văn hóa ứng xử của người dân địa phương trong môi trường sống từ đó có đưa ra những giải pháp cụ thể trong văn hóa ứng xử để người dân nhanh chóng hội nhập và ứng dụng trong hoạt động du lịch của huyện Lâm Bình.

### Từ khóa

Văn hóa ứng xử, ứng xử văn hóa, ứng xử, du lịch, văn hóa du lịch.

## 1. NHẬN THỨC VỀ VĂN HÓA ỨNG XỬ

### 1.1 Khái niệm văn hoá

Văn hóa là một thuật ngữ nhưng trong đời sống của con người, văn hóa được hiểu là tất cả những gì do con người sáng tạo ra, ở đâu có con người ở đó có văn hóa. Cội nguồn của văn hóa là hoạt động sáng tạo hướng tới những chuẩn mực, giá trị nhân văn của đời sống con người.

Khi nghiên cứu về văn hóa, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã nói: “Vì lẽ sinh tồn cũng như mục đích của cuộc sống, loài người mới phát minh ra ngôn ngữ, chữ viết, đạo đức, pháp luật, khoa học, tôn giáo, văn học, nghệ thuật, những công cụ cho sinh hoạt hàng ngày về ăn, mặc, ở, và các phương thức xử dụng. Toàn bộ những sáng tạo và phát minh đó tức là văn hoá” [2].

Theo từ điển Tiếng việt của Trung tâm Ngôn ngữ học do Hoàng Phê chủ biên, Nhà xuất bản Khoa học và Xã hội - Trung tâm Từ điển học 1994: “*Văn hóa là tổng thể nói chung những giá trị vật chất và tinh thần do con người sáng tạo ra trong quá trình lịch sử*” [3].

Văn hóa một lần nữa được khẳng định trong bài phát biểu của Tổng Giám đốc UNESCO Federico Mayor: “Văn hóa là tổng thể sống động của các hoạt động sáng tạo trong quá khứ và trong hiện tại. Qua các thế kỷ, hoạt động sáng tạo ấy đã hình thành nên một hệ thống các giá trị, các truyền thống và thị hiếu - những yếu tố xác định đặc tính riêng của mỗi dân tộc” [2].

Tóm lại, văn hóa là toàn bộ những sáng tạo của con người trong lịch sử và được đúc kết lại thành hệ thống giá trị và chuẩn mực chi phối toàn bộ đời sống của cộng đồng và tạo nên cốt cách, bản sắc riêng cho cộng đồng đó. Toàn bộ những giá trị và chuẩn mực của văn hóa được tạo nên bởi mối quan hệ giữa con người với con người, con người với xã hội và con người với môi

trường tự nhiên. Tuy nhiên, ở mỗi môi trường, mỗi cộng đồng những mối quan hệ đó thể hiện với muôn hình, muôn vẻ qua hành động cụ thể, đó gọi là “ứng xử”.

## 1.2. Khái niệm ứng xử và văn hóa ứng xử:

Động từ ứng [應] được hiểu theo nghĩa Hán Việt là ứng phó, nhận, chịu, cho, ví dụ: 有求必應 “hữu cầu tất ứng” hễ cầu xin thì được cho. Theo “Đại từ điển Tiếng Việt” do Nguyễn Như Ý chủ biên thì “ứng” là đáp lại hoặc lên tiếng ủng hộ, “xử” có nghĩa là ăn ở, đối đãi thể hiện thái độ như thế nào trong hoàn cảnh nhất định. Nghĩa Hán Việt từ xử [處] là sống, ăn ở, ứng xử, cư xử, ví dụ: 和平共處 "chung sống hòa bình". Từ ghép “ứng xử” ở đây được hiểu là những biểu hiện phản ứng của con người trong các mối quan hệ của họ qua đó thể hiện được thái độ cụ thể. Mỗi quan hệ đó trong môi trường văn hóa là những ứng xử có chọn lọc, thể hiện hành vi, lời nói của con người trước sự tác động của bên ngoài trong một tình huống cụ thể.

Những ứng xử của con người trong các mối quan hệ của mình được lặp đi lặp lại nhiều lần thành những chuẩn mực, những giá trị khuôn mẫu và được cộng đồng chấp nhận, như vậy được coi là “văn hóa ứng xử”.

Từ đúc kết trên, ta hiểu: “Ứng xử theo khuôn mẫu với những chuẩn mực và giá trị nhất định được coi là ứng xử văn hóa. Những ứng xử văn hóa được lặp đi lặp lại thành nếp và được kết cấu, định vị với nhau trong hệ thống lớn hơn gọi là văn hóa ứng xử” [5].

## 2. NHẬN THỨC VỀ VĂN HÓA ỨNG XỬ CỦA NGƯỜI DÂN ĐỊA PHƯƠNG Ở HUYỆN LÂM BÌNH HIỆN NAY

Trong công trình nghiên cứu của tác giả Nguyễn Việt Chức đã xác định “văn hóa ứng xử” gồm: “cách thức quan hệ, thái độ và hành động của con người đối với môi trường tự nhiên, đối với xã hội và đối với con người” [1].

Trong cộng đồng các dân tộc Việt Nam nói chung, văn hóa ứng xử được biểu hiện qua thái độ, cách thức quan hệ, hành động và kỹ năng lựa chọn nhằm tận dụng, ứng phó và thể hiện cách ứng xử của bản thân với môi trường xung quanh. Ở môi trường văn hóa nào thì văn hóa ứng xử thể hiện sự hiểu biết về phong tục, tập quán của đời sống xã hội nơi mình sinh sống. Dựa trên những quan điểm trên và văn hóa ứng xử, nghiên cứu trường hợp văn hóa ứng xử của người dân địa phương ở Lâm Bình, bài viết đề cập đến văn hóa ứng xử trong những mối quan hệ văn hóa ứng xử trong gia đình, văn hóa ứng xử trong môi trường tự nhiên và văn hóa ứng xử trong môi trường xã hội.

### 2.1. Văn hóa ứng xử trong gia đình

Luận điểm trong Nho giáo hay còn gọi là Khổng giáo đã đặt ra một hệ thống đạo đức trong đó có tam cương, ngũ thường, tam tông, tứ đức. Đây là những chuẩn mực đạo đức để điều chỉnh hành vi, ứng xử của con người trong các mối quan hệ xung quanh.

Tam cương, ngũ thường là đạo đức mà nam giới phải noi theo. Tam tông, tứ đức là đạo đức mà nữ giới phải noi theo. Khổng Tử cho rằng trong xã hội giữ được tam cương, ngũ thường, tam tông tứ đức thì xã hội được an bình. Tam cương được bàn đến là mối quan hệ qua Vua-Tôi: “Quân xử thần tử, thần bất tử bất trung” (dù cho vua có bảo cấp dưới chết thì cấp dưới cũng phải tuân lệnh, nếu không tuân lệnh thì không trung thành), Cha-Con: “Phụ sử tử vong, tử bất vong bất hiếu” (cha khiến con chết, con không chết thì không có hiếu), Vợ-Chồng: “phu xướng phụ tùy” nghĩa là chồng nói, vợ phải nghe.

Gia đình là tế bào của xã hội, văn hóa gia đình là các giá trị văn hóa truyền thống được lưu truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác. Ở Việt Nam, văn hóa trong gia đình có vai trò quan trọng trong việc bảo vệ, gìn giữ các giá trị văn hóa dân tộc. Trong gia đình, văn hóa ứng xử thể hiện giữa những người qua nhiều thế hệ trong cùng huyết thống.

Văn hóa ứng xử trong các gia đình ở huyện Lâm Bình dựa trên đặc điểm văn hóa làng, bản của dân tộc Tày (chiếm 62% dân số) và một số dân tộc thiểu số khác như Dao, H'Mông..., người Kinh chiếm tỷ lệ rất thấp. Vì vậy, nghiên cứu văn hóa ứng xử trong các gia đình ở huyện Lâm Bình, bài viết chọn nghiên cứu điều kiện sống của các gia đình của dân tộc Tày ở địa phương. Người Tày sống chủ yếu ở nhà sàn cộng cư theo làng, bản. Một số ít gia đình sống chung với cộng đồng người Kinh, trong số này tập trung ở gần trung tâm huyện, điều kiện sống cũng trên nhà sàn, dựng dựa vào những triền đồi hoặc địa hình dốc. Mọi sinh hoạt của gia đình đều tập trung trong nhà như: thờ cúng tổ tiên, tiếp khách, nấu nướng, ăn uống và đồng thời cũng là nơi thêu thùa, dệt vải...

Làng, bản của người Tày được hình thành từ các gia đình theo quan hệ láng giềng. Việc cư trú theo quan hệ huyết thống vẫn còn được duy trì, mối quan hệ này còn được biểu lộ trên cả những bãi tha ma (thường thì dòng họ có một khu đất riêng để chôn cất cho người trong họ).

Mối quan hệ gia đình, dòng họ trong đó có nhiều gia đình dân tộc Tày. Nhiều dòng họ Tày hoặc dòng họ người Kinh nhưng “*Kinh già hóa thổ*” đã hoà nhập với người Tày. Người Tày thông thường được mang họ bố cũng giống như người Kinh nhưng quy định đó không chặt chẽ nên có một số trường hợp lấy họ mẹ hoặc cả hai họ bố và mẹ. Mỗi dòng họ đều có người trưởng họ, người này đóng vai trò rất lớn trong việc giữ gia phả, trông coi phần mộ tổ tiên và thờ cúng gia tiên. Từ làng, bản, xóm đến các chòm (mối quan hệ anh chị em trong nhà cùng chung sống), càng là đơn vị cư trú nhỏ càng thấy sự gắn gũi của cư dân cùng huyết thống. Đó cũng là mong ước cho gia đình được sung túc, thịnh vượng... cho nên một đứa trẻ ra đời hay một người được làm quan... không chỉ là điều phấn khởi riêng của một gia đình mà là niềm tự hào của cả dòng họ, chòm, xóm.

Đặc điểm của những gia đình của người dân địa phương chủ yếu sống ở nhà sàn, trong nhà có từ ba, bốn thế hệ cùng chung sống, vì vậy trong giao tiếp, văn hóa ứng xử trong gia đình vai trò thứ bậc nổi lên rất rõ rệt. Cấu trúc gia đình ở Lâm Bình về cơ bản có sự tương đồng giữa người Tày và người Kinh.

Bàn thờ tổ tiên cũng được sắp đặt trong không gian ngủ của gia đình, vì vậy cũng có những quy tắc bắt buộc, điều này quyết định đến vị trí sinh hoạt của các thành viên trong gia đình. Trong không gian nhà sàn được chia thành các gian, mỗi gian tương ứng một buồng ngủ, phía trên gác của gian đầu tiên hoặc gian thứ hai, bên phải theo hướng cửa vào là nơi đặt bàn thờ tổ tiên, đàn ông trong gia đình không được ngủ ở gian đặt bàn thờ (nằm dưới bàn thờ), phụ nữ không được ngủ gian đối diện bàn thờ.

Trong gia đình, người đàn ông giữ vai trò quan trọng, trụ cột trong gia đình, gánh vác việc trọng đại của gia đình như ma chay, hiếu hỷ, giỗ... và là người được thừa kế tài sản. Người con dâu “lùa, mé rườn”, tức là chăm lo việc nội trợ, chi tiêu hàng ngày. Vai trò người con dâu không kể trưởng hay thứ phải giữ cho bếp lửa luôn cháy ấm áp, cái bếp là trung tâm văn hóa ứng xử trong gia đình của người Tày, được sắp đặt theo khuôn mẫu từ hệ này qua thế hệ khác, các thành viên trong gia đình bắt buộc phải tuân theo. Bên trong bếp được phân định ngôi thứ rõ ràng: phía

thấp nhất từ cửa vào là nơi con dâu, con gái nấu, phía trong nơi cao nhất luôn chải chiếu hoa, là nơi dành cho gia đình, đàn ông, con trai, khách quý là đàn ông, ngồi xung quanh là vị trí cho thành viên nữ trong gia đình và khách là nữ.

Văn hóa ứng xử trong các gia đình ở huyện Lâm Bình chịu ảnh hưởng mạnh mẽ từ văn hóa gia đình của người Tày, những hành vi ứng xử của các thành viên trong gia đình được lưu truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác và trở thành khuôn mẫu trong văn hóa ứng xử giữa con người với con người trong gia đình và ngoài xã hội.

## 2.2. Văn hóa ứng xử trong xã hội

Theo Wikipedia định nghĩa: “Xã hội là một tập thể hay một nhóm những người được phân biệt với các nhóm người khác bằng các lợi ích, mối quan hệ đặc trưng, chia sẻ cùng một thể chế và có cùng văn hóa”.

Theo Từ điển Tiếng Việt của Trung tâm Ngôn ngữ học do Hoàng Phê chủ biên, Nhà xuất bản Khoa học và Xã hội - Trung tâm Từ điển học 1994: “Xã hội là hình thức sinh hoạt chung có tổ chức của loài người ở một trình độ phát triển nhất định của lịch sử, xây dựng trên cơ sở một phương thức sản xuất nhất định” [3].

Như vậy, xã hội nhìn chung là mối quan hệ của con người với con người có tổ chức. Trong một môi trường có trình độ nhất định, một xã hội cũng có thể được coi là một cộng đồng người, có mối quan hệ lẫn nhau ở một môi trường khác nhau. Ở đó, các mối quan hệ tạo ra những quy tắc ứng xử, khuôn mẫu hay luật lệ để tôn trọng lẫn nhau.

Cơ cấu tổ chức hành chính dựa trên mối quan hệ theo các cấp độ từ gia đình, chòm, xóm, thôn, bản và xã. Mối quan hệ, ứng xử xã hội cũng là mối quan hệ của tình làng nghĩa xóm, mỗi khi làng, xóm, gia đình có việc thì đó cũng coi như công việc chung của cộng đồng, tất cả đều dùng những công việc chung để giúp đỡ nhau giải quyết công việc. Người dân địa phương có câu: “Cả bản - Nhà mình. Bản mà không vững chắc - Thì nhà mình cũng tan”.

## 2.3. Văn hóa ứng xử của con người với môi trường tự nhiên

Huyện Lâm Bình ngày nay được hình thành trên cơ sở của 8 đơn vị hành chính cấp xã, 76 thôn, bản; dân số trên 33 nghìn người với 12 dân tộc cùng chung sống, dân tộc thiểu số chiếm trên 95%, trong đó: Dân tộc Tày chiếm 62%, Dao trên 25%, Mông 6%, Pà Thẻn 2%, còn lại là các dân tộc khác. Dân tộc Tày chiếm tỷ lệ cao và sống chung với cộng đồng người Kinh nên có những tương đồng về văn hóa - xã hội và có ảnh hưởng nhất định đến các dân tộc thiểu số ít người khác.

Do đặc điểm địa hình, địa mạo hiểm trở, đồi núi, vách đá cao ngăn cách giữa các đơn vị hành chính. Giao thông đi lại liên xã khó khăn, độ che phủ của rừng hầu như toàn bộ diện tích của huyện. Đây là điều kiện thuận lợi cho người dân địa phương phát triển kinh tế từ môi trường rừng, núi và khoáng sản. Tuy nhiên, cũng là thách thức giữa mối quan hệ của đồng bào các dân tộc thiểu số với tài nguyên thiên nhiên.

Với đặc điểm cư trú, cũng như những dân tộc thiểu số trong vùng, đồng bào các dân tộc huyện Lâm Bình có truyền thống khám phá, khai thác, sử dụng môi trường tự nhiên xung quanh nơi cư trú. Những phương thức khai thác nông, lâm nghiệp ở vùng miền núi chên vênh đã được người dân khai thác hiệu quả.

*Với tài nguyên đất:* người dân Lâm Bình đã có những cách thức phù hợp để sử dụng và bảo vệ tốt nhất nguồn tài nguyên đất.

Đối với nông nghiệp, tập trung chủ yếu những vùng trũng, chân núi, đồi, suối nơi có đất tốt nhiều mùn phù hợp cho các loại cây trồng theo vụ mùa như lúa, ngô, khoai, và triển khai thích hợp trồng chè, cà phê và kết hợp chăn nuôi gia súc, gia cầm.

Những chòm, xóm, bản làng sống trên triền núi, độ dốc lớn thì sử dụng phương thức khai thác theo dạng bậc thang, tận dụng những nguồn nước chảy tự nhiên hoặc người dân tự tạo ra những khoảng đất bằng phẳng, khoanh tròn để canh tác. Trong phương thức canh tác này, việc đắp bờ giữ nước rất quan trọng, vì vậy người dân địa phương đã phân thành hai loại ruộng khác nhau: ruộng lấy nguồn nước tự nhiên (nước mưa, nước chảy từ thác xuống), ruộng đắp bờ dẫn nước.

*Với tài nguyên nước:* là tài nguyên quan trọng nhất gắn với sự sinh tồn, điều đó đã tạo nên đặc điểm cư trú gần nguồn nước. Điều kiện cần thiết khi dựng nhà của người dân địa phương là phải gần nguồn nước cho nên nhiều hộ gia đình trong huyện chọn nơi có dòng chảy, thung lũng, khe suối... thuận tiện đắp mương dẫn nước phục vụ cho sinh hoạt và chăn nuôi, trồng cây. Và nguồn nước cũng là quan niệm của sung túc, no đủ của người dân.

*Ứng xử với ẩm thực:* văn hóa ẩm thực của người dân địa phương dự theo mùa, phần lớn bữa ăn của các gia đình dựa vào canh tác và tự nhiên như: Mùa xuân có rau tằm bóp, rau sắng, măng tre, rau tập tàng. Mùa hạ có măng đắng và một số loại rau rừng khác, đặc biệt là các loại tôm, cá suối. Mùa thu-đông có một số loại thức ăn chế biến từ tự nhiên như hoa chuối và thân cây chuối rừng non làm ruốc, rau muối, rêu xanh...

*Nhà ở với môi trường tự nhiên:* nhà ở là nơi phản ánh rõ nét nhất về không gian văn hóa gia đình bên cạnh đó còn chứa đựng những yếu tố truyền thống trong phương thức sử dụng vật liệu và kỹ thuật dựng nhà. Ở Lâm Bình chủ yếu người dân sống ở nhà sàn, nhà làm bằng gỗ và một số vật liệu có sẵn trong tự nhiên. Ở nhà sàn có thể chống chọi với điều kiện tự nhiên như gió, bão, mưa, lụt ẩm ướt và chống thú dữ.

### 3. VĂN HÓA ỨNG XỬ VỚI PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở HUYỆN LÂM BÌNH

#### 3.1. Đặc điểm văn hóa truyền thống

Đặc điểm văn hóa truyền thống của người dân huyện Lâm Bình chịu ảnh hưởng lớn từ văn hóa của dân tộc Tày. Dân tộc Tày nói chung sống phân bố xen kẽ với các dân tộc anh em ở khu vực Đông Bắc Bộ bao gồm các tỉnh: Cao Bằng, Hà Giang, Tuyên Quang, Lạng Sơn, Thái Nguyên, Quảng Ninh... và một số tỉnh thuộc khu vực Tây Nguyên.

*Đặc điểm canh tác:* chủ yếu dựa vào nông nghiệp để cung cấp nguồn thức ăn chính, canh tác trên nhiều loại địa hình nên chủ yếu là trồng lúa, ngô, khoai, chè và cà phê.

Ngoài thời gian vụ xuân và vụ mùa, người dân còn có nghề dệt vải và một số nghề tiểu thủ công nghiệp như: đan lát, nghề mộc. Nghề dệt là nghề truyền thống lâu đời của một số gia đình, người mẹ thường dệt vải may áo cho con chuẩn bị sau về nhà chồng. Có nhà còn dệt vải tích lũy cho con từ nhỏ, mai sau lớn không phải dệt nữa. Tuy nhiên, do yếu tố kinh tế - xã hội nên nghề dệt đã bị mai một. Với chủ trương phát triển kinh tế du lịch dựa trên loại hình du lịch cộng đồng, nhà nước đang hỗ trợ một số gia đình khôi phục lại nghề dệt để phát triển sản phẩm du lịch.



Trước đây người dân Lâm Bình chỉ có một vụ mùa duy nhất trong năm, những năm gần đây được sự hỗ trợ của nhà nước đưa kỹ thuật canh tác và giống lúa mới vào canh tác nên một năm đã có hai vụ gồm vụ xuân và vụ mùa.

*Đặc điểm cư trú:* của người dân địa phương tập trung theo từng bản, làng, những nếp nhà sàn làm bằng gỗ quay về cùng nội hướng và dựa lưng vào núi hoặc dựa vào triền đồi, phía trước là ao hoặc hồ nước, xung quanh nhà làm hàng rào bằng các loại cây, hoa thể hiện sự ngăn cách mềm, các gia đình có thể sang nhà nhau chơi tự do, không có cổng đóng then cài.

*Trang phục truyền thống:* Trước đây, ở trong vùng chỉ thấy những sắc phục của dân tộc, chủ đạo là trang phục truyền thống của nam, nữ người Tày đều có màu đen, chàm xanh. Từ sau ngày thành lập huyện, đời sống văn hóa xã hội được nâng cao, các cán bộ quản lý được điều động từ nơi khác tới, họ đồng thời cũng mang những sắc thái văn hóa mới cho cư dân địa phương.

Các cán bộ, viên chức là người gốc dân tộc khi đến các cơ quan làm họ đều mặc trang phục tân thời, phù hợp với môi trường công sở. Về nhà, tùy từng thời điểm trong ngày mà sử dụng trang phục theo sở thích hoặc quy định riêng của gia đình.

*Văn hóa ẩm thực:* Thức ăn hàng ngày ngoài những nguyên liệu truyền thống và rau rừng, người dân đã trồng cây được những giống rau từ miền xuôi lên như: bắp cải, rau muống, rau cải xanh..., thịt, cá, trứng... là những nguyên liệu không thể thiếu trong chế biến thức ăn hàng ngày. Các loại hương liệu từ tự nhiên cũng được đưa vào bữa ăn hàng ngày như: nấm hương, mộc nhĩ, măng rừng... Văn hóa ẩm thực của người dân địa phương còn được chế biến theo mùa và các ngày lễ trong năm. Mùa đông thường ăn thịt nhiều mỡ để chống giá rét. Tiết thanh minh hay các ngày lễ tết thường có món xôi ngũ sắc.

*Nghi lễ vòng đời:* Sinh con là một việc vô cùng quang trọng, do vậy sinh đẻ, nuôi con luôn phải tuân theo những nghi lễ và kiêng kỵ ngay từ khi người mẹ mới mang thai. Khi mang thai, người phụ nữ không được đi đám ma, trong tháng đầu ở cũ không đi ngang qua ban thờ thổ công hoặc bàn thờ tổ tiên. Trẻ mới sinh ra thường đặt tên xấu xí để “che mắt ma”. Nếu trẻ biếng ăn thì mời thầy mo đến lập đàn cúng bà mụ.

*Hôn nhân và gia đình:* Trước đây, một số dân tộc thiểu số ở huyện vẫn còn giữ quan niệm “cha mẹ đặt đâu con ngồi đấy”, ngày nay việc trai gái tìm hiểu nhau và dẫn đến hôn nhân là quyền tự do. Tuy nhiên, một số gia đình ngày Tày vẫn giữ những tập tục của riêng, khi chọn con dâu phải lấy tiêu chí khoẻ mạnh và có đức hạnh. Người Tày thường có câu “kén gái xem tà áo, chọn dâu xem vào tháng chạp” với ý nghĩa đánh giá đức hạnh và sự chăm chỉ siêng năng của cô gái định chọn về làm dâu.

Trong lễ cưới của người dân địa phương cũng như lễ cưới của những nơi khác, ngoài sự tự nguyện yêu nhau được hai gia đình cho phép dẫn đến hôn nhân thì hai gia đình phải tổ chức các lễ ăn hỏi, lễ cưới. Thời gian tổ chức thường diễn ra từ tháng 7 năm trước đến tháng 2 năm sau. Trong các lễ cưới mà có người là đồng bào dân tộc thì thi thoảng vẫn xuất hiện tục lệ là lễ dâng vải ướt khô (tỏ lòng hiếu thảo của con cái đối với bố mẹ đẻ và bố mẹ vợ).

*Ma chay:* như đã nói ở mục 2.2 ngoài yếu tố chôn cất người chết tập trung theo gia đình, dòng họ thì trong nghi lễ ma chay là lúc con cháu thể hiện lòng hiếu thảo đối với người chết. Một số tập tục đối với người mới qua đời về cơ bản cũng giống với tập tục trong ma chay chung của người Việt.

*Làm nhà mới:* Đối với người Việt, đời người có 3 việc quan trọng nhất: làm nhà, tậu trâu, lấy vợ hay “an cư mới lập nghiệp”. Theo quan niệm của đồng bào các dân tộc ở huyện Lâm Bình, làm nhà mới là sự kiện quan trọng. Người đàn ông khi đã lập gia đình đều mong muốn dựng cho gia đình mình một ngôi nhà chắc chắn, khang trang để an hưởng tuổi già và sau này truyền cho con cái. Cho nên, công việc dựng nhà là việc lớn phải có sự chuẩn bị trong thời gian dài và rất tốn kém. Nguyên vật liệu thường được lấy từ tự nhiên, điều này thấy rất rõ ở đặc điểm nhà ở của người dân nơi đây, ở các làng, bản gần trung tâm thị trấn chủ yếu là nhà sàn và nhà được làm bằng nhiều loại gỗ quý như: đinh, nghiến, lim, sến, táu.

Phong tục thờ cúng: Thờ cúng tổ tiên là đạo hiếu chung của người Việt, ở bất cứ nơi đâu trong mỗi gia đình đều có không gian thiêng để thờ cúng tổ tiên. Đặc điểm thờ cúng trong các gia đình, bàn thờ tổ tiên được thờ những người được tính từ đời cha, mẹ, ông, bà được thờ sau ba năm đều được quy tổ và theo đó việc thờ cúng được chuyển từ bàn vị lên bàn thờ tổ tiên. Cùng với phong tục thờ cúng tổ tiên, hàng năm người dân địa phương còn có nghi lễ riêng, đó là tục thờ thần bản và thổ công. Bất cứ bản nào cũng có một vị thần để che chở, phù hộ cho dân mình.

### 3.2. Nhận diện thực trạng trong văn hóa ứng xử hiện nay ở huyện Lâm Bình

Tại kỳ họp thứ sáu Quốc hội khóa XIV, đại biểu Nguyễn Quang Tuấn - Giám đốc Bệnh viện Tim Hà Nội: “*Tại sao khi xã hội nghèo, khó khăn thì đạo đức được duy trì và văn hóa rất tốt? Bây giờ thoát nghèo, trở thành xã hội có thu nhập trung bình thì nền tảng đạo đức lại xuống cấp trầm trọng?*”, câu hỏi bất ngờ dành cho Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã làm cho nhiều đại biểu băn khoăn và cũng là sự quan tâm và thực sự là nỗi trăn trở của toàn xã hội.

Từ ngày thành lập huyện Lâm Bình theo Nghị quyết ban hành số 07/NQ-CP của Thủ tướng Chính phủ ngày 28-11-2011. Đời sống kinh tế, chính trị, văn hóa - xã hội của đồng bào các dân tộc trong huyện được nâng cao rõ rệt, trong đó có kinh tế du lịch. Hiện nay dân số toàn huyện có khoảng 33 nghìn người của 12 dân tộc cùng sinh sống. Trong một xã hội phát triển, ngay cả với một huyện vùng cao, ảnh hưởng của văn hóa ứng xử đến với từng cá nhân và cộng đồng là không nhỏ, lối sống đề cao giá trị cá nhân đã tấn công vào từng thành viên trong cộng đồng. Thể hiện cái tôi cá nhân là một nhu cầu cao nhất trong các nhu cầu. Tuy nhiên, khi chuyển dịch hóa sang một xã hội đề cao cái tôi, cái ta không có sự chuẩn bị, đánh giá, xây dựng định hướng đạo đức thì nó sẽ trở thành mối hiểm họa vô cùng lớn cho xã hội.

Trong văn hóa ứng xử thể hiện mối quan hệ hai chiều với nhau về hai lĩnh vực chính của đời sống xã hội đó chính là văn hóa vật chất và văn hóa tinh thần. Văn hóa ứng xử được nhìn nhận chủ yếu ở 3 mối quan hệ chính: quan hệ giữa con người với con người, quan hệ giữa con người với môi trường tự nhiên, quan hệ giữa con người với môi trường tự nhiên.

#### 3.2.1. Thực trạng văn hóa ứng xử trong gia đình

Gia đình là tế bào của xã hội, trong đó là những mối quan hệ ràng buộc của một hoặc nhiều thế hệ có cùng huyết thống. Mối quan hệ đó có bền vững thì xã hội mới phát triển.

Trong thực tế, sự biến chuyển của một xã hội, những mối quan hệ trong gia đình cũng như những thuần phong, chuẩn mực đã ít nhiều bị tác động, thay đổi. Lối sống, tình cảm, đạo đức... là phương tiện thể hiện “cái tôi” những cũng chính cái tôi đó đã làm thay đổi hoặc biến mất những thiết chế văn hóa gia đình vốn đã tồn tại.

*Thứ nhất:* kết cấu của một làng, bản truyền thống dựa trên thiết chế của những chòm, xóm và mối quan hệ huyết thống, mỗi gia đình thường có một đến nhiều thế hệ cùng chung sống trong một ngôi nhà. Tuy nhiên, ở các làng bản ở huyện Lâm Bình ngày nay đã có những thay đổi, những thành viên từng gia đình sau khi lập gia đình có điều kiện tách ra khỏi chòm, xóm để tạo lập cơ nghiệp riêng. Các đơn nguyên nhà ở cũng bị ngăn cách bởi hàng rào, tường rào. Điều này đã làm thay đổi dần những quy tắc truyền thống trong các mối quan hệ gia đình như: đàn ông, phụ nữ, con dâu, con trai, bố, mẹ... mà vốn văn hóa ứng xử trong gia đình của người dân địa phương được hình thành trên cơ sở những mối quan hệ đó.

*Thứ hai:* do điều kiện kinh tế gia đình phát triển, con cái có cơ hội học hành, hiểu biết. Họ vận dụng hiểu biết, kiến thức văn hóa - xã hội của bản thân để tự ý hoặc áp đặt những thành viên trong gia đình thay đổi văn hóa truyền thống của gia đình, họ coi những giá trị văn hóa truyền thống đó là hủ tục, cổ hủ.

*Thứ ba:* trong một xã hội hội nhập, các mối quan hệ được mở rộng, bạn bè, anh em gần xa có điều kiện giao lưu thăm hỏi gia đình của nhau, những thay đổi đó khó có thể áp đặt những quy tắc truyền thống trong gia đình. Ví dụ: con cái có thể rủ các bạn về nhà, gia chủ không đủ không gian để sắp xếp cho con cái, bạn bè ngủ trong nhà theo đúng quy định về tâm linh cũng như quy tắc truyền thống.

*Thứ tư:* sự tự do trong lối sống cũng như sự tách rời môi trường sống của các thế hệ trong gia đình sẽ tạo nên khoảng không ngăn cách tình cảm và sự quan tâm lẫn nhau trong gia đình. Không gian văn hóa gia đình cũng sẽ thay đổi. Cái bếp, dần dần sẽ không còn là trung tâm văn hóa của gia đình nữa, vào mỗi bữa ăn không còn sự hiện diện của con dâu, con trai hay đàn ông, đàn bà...

*Thứ năm:* văn hóa ứng xử trong gia đình của nhân địa phương gắn với ngọn lửa hồng trong bếp, không khí ấm cúng gia đình và cũng là không gian văn hóa, không gian phân định vai vế trong gia đình. Giờ đây, cái bếp đã có những thay đổi, hiện đại hóa phương thức chế biến và nấu ăn bằng bếp gas, bếp từ. Trong gia đình, mỗi người mỗi công việc, bữa ăn không còn được tập trung đông đủ cả gia đình hoặc các thế hệ trong gia đình. Vai trò của các thành viên trong gia đình thể hiện qua việc bếp núc cũng thay đổi, người bận đi làm đến bữa ăn mới về, người ở nhà nông nhàn thì vào bếp, có khi người nấu ăn hàng ngày lại là bố mẹ mà không phải là con dâu, con gái như truyền thống.

### 3.2.2. Thực trạng văn hóa ứng xử trong xã hội

Văn hóa ứng xử của con người ngoài xã hội là vấn đề chung của cả cộng đồng. Ngày nay, dù sinh sống ở môi trường xã hội nào thì người dân cũng có cơ hội tiếp cận với văn hoá-văn minh bởi cuộc Cách mạng công nghệ 4.0 đang phát triển mạnh mẽ. Theo thống kê, năm 2019 cư dân sống ở đô thị chiếm khoảng 35% dân số cả nước, con số năm 2009 là 29%. Với tốc độ đô thị hóa nhanh chóng như hiện nay, trong tương lai gần cơ cấu xã hội từ nông thôn lên thành thị sẽ chiếm tỷ lệ cao so với dân số cả nước.

Từ sau khi được thành lập đến nay, huyện Lâm Bình trải qua 8 năm chuyển mình theo cơ cấu phát triển xã hội, người nông dân được tiếp cận dần với văn minh đô thị. Điện chiếu sáng đã đến với hầu hết các hộ dân trong huyện, đường giao thông liên xã đã được trải nhựa, đò bê tông bằng phẳng, phương tiện đi lại bằng xe máy, ô tô xuất hiện nhiều... điều này đã làm cho nhịp

sống của dân trong huyện nhanh hơn, vội vã hơn và kéo theo đó là những hệ quả trong các mối quan hệ xã hội như:

- Lối sống tiểu nông đã được giải phóng. Trước đây người nông dân sinh hoạt, giao tiếp theo thời gian lao động, vụ mùa, nương rẫy. Giờ đây xuất hiện lối sống tùy tiện, buông thả và bỏ bê đồng ruộng để kiếm một việc làm có thu nhập theo ngày.

- Các hàng quán, ăn uống, dịch vụ vui chơi giải trí đã xuất hiện trong khu vực thị trấn. Đây là những loại hình dịch vụ đề cao những giá trị cá nhân, đặc điểm của lối sống đô thị. Nơi rất dễ xảy ra “thảm họa ứng xử” trong môi trường sống vốn bình yên của một huyện miền núi với đa phần là đồng bào các dân tộc thiểu số.

- Lối sống ích kỷ, đề cao cái tôi mạnh mẽ của văn minh đô thị có thể làm thay đổi lối sống truyền thống của người dân địa phương. Người ta có thể tranh giành chỗ đứng, chỗ ngồi của người già, trẻ em trong một buổi xem hát. Hiện tượng bắt chẹt khách du lịch khi sử dụng dịch vụ trong các dịp lễ hội cũng đã diễn ra trên địa bàn huyện.

- Việc đề cao giá trị cá nhân ở giới trẻ hình thành nhanh chóng. Giới trẻ thiếu đi sự giáo dục các chuẩn mực xã hội dẫn đến thiếu tôn trọng cộng đồng, coi thường những người xung quanh.

Đặc điểm văn hóa - xã hội ở Lâm Bình hiện nay vẫn nằm trong hàng số của văn hóa Việt Nam bao gồm nông thôn - nông nghiệp - nông dân, các mối quan hệ xã hội và văn hóa ứng xử của người dân địa phương nằm trong phạm vi của một xã hội nông nghiệp, không gian sinh tồn trải qua nhiều thế hệ trong phạm vi văn hóa của làng, bản. Trong không gian ấy, người dân bị ràng buộc bởi văn hóa cộng đồng, chòm, xóm, một người trong gia đình gặp vấn đề về đạo đức thì đó là sự liên lụy đến cả gia đình và dòng họ. Chính vì vậy, trong cộng đồng các dân tộc huyện Lâm Bình vẫn tồn tại và có thể duy trì những thiết chế nhất định để duy trì những khuôn mẫu, giữ gìn trật tự xã hội, nhất là trong văn hóa ứng xử.

### 3.3. Giải pháp nâng cao văn hóa ứng xử với phát triển du lịch huyện Lâm Bình

Ngày 02/03/2017, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã công bố Quyết định số 718 kèm theo Bộ quy tắc ứng xử văn minh du lịch. Bộ quy tắc ứng xử văn minh du lịch là những quy định mang tính chuẩn mực nhằm định hướng hành vi, thái độ, thói quen, cách thức ứng xử văn minh của tổ chức và cá nhân khi tham gia các hoạt động du lịch.

Căn cứ và bộ quy tắc ứng xử văn minh du lịch, chúng ta có thể đưa ra những giải pháp áp dụng cho môi trường du lịch của huyện Lâm Bình nhằm nâng cao văn hóa ứng xử của người dân địa phương góp phần vào phát triển kinh tế du lịch của địa phương.

Văn hóa ứng xử trong hoạt động du lịch cần xây dựng những trên những quy tắc ứng xử văn minh du lịch nhưng vẫn gìn giữ, bảo tồn được các giá trị văn hóa truyền thống của địa phương.

#### 3.3.1. Bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa truyền thống:

Bảo tồn, phát huy những giá trị văn hóa, tôn giáo, tín ngưỡng, phong tục, tập quán của cộng đồng địa phương tại điểm đến. Bao gồm:

- Bảo tồn văn hóa và không gian văn hóa gia đình, là nơi thể hiện văn hóa đặc trưng nhất của đồng bào các dân tộc huyện Lâm Bình. Văn hóa gia đình ở địa phương đã tạo sự thu hút du khách với những đặc điểm: tính nề nếp, gia phong của truyền thống gia đình vẫn còn giữ qua

nhiều thế hệ. Không gian sinh hoạt trong gia đình như: thờ cúng, ngủ, bếp vẫn được bài trí theo quy định theo tập tục và quan niệm tâm linh.

- Bảo tồn môi trường sống, bao gồm không gian sinh hoạt gia đình, chăn nuôi, trồng cây. Môi trường sạch sẽ, vệ sinh đem đến sự an toàn, thư thái cho du khách. Bởi, du lịch cộng đồng ở Lâm Bình là dựa vào môi trường sống mang tính đặc thù của đồng bào dân tộc vùng cao.

- Bảo tồn cơ cấu sản xuất phục vụ đời sống hàng ngày. Đặc điểm thu hút khách du lịch nhất hiện nay chính là những sản phẩm du dịch đặc thù. Cơ cấu tổ chức sản xuất là sự tái hiện những mô hình sản xuất truyền thống như: trồng bông, dệt vải, đan lát... cơ cấu tổ chức sản xuất truyền thống sẽ đem đến công ăn việc làm cho người dân địa phương, tạo ra sản phẩm du lịch đặc thù.

- Trang phục và ngôn ngữ cơ thể (kỹ năng sống). Du khách sẽ thật sự ấn tượng với trang phục dân tộc thiểu số được những người dân địa phương sử dụng trong hoạt động du lịch như: chào đón, hướng dẫn khách checkin, mặc trang phục khi cung cấp các dịch vụ tại điểm đến. Cùng với đó là sự ân cần, nhẹ nhàng không cẩu gắt, nụ cười thường trực trên môi.

- Bảo tồn, phát huy giá trị không gian văn hóa tâm linh, các lễ hội truyền thống: Hàng năm, huyện Lâm Bình diễn ra nhiều hoạt động văn hóa, lễ hội. Đây là những hoạt động, sinh hoạt mang tính cộng đồng. Các lễ hội và không gian văn hóa tâm linh cần được bảo tồn, phát huy giá trị như: Lễ hội Lồng tồng ở Thượng Lâm, Lăng Can với các hoạt động: Lễ xuống đồng, hội tung còn, đánh pà, đánh yến, đẩy gậy, kéo co; biểu diễn then, cọi, quan làng của người Tày; hát páo dung của người Dao; thổi khèn lá, múa khèn của người Mông, lễ nhảy lửa huyền bí của người Pà Thẻn ở Hồng Quang, lễ giã cốm của dân tộc Tày.

### 3.3.2. Quy tắc trong văn hóa ứng xử phục vụ du lịch

#### ***Văn hóa ứng xử tại điểm đến du lịch:***

- Ứng xử văn minh, thân thiện, giữ trật tự và vệ sinh nơi công cộng: Khách du lịch là những người đến từ mọi miền, họ mang đến sự khác biệt về văn hóa cũng như nhận thức. Không chỉ những người tham gia vào hoạt động du lịch mà ngay cả những người dân địa phương cần thiết phải xây dựng những quy tắc về ứng xử văn minh trong gia đình và ngoài xã hội. Bất cứ một biểu hiện thiếu văn minh, gây mất trật tự và vệ sinh công cộng của người dân sẽ ảnh hưởng đến cả cộng đồng.

- Kinh doanh dịch vụ vui chơi giải trí là nơi cung cấp dịch vụ và người sử dụng các dịch vụ vui chơi, giải trí thường đem lại những bất cập đến môi trường xung quanh và cho xã hội. Địa phương cần tăng cường quản lý, giám sát các hoạt động kinh doanh dịch vụ thân thiện, yếu tố cạnh tranh lành mạnh.

- Có ý thức bảo vệ môi trường sống và môi trường tự nhiên: Các cá nhân, tập thể cung cấp dịch vụ du lịch bao gồm cả dịch vụ lưu trú là nơi có những tác động trực tiếp tới môi trường sống và môi trường tự nhiên. Cơ quan quản lý Nhà nước cần có quy định chặt chẽ tới các tổ chức, cá nhân kinh doanh dịch vụ du lịch du lịch tuân thủ quy hoạch kiến trúc, xây dựng, cải tạo và khai thác cơ sở dịch vụ không được làm ảnh hưởng tới không gian và môi trường tự nhiên, không xả thải trực tiếp ra môi trường.

- Tôn trọng du khách: Khách du lịch là những người lạ, từ nơi khác đến. Họ chưa hiểu văn hóa địa phương vì vậy người cung cấp dịch vụ phải giúp khách hàng của mình có điều kiện tốt nhất để được tiếp cận và làm quen với văn hóa địa phương.

### ***Văn hóa ứng xử của người dân địa phương:***

- Ứng xử văn hóa và ứng xử văn minh, tôn trọng sự khác biệt về văn hóa: Là cách biểu hiện ra bên ngoài bằng những cảm xúc yêu - ghét, trọng - khinh, vui - buồn,... tất cả những cảm xúc đó được biểu đạt khi có sự tương tác. Tôn trọng đối với sự khác biệt về văn hóa thậm chí bất đồng về ngôn ngữ, đây là những đặc điểm mà người dân địa phương trong vùng nói chung và những người dân làm dịch vụ du lịch phải học hỏi, rèn luyện những kỹ năng giao tiếp, tuân thủ những quy tắc trong văn hóa ứng xử.

- Giữ gìn vệ sinh trong sinh hoạt, lao động sản xuất và chăn nuôi: Điều quan ngại nhất và cũng là những trở ngại khi khách du lịch đến với những cộng đồng dân cư vùng sâu vùng xa, các dân tộc sống ở miền núi. Đặc điểm nơi cư trú của họ bao gồm không gian sinh hoạt hàng ngày cùng chung với nơi sản xuất, nuôi trồng dẫn đến môi trường bị ô nhiễm. Để phát triển loại hình du lịch cộng đồng bền vững, địa phương phối hợp với người dân khắc phục những quan ngại này đối với du khách bằng những phương án cải thiện cơ sở hạ tầng nơi sinh sống, tách biệt không gian ở với không gian chăn nuôi, lao động sản xuất, đảm bảo vệ sinh môi trường. Tuyệt đối không mua bán động vật hoang dã hoặc các sản phẩm từ động vật hoang dã.

### ***Văn hóa ứng xử tại điểm kinh doanh dịch vụ du lịch:***

Các cơ sở kinh doanh du lịch phải có chiến lược lâu dài cho những sản phẩm du lịch, tạo sự khác biệt cũng như những sản phẩm du lịch đặc thù. Để làm được những điều này, địa phương cần phải có những giải pháp như: Sử dụng trang phục truyền thống hoặc trang phục phù hợp, giao tiếp lịch sự, ngôn ngữ phù hợp, tôn trọng du khách. Về sản phẩm kinh doanh nên niêm yết công khai giá các loại dịch vụ, không chèo kéo, đeo bám, nài éo khách du lịch, có trách nhiệm với môi trường và xã hội trong kinh doanh du lịch. Cung cấp dịch vụ an toàn, chất lượng phù hợp với nhu cầu của du khách, tạo dựng và gìn giữ mối quan hệ lâu bền với khách hàng.

### ***Văn hóa ứng xử tại các điểm tham quan, điểm du lịch và lễ hội:***

Các tuyến điểm tham quan, du lịch thường là sự phối hợp khai thác giữa nhà nước và tư nhân trong việc cung cấp dịch vụ. hai bên cần xây dựng quy tắc ứng xử văn hóa - văn minh, thân thiện môi trường. Cụ thể: không xây dựng các công trình dịch vụ phá vỡ cảnh quan, môi trường, xây dựng cơ sở hạ tầng phù hợp, đáp ứng nhu cầu của khách tham quan, người cung cấp dịch vụ và sử dụng dịch vụ phải đảm bảo vệ sinh, môi trường sạch sẽ, thân thiện. Tôn trọng khách du lịch, niêm yết giá dịch vụ, không bắt chẹt, chèn ép giá và dịch vụ.

Lắp đặt các biển chỉ dẫn, thông tin điểm đến và các nội quy, biển cảnh báo an ninh, an toàn, không để xảy ra hiện tượng ăn xin, trộm cắp, ngăn chặn các hành vi lừa đảo lạm dụng lòng tin của du khách đối với những điểm du lịch tâm linh để kiếm tiền, chuộc lợi phi pháp.

Để phát triển du lịch và coi du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn đúng theo Nghị quyết 08 Bộ Chính trị, các cơ quan ban ngành của huyện Lâm Bình hay coi mỗi người dân là một “sứ giả du lịch”, đưa hoạt động du lịch vào với cuộc sống của họ như một mối quan hệ tương tác và đưa quy tắc ứng xử trong hoạt động du lịch như vốn văn hóa ứng xử của người dân địa phương với nhau, văn hóa ứng xử giữa họ với môi trường xã hội và với môi trường tự nhiên.

### **3.3. Phát triển du lịch cộng đồng ở Lâm Bình theo Công ước UNESCO 1972 và 2003**

Du lịch cộng đồng được định nghĩa tại Luật Du lịch 2017 (có hiệu lực từ ngày 01/01/2018). Theo đó: “*Du lịch cộng đồng là loại hình du lịch được phát triển trên cơ sở các giá trị văn hóa của cộng đồng, do cộng đồng dân cư quản lý, tổ chức khai thác và hưởng lợi*”.

Hiện nay, du lịch cộng đồng đang được coi là loại hình du lịch mang lại nhiều lợi ích phát triển kinh tế bền vững cho địa phương. Du lịch cộng đồng được hiểu theo định nghĩa của Luật Du lịch là khai thác các giá trị văn hóa địa phương để phát triển du lịch. Tương tự, được hiểu về loại hình du lịch khai thác các giá trị văn hóa, trong giáo trình Văn hóa du lịch của PGS.TS Dương Văn Sáu đã có định nghĩa về Du lịch văn hóa: “*Du lịch văn hóa ở Việt Nam là loại hình du lịch khai thác có chọn lọc những giá trị các thành tố văn hóa Việt Nam thông qua các chương trình du lịch. Hoạt động này nhằm mục đích bảo tồn và phát huy tốt nhất giá trị của văn hóa dân tộc thông qua hoạt động du lịch; đem lại lợi ích nhiều mặt cho cả người kinh doanh, cộng đồng cư dân bản địa và các đối tượng du khách; tạo sự phát triển du lịch bền vững cho du lịch Việt Nam*”[4].

Hoạt động du lịch nói chung và loại hình du lịch cộng đồng là hoạt động khai thác các giá trị văn hóa của địa phương để khai thác kinh doanh các dịch vụ du lịch, góp phần phát triển kinh tế của địa phương. Tuy nhiên, phát triển loại hình du lịch cộng đồng không chỉ khai thác mà chúng ta phải luôn ý thức đến việc bảo vệ tài nguyên môi trường sinh thái, tự nhiên, bảo tồn nguyên gốc những giá trị văn hóa của địa phương.

Phát triển du lịch cộng đồng ở Lâm Bình, các cấp chính quyền, cơ quan quản lý nhà nước và những tổ chức cá nhân làm du lịch cần ý thức triệt để đến việc bảo tồn các giá trị văn hóa và tự nhiên của địa phương, như trong công ước của UNESCO đã xét đến.

Công ước UNESCO về việc bảo vệ di sản văn hóa và tự nhiên của thế giới:

Đại Hội đồng Tổ chức giáo dục, khoa học và văn hóa của Liên Hiệp Quốc họp tại Paris ngày 17/10 đến 21/11/1972, kỳ họp thứ 17 đã khẳng định: “*Di sản văn hóa và di sản tự nhiên ngày càng có nguy cơ bị phá hoại không những bởi những nguyên nhân cổ truyền là xuống cấp mà còn bởi sự tiến triển của đời sống xã hội và kinh tế làm cho các nguyên nhân cổ truyền trầm trọng thêm do các hiện tượng làm hư hỏng hoặc phá hoại ghê gớm hơn nữa*”.<sup>88</sup>

Công ước UNESCO về 2003 về bảo vệ di sản văn hóa phi vật thể:

Đại Hội đồng Tổ chức giáo dục, khoa học và văn hóa của Liên Hiệp Quốc phiên họp thứ 32 tại Paris ngày 29/09 đến 17/10/2003 xét đến mối tương quan chặt chẽ giữa di sản văn hóa phi vật thể với di sản văn hóa vật thể và di sản thiên nhiên, ghi nhận rằng “*Các quá trình toàn cầu hoá và chuyển đổi cơ cấu xã hội, cùng với những điều kiện khác đã tạo ra nhiều cơ hội đối thoại mới giữa các cộng đồng, đồng thời cũng làm nảy sinh, tương tự như hiện tượng của sự không khoan dung gây ra, những mối đe dọa về sự suy thoái, biến mất và hủy hoại các di sản văn hóa phi vật thể, đặc biệt là do thiếu những nguồn lực dành cho việc bảo vệ loại hình di sản này*”.

Ở Việt Nam hiện nay đã có 15 di sản văn hóa thế giới, 4 di sản tự liệu thế giới và 3 di sản thiên nhiên thế giới được UNESCO vinh danh. Đây là niềm tự hào lớn của người dân Việt Nam và cũng là quá trình bảo tồn phát huy giá trị các di sản văn hoá. Một trong những yếu tố quan trọng để các di sản văn hóa của chúng ta được UNESCO vinh danh và cũng là niềm tự hào của Việt Nam đó chính là những giá trị nguyên gốc của di sản và phương thức bảo tồn tại chỗ của các loại hình di sản.

Đối với Lâm Bình, một huyện miền núi được thiên nhiên ưu đãi và có lịch sử văn hoá-văn minh xuất hiện từ rất sớm, điển hình là dấu vết di cốt người nguyên thủy thuộc văn hóa Hòa

<sup>88</sup> Trang Web: <https://thuvienphapluat.vn> (trang web đã dẫn)

Bình trong hang Phia Vài nằm trong sườn núi đá vôi thuộc bản Cốc Ngân xã Khuôn Hà, động Song Long, chùa Phúc Lâm và các khu bảo tồn thiên nhiên trong huyện. Để khai thác các giá trị văn hóa của địa phương để phát triển của địa phương có hiệu quả và tuân thủ những điều khoản trong công ước của UNESCO, các cơ quan quản lý nhà nước, các đơn vị tổ chức cá nhân phải thường xuyên cập nhật thông tin từ công ước cũng như tuyên truyền, quảng bá rộng rãi tới người dân và cộng đồng để cùng nhau hợp tác khai thác, bảo tồn di sản văn hóa và di sản thiên nhiên. Từ đó, từng bước thiết lập hồ sơ về di sản văn hóa thiên nhiên của địa phương để trình lên các cấp có thẩm quyền xem xét công nhận các di sản văn hóa thiên nhiên của huyện được cấp bằng công nhận ở cấp cao nhất.

#### 4. KẾT LUẬN

Theo Quỹ Bảo tồn Thiên nhiên Thế giới WWF: “Du lịch cộng đồng là loại hình du lịch mà ở đó cộng đồng địa phương có sự kiểm soát và tham gia chủ yếu vào sự quản lý và quản lý các hoạt động du lịch, và phần lớn lợi nhuận thu được từ hoạt động du lịch giữ lại cho cộng đồng”. Ở bất cứ một môi trường du lịch nào thì đóng góp và tham gia của người dân địa phương giữ vai trò không nhỏ tới sự thành công của kinh tế du lịch. Đặc biệt trong thời đại công nghệ 4.0 và hội nhập quốc tế, những giá trị văn hóa truyền thống là chưa đủ để đảm bảo tính bền vững trong phát triển kinh tế du lịch. Nước ta là một nước nông nghiệp với nền văn minh lúa nước, những đặc trưng văn hóa truyền thống đã thu hút du khách trong nước và nước ngoài đến với loại hình du lịch cộng đồng để nghỉ dưỡng, khám phá, thẩm nhận.

Việc khai thác những giá trị của di sản văn hóa và di sản thiên nhiên để phát triển du lịch sẽ tạo nên những giá trị kinh tế - xã hội nhất định nhưng đồng thời cũng sẽ tạo nên những biến đổi lớn về môi trường trong đời sống văn hóa của cộng đồng. Vì vậy, xây dựng những quy tắc ứng xử và văn hóa ứng xử trong hoạt động du lịch bao gồm: văn hóa ứng xử giữa con người với con người, con người với môi trường tự nhiên, con người với môi trường xã hội sẽ làm cho một xã hội tốt đẹp hơn, bảo tồn được những giá trị văn hóa truyền thống và phát triển du lịch bền vững để du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Viết Chức, (2002), *Văn hóa ứng xử của người Hà Nội với môi trường tự nhiên*, NXB Văn hóa thông tin và Viện Văn hoá.
2. *Hồ Chí Minh toàn tập*, (1995), NXB Chính trị Quốc gia.
3. Hoàng Phê (chủ biên), (1994), *Từ điển Tiếng Việt*, NXB Khoa học và Xã hội.
4. Dương Văn Sáu, (2017), *Giáo trình Văn hóa du lịch*, NXB Lao Động.
5. Phạm Phương Thùy, Luận văn Thạc sĩ, (2009), Văn hóa ứng xử của người phụ nữ Thái trong gia đình và ngoài xã hội qua ca Dao, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
6. Trang Web: <https://nganhphapluat.thukyluat.vn> (trang web đã dẫn).
7. Trang Web: <https://thuvienphapluat.vn> (trang web đã dẫn).
8. Trang Web: <http://www.vjol.info/index.php/khxhvn> (trang web đã dẫn).



## ENHANCING BEHAVIORAL CULTURE IN TOURISM ACTIVITIES OF THE COMMUNITY IN LAM BINH DISTRICT

**Pham Le Trung,  
Pham Thi Hai Yen, Nguyen Van Bo**  
*Hanoi University of Culture*

### **Abstract**

Lam Binh is the mountainous district in the North of Tuyen Quang province with 60% of Tay people and other ethnic minorities such as: Dao, H'Mong people... This district has a rich natural and environmental advantages, identity of cultural identities suitable for tourism development especially ecotourism and community based-tourism. However, most of people live in village community so they don't have more opportunities to get new things and integrate to professional tourist activities.

Behavioral culture in tourism activities is the rules, skills, behaviors, habits and civilized behavior of organizations and individuals participating in tourism activities including: tourism business, services, resorts, activities of local people such as actions, gestures, words, or individual activities in public... These play an important role in tourism development of Lam Binh district.

### **Keywords**

Behavioral culture, tourism, behavior, cultural tourism.

## PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG VÙNG ĐỒNG BÀO DÂN TỘC THIỂU SỐ XÃ THƯỢNG LÂM, HUYỆN LÂM BÌNH, TỈNH TUYÊN QUANG, TIỀM NĂNG VÀ GIẢI PHÁP

**Hoàng Thị Thu Dung**  
*Trưởng Đại học Tân Trào*

### Tóm tắt

Hiện nay, du lịch đang phát triển mạnh mẽ, dần trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của cả nước. Các mô hình du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái, du lịch nông thôn đang được nhiều nơi áp dụng. Ở khu vực miền núi phía Bắc, du lịch cộng đồng phát triển mạnh từ 20 năm trở lại đây. Đến nay, du lịch cộng đồng được xây dựng thành công ở vùng người Thái, người Tày, người Dao, Mông tại các tỉnh Hòa Bình, Sơn La, Điện Biên, Lào Cai, Hà Giang, Yên Bái... Xã Thượng Lâm, huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang là một xã vùng cao, nơi sinh sống chủ yếu của cộng đồng dân tộc Tày số ít dân tộc thiểu số khác với những nét văn hóa đặc sắc. Cùng với đó, Thượng Lâm là vùng đất sơn thủy hữu tình, tài nguyên thiên nhiên phong phú, khí hậu quanh năm mát mẻ. Đó chính là cơ sở để chính quyền đưa ra các chính sách thúc đẩy bà con dân tộc ít người bắt tay vào làm du lịch cộng đồng. Sau 4 năm triển khai chính sách phát triển du lịch cộng đồng, du lịch Lâm Bình đã đạt được những kết quả nhất định.

### Từ khóa

Du lịch cộng đồng.

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Lâm Bình là huyện vùng cao, vùng sâu, vùng xa nằm ở phía Bắc tỉnh Tuyên Quang, có diện tích tự nhiên 78.152.17 ha, cách thành phố Tuyên Quang 140 km, cách thủ đô Hà Nội khoảng 290 km. Cư dân chủ yếu là người dân tộc thiểu số, trong đó dân tộc Tày chiếm đa số. Với vùng lòng hồ thủy điện Tuyên Quang rộng mênh mông, trải rộng lên phía đông thuộc huyện Na Hang (Tuyên Quang) và sang phía Đông Bắc thuộc địa phận huyện Bắc Mê (Hà Giang), thiên nhiên ưu đãi với thảm thực vật, động vật phong phú, có nhiều thác nước tự nhiên xung quanh vùng hồ, những di tích văn hóa - lịch sử, những dấu vết nguồn gốc của người Việt cổ và đặc biệt hơn hết là những câu chuyện truyền thuyết gắn liền với nền văn hóa truyền thống của người bản địa, thực sự đã tạo nên một thế mạnh cho Lâm Bình về du lịch cộng đồng. Với những tiềm năng vốn có, huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang là một trong những địa bàn du lịch trọng điểm trong kế hoạch phát triển du lịch cộng đồng của tỉnh Tuyên Quang trong những năm trở lại đây.

Thượng Lâm là một xã vùng cao thuộc phía Đông - Nam của huyện Lâm Bình có diện tích đất tự nhiên 13.170,19 ha, là một xã miền núi, thuần nông, trên 90% dân số chủ yếu sống bằng nghề sản xuất nông, lâm nghiệp. Xã cách trung tâm huyện 15 km, là xã trung tâm nằm giữa hai huyện Na Hang và Lâm Bình. Xã Thượng Lâm bao gồm 13 thôn bản. Về dân số, xã Thượng Lâm có 1.301 hộ, 5.866 nhân khẩu, có 8 dân tộc cùng sinh sống, là địa bàn cư trú chủ yếu của đồng bào dân tộc Tày (dân tộc Tày chiếm 85%, dân tộc Dao chiếm 8,5%, dân tộc Kinh chiếm 4,8%, dân tộc khác chiếm 1,7%) (báo cáo tổng kết UBND xã).

So với các xã khác của huyện Lâm Bình, xã Thượng Lâm có số dân là dân tộc Tày đông đảo. Bà con dân tộc Tày nơi đây có bề dày truyền thống văn hóa, giàu có về vốn tri thức dân gian. Địa bàn cư trú của bà con dân tộc nơi đây được thiên nhiên ưu đãi với hệ thống thắng cảnh thiên nhiên vô cùng độc đáo, di tích lịch sử đa dạng. Năm 2017, thủy điện Tuyên Quang khánh thành, vùng lòng hồ thủy điện Tuyên quang với mặt nước rộng cùng hệ thống rừng nguyên sinh phòng hộ bao quanh hồ đã tạo ra danh lam thắng cảnh hùng vĩ. Tháng 10 năm 2019, khu bảo tồn Na Hang, Lâm Bình được nhà nước công nhận là khu Danh thắng quốc gia. Với những tài nguyên du lịch văn hóa, vật chất của bà con dân tộc Tày, cộng với sự ưu đãi của mẹ thiên nhiên, Ủy ban nhân dân huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang đã chú trọng đầu tư cho phát triển du lịch cộng đồng, đặc biệt là trong cộng đồng bà con dân tộc Tày, nhấn mạnh khu vực xã Thượng Lâm. Tuy nhiên, cho đến nay, sau gần 4 năm thực hiện chiến lược phát triển, du lịch tại huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang nói chung cũng như xã Thượng Lâm, huyện Lâm Bình nói riêng du lịch vẫn chưa phát triển xứng với những tài nguyên vốn có của mình.

## **2. TIỀM NĂNG DU LỊCH CỘNG ĐỒNG VÙNG ĐỒNG BÀO DÂN TỘC XÃ THƯỢNG LÂM, HUYỆN LÂM BÌNH, TỈNH TUYÊN QUANG**

Xã Thượng Lâm, huyện Lâm Bình là địa bàn cư trú của nhiều dân tộc thiểu số. Về dân tộc: xã Thượng Lâm có 1.301 hộ, 5.866 nhân khẩu, có 8 dân tộc cùng sinh sống, trong đó dân tộc Tày chiếm 85%, dân tộc Dao chiếm 8,5%, dân tộc Kinh chiếm 4,8%, dân tộc khác chiếm 1,7%, cư trú trải đều trên 14 thôn, bản gồm: Nà Ta, Cốc Phát, Nà Lung, Khuôn Hon, Bản Bó, Nà Bản, Nà Niềm, Bản Chợ, Nà Tông, Nà Thuôn, Nà Đông, Nà Va, Nà Lông, Khao Dao. Bà con dân tộc Tày nơi đây có một quá trình lịch sử lâu dài, có những bộ phận gắn bó nơi đây từ buổi đầu dựng nước, nhưng cũng có những bộ phận di chuyển từ vùng khác đến. Là một trong những cư dân trồng lúa nước từ lâu đời. Họ khai phá nương rẫy từ rừng tự nhiên, từ những vùng đất đai màu mỡ, thích hợp với từng loại cây trồng như lúa, ngô, khoai, sắn, lạc, vừng... hình thành những cánh đồng lúa vàng xen kẽ núi đá tạo nên bức tranh sơn thủy đặc trưng của vùng sơn cước. Nhiều hiện tượng thiên nhiên được bà con dân tộc nơi đây lý giải sinh động. Thượng Lâm còn mảnh đất gắn với nhiều câu chuyện cổ tích huyền bí với truyền thuyết về 99 ngọn núi... Do ảnh hưởng của địa hình nên khí hậu khá mát mẻ quanh năm, là dấu ấn khó phai trong tâm trí những ai dù chỉ đến nơi đây một lần. Cánh đồng Thượng Lâm trở thành điểm du lịch hấp dẫn của du khách mỗi khi đến nghỉ ngơi và tham quan, trải nghiệm.

Bà con dân tộc Tày xã Thượng Lâm còn gìn giữ được văn hóa vật chất phong phú và đa dạng. Nhà ở truyền thống của bà con dân tộc Tày nơi đây là nhà sàn làm bằng gỗ quý. Ngôi nhà sàn của người Tày không những phù hợp với điều kiện tự nhiên nơi đây mà còn là nét văn hóa đặc sắc. Hiện nay, tại xã Thượng lâm, hệ thống nhà sàn truyền thống vẫn còn được lưu giữ gần như nguyên vẹn. Tiêu biểu ở thôn Nà Tông và Nà Đông. Với số lượng lớn nhà sàn truyền thống còn tồn tại, cùng cấu trúc, vật liệu đặc biệt đã tạo ra nét đặc trưng văn hóa riêng của người Tày nơi đây. Ẩm thực của người Tày ở Thượng Lâm cũng vô cùng đặc sắc, với nhiều món ăn chất lượng, đẹp mắt, là đặc sản nổi tiếng như: món thịt chua, cá chua, cá mắm ruộng, xôi ngũ sắc, thịt lợn bí, cá khuy suối lam ống nứa, bánh trứng kiến, bún cỗ truyền, ốc suối, rêu suối, rau rừng, thịt trâu gác bếp, da trâu khô, các loại rau rừng, nộm chuối rừng, bắp bi chuối rừng, bò khau, rau ngót rừng,... thảo dược từ rừng: giảo cổ lam, sâm đá, sâm cau, tầm gửi,... cùng với hương vị rượu ngô, rượu thóc men lá,... Hệ thống văn hóa vật chất của bà con dân tộc Tày tại xã Thượng Lâm chính là điểm mạnh tạo nên tiềm năng to lớn cho phát triển du lịch cộng đồng.

Văn hóa tinh thần của đồng bào dân tộc Tày tại xã Thượng Lâm, huyện Lâm bình cũng hết sức đặc sắc. Về cơ bản, đồng bào vẫn giữ nguyên được những nét văn hóa truyền thống như ngôn ngữ, phong tục tập quán về nếp ăn, ở, quan hệ cộng đồng. Các lễ hội và phong tục tập quán của đồng bào gắn liền với văn hóa, con người, tập quán lao động sản xuất của người dân sống vùng miền núi. Nơi đây, văn hóa truyền thống nổi bật và mang tính bản địa, từ tiếng nói, chữ viết, trang phục, tín ngưỡng, tri thức dân gian, nghề truyền thống (nghề dệt thổ cẩm, nghề thêu, nghề rèn, mây giang đan, nghề làm bún cổ truyền,...), các làn điệu dân ca, dân vũ, các trò chơi dân gian... Tại đây, mỗi danh lam, thắng cảnh đều có vẻ đẹp tự nhiên, kỳ vĩ và chứa đựng những sự tích, huyền thoại gắn với sinh hoạt, đời sống ngàn đời của đồng bào các dân tộc nơi đây, trong đó có truyền thuyết về 99 con phượng hoàng về đậu trên 99 ngọn núi ở Thượng Lâm được truyền miệng thực sự thu hút sự chú ý của du khách. Người dân nơi đây thân thiện, chân thành, giàu lòng mến khách, tất cả đã tạo những điểm nhấn, sản phẩm riêng có mà ít có địa phương nào có được. Đây cũng là một điểm mạnh, là yếu tố quan trọng để phát triển du lịch cộng đồng.

### **3. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TẠI VÙNG ĐỒNG BÀO DÂN TỘC XÃ THƯỢNG LÂM, HUYỆN LÂM BÌNH, TỈNH TUYÊN QUANG**

Nhận thấy tiềm năng to lớn về du lịch tinh nhà, Ủy ban nhân dân tỉnh Tuyên Quang đã có nhiều chính sách cho du lịch Tuyên quang có cơ sở và điều kiện được đẩy mạnh. Các kế hoạch phát triển du lịch như: Kết luận số 28-KL/TU ngày 18/5/2016 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về *nhiệm vụ, giải pháp tiếp tục đẩy mạnh phát triển du lịch giai đoạn 2016-2020*; Kế hoạch số 51/KH-UBND ngày 23/6/2016 của Ủy ban nhân dân tỉnh về *phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang giai đoạn 2016-2020*; Văn bản số 3621/UBND-KGVX ngày 20/12/2016 của Ủy ban nhân dân tỉnh về *việc xây dựng mô hình du lịch cộng đồng (homestay) tại huyện Lâm Bình*.

Trên cơ sở đó, chính quyền huyện Lâm Bình đã đưa ra nhiều chính sách, chiến lược thúc đẩy sự phát triển bền vững của du lịch cộng đồng tại huyện Lâm Bình nói chung trong đó có xã Thượng Lâm.

Kế hoạch số 93 /KH-UBND, Kế hoạch Ủy ban nhân dân huyện Lâm Bình, ngày 11 tháng 8 năm 2016 về việc sưu tầm các công cụ, dụng cụ sinh hoạt, lao động sản xuất, các giá trị văn hóa, tín ngưỡng,... truyền thống các dân tộc trên địa bàn.

Kế hoạch số 117/KH-UBND, Ủy ban nhân dân huyện Lâm Bình, ngày 12 tháng 10 năm 2016, *Kế hoạch phát triển du lịch huyện Lâm Bình giai đoạn 2016-2020*.

Kế hoạch số 71/KH-UBND ngày 3 tháng 6 năm 2017 của Ủy ban nhân dân huyện Lâm Bình về Bảo tồn, phục dựng và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh gắn với phát triển du lịch.

Với tiềm năng du lịch phong phú, những năm gần đây cấp ủy, chính quyền xã Thượng Lâm, huyện Lâm Bình đã chú trọng đến việc phát huy lợi thế của xã để đẩy mạnh phát triển các loại hình du lịch, đặc biệt là du lịch cộng đồng. Ủy ban nhân dân xã thành lập Tổ tư vấn du lịch cộng đồng bao gồm các thành viên của bốn tổ chức: Hội phụ nữ xã, Hội nông dân, Hội Cựu chiến binh, Đoàn thanh niên xã do Phó chủ tịch xã là bà Châu Thị Gấm trực tiếp phụ trách. Hiện nay, nhiều hộ dân đang tiếp tục đăng ký đầu tư làm dịch vụ homestay tại địa bàn xã, tiêu biểu nhất là thôn Nà Tông, thôn Nà Đông. Ủy ban nhân dân huyện Lâm Bình thành lập tổ công tác của huyện, phân công cho từng thành viên phụ trách từng hộ, trực tiếp hướng dẫn, giúp đỡ các hộ thực hiện việc xây dựng mô hình homestay; xây dựng phương án bảo đảm an toàn cho du

khách; tuyên truyền, vận động các hộ dân gìn giữ không gian văn hóa đặc sắc của dân tộc, giữ nguyên hiện trạng, cảnh quan, kiến trúc nhà truyền thống, thực hiện chỉnh trang nhà cửa, làm nhà vệ sinh, sửa chữa các công cụ, dụng cụ sinh hoạt hàng ngày; phối hợp với Trung tâm giáo dục thường xuyên giáo dục nghề nghiệp huyện Lâm Bình tổ chức cho các hộ dân thăm quan, học tập kinh nghiệm làm du lịch cộng đồng tại tỉnh Hà Giang, Hòa Bình, Thái Nguyên, Ba Vì (Hà Nội), đồng thời tổ chức các lớp tập huấn, hướng dẫn nghiệp vụ về du lịch cộng đồng, mời chuyên gia hướng dẫn tập huấn cho đội ngũ hướng dẫn viên du lịch không chuyên của huyện. Hoàn thiện xây dựng, niêm yết bảng giá; hoàn thiện hệ thống bảng, biển chỉ dẫn tại các điểm homestay các khu, điểm du lịch (Bảng bằng gỗ, thiết kế đẹp, ấn tượng). Lập danh mục, niêm yết giá, các đầu mối cung cấp các sản phẩm đặc sản của địa phương để du khách mua làm quà lưu niệm khi đến du lịch Thượng Lâm.

Đầu năm 2016, huyện Lâm Bình bắt đầu triển khai thực hiện thí điểm mô hình du lịch cộng đồng tại 04 điểm trong toàn huyện với 15 hộ tham gia, xã Thượng Lâm được thực hiện thí điểm tại thôn Nà Tông, Nà Đông. Sau hơn 3 năm đẩy mạnh phát triển du lịch cộng đồng tại Lâm Bình, Du lịch Lâm Bình nói chung và du lịch cộng đồng tại khu vực bà con dân tộc Tày tại xã Thượng Lâm nói riêng đã có bước phát triển đáng kể. Hiện nay, trong cả huyện Lâm Bình có 25 hộ có kinh doanh dịch vụ homestay, trong đó xã Thượng Lâm có 11 hộ và hợp tác xã kinh doanh dịch vụ homestay nhiều nhất trong các xã trên toàn huyện.

Với những cố gắng của chính quyền huyện và xã đã tạo ra sự chuyển biến mạnh mẽ về nhận thức của bà con dân tộc xã Thượng Lâm về vai trò và ý nghĩa của việc phát triển du lịch cộng đồng đối với sự phát triển kinh tế xã hội của xã, huyện. Trong 6 tháng đầu năm 2019 đã thu hút trên 23.000 lượt khách du lịch, trong đó khách khách du lịch theo hình thức homestay trên 10.000 lượt khách. Tuy nhiên với những thế mạnh vốn có của vùng, du lịch Thượng Lâm vẫn chưa phát triển xứng với những tài nguyên vốn có của nó.

#### **4. NHỮNG GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG VÙNG ĐỒNG BÀO DÂN TỘC THIỂU SỐ XÃ THƯỢNG LÂM, HUYỆN LÂM BÌNH, TỈNH TUYÊN QUANG**

Trên cơ sở nghị quyết số 08 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn. Xuất phát từ tiềm năng sẵn có và thực trạng hoạt động du lịch cộng đồng xã Thượng Lâm, huyện Lâm Bình từ cuối năm 2016 đến nay, để hoạt động du lịch thực sự trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn trong chiến lược phát triển kinh tế, xã hội của huyện, cần phải tập trung giải quyết các vấn đề sau:

*Có chính sách phát triển du lịch cộng đồng phù hợp để khai thác tối đa tiềm năng du lịch tại địa phương:* Phát triển du lịch bền vững theo quy hoạch, kế hoạch được duyệt, có bước đi vững chắc, phù hợp với quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của huyện. Phát triển du lịch gắn kết chặt chẽ với tiềm năng du lịch và tăng cường giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc, bảo tồn, tôn tạo các di tích lịch sử văn hóa, danh lam thắng cảnh, khôi phục các lễ hội, nghề truyền thống. Tranh thủ được sự quan tâm của tỉnh, sự chỉ đạo sát sao của Huyện ủy, có sự phối hợp chặt chẽ của các cấp, các ngành; sự đồng tình, ủng hộ của nhân dân các dân tộc trong huyện trong thực hiện nhiệm vụ phát triển du lịch. Ngoài ra tăng cường đầu tư tài chính để cải tạo giao thông, cơ sở hạ tầng du lịch. Đặc biệt là đường liên thôn lối dẫn vào các khu vực homestay. Đổi lại hệ thống bảng dẫn vào các khu vực homestay lớn hơn, màu sắc và dễ nhìn, thống nhất về hình thức biển hiệu. Thêm hệ thống biển quảng bá du lịch tại một số khu vực của xã như khu vực đầu mỗi

giao thông vào xã như đoạn từ huyện Na Hang vào, đoạn từ Lăng Can lên, quảng bá tại các cửa ngõ của huyện và tỉnh.

*Giải pháp liên kết vùng, tiểu vùng du lịch, liên kết các loại hình du lịch:* Cần nhận thức rõ vai trò của liên kết vùng du lịch, chính quyền địa phương cần có những chính sách liên kết phát triển du lịch đầy đủ, đồng bộ cùng các vùng lân cận có khai thác du lịch như Hà Giang, Bắc Kạn... (Nằm trong vùng phát triển du lịch Tây Bắc). Liên kết các loại hình du lịch trong các tour du lịch như du lịch cộng đồng, du lịch trải nghiệm, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch khám phá... Cần nhận nhận thức rõ ràng, doanh nghiệp đóng vai trò trung tâm trong chính sách liên kết trong du lịch. Chính quyền chỉ đóng vai trò tạo môi trường và hỗ trợ, thúc đẩy các quan hệ liên kết du lịch là chủ động hỗ trợ các doanh nghiệp mở và triển khai các tour, tuyến du lịch liên huyện, liên tỉnh và liên vùng.

*Xây dựng thương hiệu, điểm nhấn cho du lịch cộng đồng tại xã Thượng Lâm, huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang:* Tuyên Quang là tỉnh có nhiều tiềm năng về du lịch, huyện Lâm Bình nói chung và xã Thượng Lâm nói riêng có những tiềm năng đặc biệt để phát triển du lịch cộng đồng. Tuy nhiên, những tiềm năng du lịch cộng đồng nơi đây chưa thực mang sắc thái riêng biệt, chưa có điểm nhấn (khác) so với các tỉnh, các điểm du lịch miền núi phía Bắc như Hà Giang, yên Bái, Thái Nguyên... Vì vậy, muốn biến Thượng Lâm thành một vùng du lịch cộng đồng thu hút đông đảo khách du lịch cần quan tâm và đầu tư mạnh xây dựng và phát triển thương hiệu, tạo ra điểm khác biệt thu hút khách du lịch, đặc biệt là nhóm đối tượng khách thích khám phá vùng đất mới. Đây chính là vấn đề cốt lõi của phát triển du lịch. Để thực hiện được điều này, cần có sự quan tâm và vào cuộc của cả các cấp chính quyền, các công ty du lịch, bà con dân tộc thiểu số làm du lịch cộng đồng tại địa bàn xã.

*Đa dạng hóa các hình thức quảng bá, tăng cường liên kết phát triển du lịch cộng đồng tại xã Thượng Lâm, huyện Lâm Bình:* Duy trì và nâng cao hiệu quả quảng bá du lịch trên trang thông tin điện tử của huyện, liên kết trang Web Du lịch Lâm Bình với các trang Web du lịch khác; liên kết quảng bá du lịch trên các blog du lịch nổi tiếng, các trang facebook chuyên về du lịch... Tổ chức các sự kiện thường niên để phục vụ khách du lịch như Lễ hội Lồng tồng của dân tộc Tày, Lễ hội Nhảy lửa dân tộc Pà Thẻn; Tham gia các sự kiện du lịch thường niên của quốc gia, tỉnh như Lễ hội Thành Tuyên, Hội chợ của tỉnh, ngày hội văn hóa các dân tộc; tổ chức các hội thảo, hội nghị về du lịch... để quảng bá hình ảnh du lịch của Thượng Lâm nói riêng và huyện Lâm Bình nói chung; Tổ chức các chương trình khảo sát, xây dựng các điểm du lịch mời sự tham gia của các công ty lữ hành, phóng viên, nhà báo thuộc các cơ quan thông tấn, báo chí trong tỉnh và ngoài tỉnh...

*Đào tạo nhân lực chất lượng cao trực tiếp tham gia quản lý, phục vụ và kinh doanh du lịch:* Như chúng ta đã biết, du lịch có thành công được hay không phần lớn phụ thuộc vào người làm du lịch, đặc biệt là du lịch cộng đồng. Nhân lực chất lượng cao sẽ giúp du lịch cộng đồng nơi đây phát triển theo cả bề rộng, chiều sâu và lâu dài. Để đạt được mục đích đó, trước hết, các cấp chính quyền cần đào tạo nguồn lao động quan trọng nhất trong ngành Du lịch - cán bộ quản lý nhà nước về du lịch theo các mảng đào tạo như: Quản lý nhà nước; kinh tế du lịch; marketing du lịch... Đặc biệt là có sự hiểu biết, kinh nghiệm sâu rộng về phát triển du lịch cộng đồng. Đây sẽ là nguồn cán bộ xây dựng kế hoạch, định hướng chiến lược, là đội ngũ điều hành, kiểm tra, giám sát và đôn đốc thực hiện. Bên cạnh đó cần quan tâm, đào tạo đội ngũ trực tiếp làm du lịch. Năm 2018, 2019, trung tâm Giáo dục thường xuyên, Giáo dục nghề nghiệp huyện Lâm Bình đã

phối hợp với Trường Đại học Tân Trào mở hai lớp sơ cấp du lịch. Trong đó có một lớp mở tại xã Thượng Lâm, đào tạo sơ cấp cho 36 bà con dân tộc năm 2019, đào tạo nghiệp vụ nấu ăn và cấp chứng chỉ cho các hộ làm homestay. Tuy nhiên, cần mở rộng hơn nữa các chuyên đề đào tạo chuyên môn như: đào tạo về lễ tân; đào tạo về Bar, buồng bàn; chuyên đề đào tạo về hướng dẫn viên. Để du lịch cộng đồng phát triển hơn nữa, vẫn cần sự đầu tư, đào tạo nguồn nhân lực mạnh hơn cho phát triển du lịch tại chỗ.

*Địa phương cần tạo ra những sản phẩm nông sản, ẩm thực mang tính đặc trưng của khu vực:* Hiện nay, do nhu cầu của khách du lịch, các chủ hộ homestay đã hình dung được tầm quan trọng của các sản vật địa phương đối với nhu cầu du lịch. Tuy nhiên, chỉ dừng lại ở việc bán các sản phẩm nông nghiệp đơn thuần, hầu hết chưa có nhãn mác, thương hiệu. Hoặc có sản phẩm mỹ nghệ nhưng hình thức, chất lượng sản phẩm chưa thu hút được sự quan tâm của khách du lịch, chưa tạo ra được giá trị đặc trưng của vùng miền. Chính quyền địa phương cần khuyến cáo, khuyến khích và có chính sách hỗ trợ đến các hợp tác xã, các hộ dân tham gia kinh doanh du lịch tạo ra các sản vật, ẩm thực của địa phương mang các đặc điểm thu hút khách du lịch như: lạ, độc đáo, đa dạng về mẫu mã, đảm bảo chất lượng, thẩm mỹ, bảo quản dễ và giá thành hợp lý. Được đăng ký chất lượng và tem mác rõ ràng nhằm tạo sự yên tâm cho du khách khi sử dụng và cũng từ đó quảng bá địa danh du lịch.

*Nâng cao nhận thức cộng đồng về vai trò của việc phát triển du lịch cộng đồng đối với cộng đồng dân tộc bản địa:* Bao gồm nâng cao nhận thức đối với cộng đồng tham gia kinh doanh du lịch và không tham gia kinh doanh du lịch. Cách thức, phát hành các tập tài liệu ngắn gọn phát đến tận tay người dân, thể hiện những nội dung cơ bản về: Vai trò của du lịch; tác động tích cực của du lịch đến kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội của cộng đồng địa phương, nhấn mạnh sự hưởng thụ giá trị kinh tế, văn hóa của du lịch cộng đồng mang lại là toàn bộ cộng đồng dân cư; nhận thức về bảo vệ môi trường trong du lịch; những vấn đề giao tiếp, ứng xử văn minh với khách du lịch. Ngoài ra, thường xuyên mở các buổi tập huấn về nâng cao ý thức trách nhiệm cộng đồng trong việc phát triển du lịch cộng đồng. Chỉ khi nào cộng đồng cùng chung tay thì mới tạo ra sức mạnh nội lực để phát triển, bởi du lịch cộng đồng là trách nhiệm và quyền lợi của tất cả cộng đồng chứ không phải của riêng các hộ tham gia kinh doanh du lịch hơn nữa du lịch cộng đồng là loại hình du lịch dựa vào tài nguyên của cộng đồng, do cộng đồng chủ động tham gia xây dựng sản phẩm quản lý và vì lợi ích của cộng đồng.

## 5. KẾT LUẬN

Du lịch cộng đồng đã không còn là hình thức mới lạ mà đang dần trở nên lựa chọn ưu tiên hàng đầu của du khách trong xu hướng du lịch hiện nay. Du lịch đến những vùng đất mới, trải nghiệm những điều thú vị về văn hóa, phong tục, tập quán một cách trọn vẹn là giá trị hoàn hảo mà du khách có thể nhận được khi tham gia các hình thức du lịch cộng đồng. Với những điều kiện thuận lợi sẵn có, xã Thượng Lâm, huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang là một điểm đến lý tưởng để triển khai các hình thức du lịch này. Trải nghiệm một chuỗi các giá trị bản sắc văn hóa địa phương thông qua những chương trình du lịch cụ thể, sẽ làm giàu thêm vốn sống cho du khách cũng như để lại trong họ một ký ức đẹp và ấn tượng về vùng đất và con người nơi đây. Nếu chú trọng đón đầu xu hướng mới bằng sự đầu tư khai thác tốt, đưa ra các sản phẩm du lịch độc đáo và hấp dẫn, chắc chắn cơ hội phát triển du lịch của địa phương sẽ rất lớn, đem lại lợi ích về nhiều mặt cho xã hội và góp phần vào sự phát triển chung của du lịch huyện Lâm Bình nói riêng và tỉnh Tuyên Quang nói chung.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, *Luật du lịch năm 2017*.
2. Kế hoạch số 51/KH-UBND ngày 23/6/2016 của Ủy ban nhân dân tỉnh về phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang giai đoạn 2016-2020.
3. Kế hoạch số 117/KH-UBND, Ủy ban nhân dân huyện Lâm Bình, ngày 12 tháng 10 năm 2016, Kế hoạch phát triển du lịch huyện Lâm Bình giai đoạn 2016-2020.
4. Võ quế, *Du lịch cộng đồng*, lý thuyết và vận dụng (tập 1), NXB. Khoa học và Kỹ thuật, 2006.
5. Trang web, Du lịch Lâm Bình.gov.vn.
6. Tư liệu khảo sát điền dã của tác giả thực hiện vào tháng 7 năm 2019.

## DEVELOPING COMMUNITY TOURISM FOR ETHNIC MINORITY PEOPLE IN THUONG LAM COMMUNE - LAM BINH DISTRICT - TUYEN QUANG PROVINCE, POTENTIAL AND SOLUTIONS

**Hoang Thi Thu Dung**  
*Tan Trao University*

### Abstract

Currently, tourism is remarkably developing and it becomes an important economic sector in our country. Models of community tourism, ecotourism and rural tourism are being applied in many places. In the Northern mountainous region, community tourism has strongly developed in the last 20 years. Up to now, community tourism has been successfully built in the areas where the Thai, Tay, Dao and Mong ethnic minorities are living in Hoa Binh, Son La, Dien Bien, Lao Cai, Ha Giang and Yen Bai provinces... Located in Lam Binh district -Tuyen Quang province, Thuong Lam is a highland commune where is the main living place of Tay ethnic community with special cultural features. Along with that, Thuong Lam is a charming land and it has many natural resources with the cool weather all year round. From that, the local officials have the basic for promulgating the policies in promoting Tay ethnic minority on community tourism. After five years of implementing policies, Lam Binh tourism has achieved certain results.

### Keyword

Community tourism.



## THỰC HIỆN NGHỊ QUYẾT SỐ 08 - NQ/TW CỦA BỘ CHÍNH TRỊ VỀ DU LỊCH TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÂM BÌNH - TUYÊN QUANG

Nguyễn Thị Hiếu

Trường Đại học Công đoàn

### Tóm tắt

Du lịch ngày nay không chỉ là ngành “công nghiệp không khói” mang lại hiệu quả kinh tế cao mà còn là đòn bẩy thúc đẩy sự phát triển của các ngành kinh tế ở các vùng miền trên cả nước. Lâm Bình là một huyện miền núi Tuyên Quang có rất nhiều tiềm năng để phát triển ngành Du lịch, tạo ra sự tích lũy ban đầu cho kinh tế và tạo nội lực cho phát triển chính trị - xã hội địa phương. Tuy nhiên, hiện nay việc phát triển du lịch trên địa bàn huyện Lâm Bình còn nhiều khó khăn, trở ngại như: cơ sở hạ tầng du lịch chưa được đầu tư đồng bộ; các tua, tuyến du lịch chưa được hình thành... Vì vậy, yêu cầu đặt ra là cần có những định hướng, những giải pháp phù hợp để khai thác có hiệu quả du lịch Lâm Bình. Trong phạm vi bài viết tác giả đi vào trình bày “Sự vận dụng Nghị quyết 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về du lịch trong phát triển du lịch Lâm Bình - Tuyên Quang”.

### Từ khóa

Du lịch, du lịch Lâm Bình, Nghị quyết, phát triển kinh tế.

## I. NGHỊ QUYẾT 08- NQ/TW CỦA BỘ CHÍNH TRỊ VỀ DU LỊCH

### 1.1. Đặt vấn đề

Năm 1960 là mốc lịch sử quan trọng đánh dấu sự ra đời của ngành Du lịch Việt Nam. Sau gần 60 năm xây dựng và trưởng thành, ngành Du lịch được đánh giá là ngành kinh tế dịch vụ tổng hợp và sự tăng trưởng của ngành đã tác động lan tỏa đến nhiều ngành, lĩnh vực khác; tạo chuyển dịch cơ cấu kinh tế, đẩy mạnh xuất khẩu, góp phần xóa đói, giảm nghèo, nâng cao đời sống, cải thiện diện mạo đô thị và nông thôn; bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa dân tộc; đảm bảo an ninh, quốc phòng, giữ vững môi trường hòa bình, hữu nghị, tăng cường hiểu biết và nâng tầm vị thế quốc gia trên trường quốc tế; đã có nhiều đóng góp tích cực cho sự phát triển của đất nước.

Đánh giá những thành tựu đã đạt được của ngành Du lịch và trên cơ sở nhận định phát triển du lịch sẽ phát huy được lợi thế quốc gia, Đảng và Nhà nước đã có nhiều chủ trương đẩy mạnh phát triển lĩnh vực này trong các định hướng phát triển kinh tế, xã hội. Năm 1991, Nghị quyết Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ VII đã xác định du lịch là ngành kinh tế quan trọng có thể phát triển trở thành ngành kinh tế mũi nhọn trong cơ cấu kinh tế quốc dân và quan điểm đó tiếp tục được khẳng định trong suốt các kỳ Đại hội VIII, IX, X của Đảng. Năm 1994, Bộ Chính trị đã ban hành Chỉ thị số 46-CT/TW về phát triển du lịch trong tình hình mới. Năm 1998, Bộ Chính trị tiếp tục ra Thông báo Kết luận số 179-TB/BCT về tập trung đẩy mạnh phát triển du lịch tương xứng với tiềm năng của đất nước.

Đặc biệt, ngày 16/1/2017 Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng thay mặt Bộ Chính trị ký ban hành Nghị quyết số 08-NQ/TW về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Đây là

lần đầu tiên ngành Du lịch nhận được sự chỉ đạo toàn diện, sâu sắc của lãnh đạo Đảng không phải thông qua Chỉ thị như các giai đoạn trước mà bằng Nghị quyết của Bộ Chính trị. Có thể nói Nghị quyết đã thể hiện quyết tâm cao nhất của Đảng và Nhà nước về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước.

## 1.2. Nội dung của Nghị quyết số 08 - NQ/TW

Trước hết, Nghị quyết khái quát về tình hình phát triển của ngành Du lịch trong những năm qua với nhận định: “Sự phát triển của ngành Du lịch đã và đang góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế và xuất khẩu tại chỗ; bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa, tài nguyên thiên nhiên; tạo nhiều việc làm, nâng cao đời sống nhân dân; đẩy mạnh quá trình hội nhập quốc tế, quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam”[1].

Đồng thời, Nghị quyết cũng chỉ ra những hạn chế, yếu kém thể hiện trên các vấn đề sau:

- Du lịch phát triển chưa tương xứng với tiềm năng, thế mạnh và kỳ vọng của xã hội. Sản phẩm du lịch chưa thực sự hấp dẫn và có sự khác biệt, khả năng cạnh tranh chưa cao. Chất lượng dịch vụ du lịch chưa đáp ứng yêu cầu. Hiệu lực và hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch chưa cao.

- Môi trường du lịch, an toàn thực phẩm và an toàn giao thông còn nhiều bất cập. Công tác xúc tiến quảng bá du lịch còn nhiều hạn chế về nguồn lực, sự phối hợp và tính chuyên nghiệp, hiệu quả chưa cao. Nguồn nhân lực du lịch vừa thiếu vừa yếu. Doanh nghiệp du lịch chủ yếu là các doanh nghiệp nhỏ và vừa; vốn, nhân lực và kinh nghiệm quản lý còn hạn chế. Vai trò của cộng đồng trong phát triển du lịch chưa được phát huy.

- Nguyên nhân chủ yếu của những hạn chế, yếu kém nêu trên là do các cấp, các ngành chưa thực sự coi du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, có tính liên ngành, liên vùng, xã hội hóa và hội nhập quốc tế cao, mang nội dung văn hóa sâu sắc; thiếu chính sách quốc gia phù hợp để du lịch phát triển theo đúng tính chất của một ngành kinh tế vận hành theo quy luật thị trường.

- Thể chế, chính sách phát triển du lịch chưa đáp ứng yêu cầu phát triển, vẫn còn nặng tư tưởng bao cấp. Sự phối hợp liên ngành, liên vùng hiệu quả còn thấp; đầu tư còn dàn trải, chưa huy động được nhiều nguồn lực của xã hội cho phát triển du lịch. Công tác đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch chưa được quan tâm đúng mức.

Nội dung trọng tâm của Nghị quyết thể hiện ở các phần tiếp theo:

*Thứ nhất*, Nghị quyết nêu rõ những chủ trương mạnh mẽ, khi xác định “phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn là định hướng chiến lược quan trọng để phát triển đất nước, tạo động lực thúc đẩy sự phát triển của các ngành, lĩnh vực khác”[1]. Nhờ sự chỉ đạo này đã đưa du lịch được đặt vào vị trí trung tâm, làm cho du lịch được nhận thức với tư cách là động lực cho sự phát triển kinh tế. Đồng thời bản chất của ngành Du lịch được khẳng định một cách toàn diện “là ngành kinh tế dịch vụ tổng hợp, có tính liên ngành, liên vùng, xã hội hóa cao và có nội dung văn hóa sâu sắc”[1].

*Thứ hai*, Nghị quyết xác định mục tiêu “đến năm 2020, ngành Du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội; có tính chuyên nghiệp, sản phẩm du lịch có chất lượng cao.”[1]

*Thứ ba*, Nghị quyết sẽ góp phần giải quyết các “điểm nghẽn” về chính sách cụ thể đối với thành lập Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch, đầu tư vào các địa bàn trọng điểm, vùng sâu vùng xa, đào tạo phát triển nguồn nhân lực, quy hoạch, quảng bá xúc tiến; chuyển đổi cơ chế phí tham

quan sang cơ chế giá dịch vụ; các chính sách về giá điện, thuế sử dụng đất, tiền thuê đất, thủ tục nhập cảnh.

Đặc biệt, Nghị quyết ghi rõ: “đối với những vấn đề cấp bách cần triển khai ngay để tạo đột phá cho du lịch phát triển, nếu chưa có văn bản pháp luật quy định hoặc có quy định khác thì cho thực hiện thí điểm”[1]. Trong bối cảnh hệ thống luật pháp nước ta chưa đồng bộ, còn chông chéo như hiện nay, chủ trương này là cơ sở để tháo gỡ các khó khăn, xây dựng các chính sách đột phá của ngành.

*Thứ tư*, Nghị quyết xác định rõ 7 nhóm nhiệm vụ và giải pháp đồng bộ và toàn diện phải thực hiện trong thời gian tới, bao gồm: (1) đổi mới nhận thức, tư duy về phát triển du lịch; (2) cơ cấu lại ngành Du lịch; (3) hoàn thiện thể chế, chính sách; (4) phát triển kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật ngành Du lịch; (5) tăng cường xúc tiến quảng bá du lịch; (6) phát triển nguồn nhân lực du lịch; và (7) tăng cường năng lực và hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch.

Có thể nhận thấy rằng, các vấn đề trọng tâm của Nghị quyết, không chỉ đề cập đến các chủ trương, định hướng lớn cho sự phát triển của Du lịch mà Đảng ta còn chỉ đạo quyết liệt cả những vấn đề cụ thể, còn nhiều vướng mắc chưa được tháo gỡ triệt để như giá điện, visa, hàng không... nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho du lịch phát triển. Nghị quyết chỉ rõ phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn không phải là yêu cầu đặt ra đối với tất cả các địa phương, chỉ tập trung ở các tỉnh/thành có tiềm năng, dư địa phát triển.

## II. DU LỊCH LÂM BÌNH VỚI SỰ VẬN DỤNG NGHỊ QUYẾT 08- NQ/TW

### 2.1. Khái quát về tiềm năng du lịch huyện Lâm Bình, Tuyên Quang

Ngay sau khi thành lập huyện, Lâm Bình đã thực hiện công tác quy hoạch phát triển tổng thể du lịch huyện đến năm 2015, định hướng đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030. Câu hỏi đặt ra là Lâm Bình có những tiềm năng du lịch như thế nào?

Tìm hiểu về tiềm năng du lịch Lâm Bình, chúng ta có thể kể tên những địa danh nổi tiếng như: 99 ngọn núi xã Thượng Lâm được ví như “Hạ Long cạn giữa đại ngàn”; cánh đồng Thượng Lâm; Những địa chỉ du lịch tâm linh có niên đại từ khá lâu, mang đậm nét văn hóa của đồng bào dân tộc vùng cao là đền Pú Bảo, chùa Phúc Lâm. Trong đó, đền Pú Bảo được xây dựng vào khoảng thế kỷ XVI - XVII nằm trên cánh đồng Nà Tha, thôn Bản Kè B, xã Lăng Can có địa thế như sự hội tụ của linh khí núi sông, được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch công nhận là Di tích lịch sử cấp Quốc gia năm 2014, là nơi thờ Quận công thiếu bảo thức, Tướng quân Nguyễn Thế Quàn, một Quận công có tài có đức, luôn chăm lo cho đời sống muôn dân. Chùa Phúc Lâm nằm ở thôn Nà Tông, ngôi chùa cổ được xây dựng từ thời Trần, vào khoảng thế kỷ XIII - XIV, được công nhận là di tích lịch sử cấp Quốc gia cũng là điểm đến của đông đảo nhân dân địa phương và du khách gần xa.

Tiếp đến phải kể tới hồ Thủy điện Tuyên Quang rộng tới trên 8.000ha được thiên nhiên ưu đãi với nhiều cảnh quan sơn thủy hữu tình. Những cái tên như núi Cọc Vài gắn với sự tích chàng Tài Ngao, thác Nậm Mè (suối mẹ)...cũng là những nơi có thể làm say đắm khách du lịch. Ngoài ra thăm quảng trường Nguyễn Tất Thành; thăm đền Cảnh Xanh được cho là độc đáo nhất Tuyên Quang, tương truyền đây là nơi ngự của Công chúa Thượng Ngàn La Bình – con gái út của thánh Tản Viên...; thăm đền Mẫu Thượng (Mẫu Thoải) thờ hai nàng công chúa con Vua Hùng là Phương Dung và Ngọc Lân... Động Song Long, thác Mặn Me, thác Khuổi Nhi, thác Khuổi Súng; di tích khảo cổ hang Phia Vài... đây là những di tích, danh lam thắng cảnh quốc gia, thuận lợi cho phát triển du lịch văn hóa và sinh thái.



*Cảnh đẹp Lâm Bình - ảnh của Viэт Mạnh*



*99 ngọn núi Phượng Hoàng*

Lâm Bình còn các lễ hội truyền thống như Lễ hội Lồng tồng xã Thượng Lâm, Lăng Can, Lễ hội Nhảy lửa của đồng bào dân tộc Pà Thẻn xã Hồng Quang. Các lễ hội của Lâm Bình mang đậm màu sắc dân gian độc đáo đã thu hút đông đảo du khách trong và ngoài tỉnh vào những dịp đầu xuân. Lâm Bình còn đón chào khách tham quan thưởng thức những món ăn truyền thống của người Tày, người Dao như cơm lam, thịt chua, thịt trâu khô, cá mắm ruộng, chè Khau Mút, rượu ngô, rượu thóc men lá... Đặc biệt thông qua việc các cơ quan chức năng của tỉnh và Bộ Tài nguyên và Môi trường đã hoàn thành “Đề cương nghiên cứu, xây dựng Công viên Địa chất Nà Hang - Lâm Bình, Tuyên Quang” trình Chính phủ xem xét, công nhận là Công viên địa chất quốc gia. Khu vực được coi là “hội tụ nhiều giá trị di sản tự nhiên và văn hóa, đặc biệt là các di sản địa chất - địa đạo, các di tích lịch sử, khảo cổ, đa dạng sinh học... có giá trị nổi bật tầm cỡ quốc gia và quốc tế”. Đây sẽ là cơ hội lớn để du lịch Lâm Bình vươn cao và vươn xa hơn.

Tuy nhiên việc phát triển du lịch trên địa bàn huyện Lâm Bình còn nhiều rào cản, vướng mắc cần được giải quyết nổi bật như các vấn đề: cơ sở hạ tầng du lịch chưa được đầu tư hiện đại và đồng bộ; các tuyến du lịch trong địa phương chưa được hình thành; sự phát triển du lịch vẫn ở mức cầm chừng; sự tham gia của các doanh nghiệp và cộng đồng cho du lịch vẫn còn hạn chế; đường lối chỉ đạo của Đảng chưa được hoàn thiện về thể chế, chính sách để tạo đà cho du lịch Lâm Bình phát triển.

## 2.2. Sự vận dụng

Nghị quyết số 08-NQ/TW ra đời như luồng gió mới thổi vào ngành du lịch Việt Nam nói chung và ngành du lịch Lâm Bình nói riêng. Lâm Bình với tiềm năng du lịch của mình đã vận dụng Nghị quyết để xây dựng các kế hoạch, giải pháp phát triển ngành du lịch của huyện mình; đưa du lịch Lâm Bình cất cánh. Sự vận dụng Nghị quyết số 08 được thể hiện trên một số nội dung như sau:

*Một là*, với quan điểm của Nghị quyết: “Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn là định hướng chiến lược quan trọng để phát triển đất nước, tạo động lực thúc đẩy sự phát triển của các ngành, lĩnh vực khác, nhưng không nhất thiết địa phương nào cũng xác định du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn”[1] đã vạch rõ vấn đề phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn không phải là yêu cầu đặt ra đối với tất cả các địa phương mà chỉ tập trung ở các nơi có tiềm năng, dư địa phát triển. Điều này cho phép một huyện giàu có về tiềm năng du lịch như Lâm Bình được phép dồn sức, tập trung khai thác và phát triển du lịch địa phương, đưa du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế dịch vụ tổng hợp. Nó sẽ cởi trói về thể chế, tạo dựng niềm vui cho Lâm Bình thực hiện các mục tiêu phát triển du lịch (khác với giai đoạn trước đây khi nói đến du lịch là chỉ nói sự tập trung vào chỉ tiêu số lượng khách du lịch). Trên cơ sở đó, Lâm Bình xây dựng chính sách để tạo ra chuỗi sản phẩm du lịch độc đáo của các địa phương, nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, tạo sự đa dạng, hấp dẫn, lôi cuốn du khách. Đồng thời, nhờ đó tạo ra nhận thức mới trong nhân dân địa phương về phát triển du lịch Lâm Bình thành ngành kinh tế mũi nhọn của địa phương. Như vậy, sẽ mang đến những khả năng tạo ra nội lực phát triển mọi mặt kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội huyện Lâm Bình.

*Hai là*, trên cơ sở sự chỉ đạo của Đảng trong Nghị quyết: “đối với những vấn đề cấp bách cần triển khai ngay để tạo đột phá cho du lịch phát triển, nếu chưa có văn bản pháp luật quy định hoặc có quy định khác thì cho thực hiện thí điểm”[1], lãnh đạo ngành Du lịch Lâm Bình tiến hành luật hóa tinh thần Nghị quyết, xây dựng cơ cấu kinh tế với những mục tiêu phát triển du lịch cụ thể, tháo gỡ các khó khăn, xây dựng các chính sách đột phá cho Du lịch. Du lịch Lâm Bình có thể tập trung kêu gọi đầu tư của các doanh nghiệp và sự hỗ trợ của nhân dân địa phương vào các địa bàn trọng điểm, vùng sâu vùng xa. Cơ cấu kinh tế tạo ra sự chuyển dịch nhanh và mạnh theo hướng dịch vụ, du lịch - công nghiệp - nông nghiệp; đưa các ngành đó trở thành sản xuất hàng hóa, cung ứng cho ngành Du lịch.

*Ba là*, Nghị quyết đưa ra nhiệm vụ, giải pháp phải đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật ngành du lịch.

Với du lịch Lâm Bình thì đây là vấn đề rất cần được quan tâm. Bởi vị trí địa lý của huyện Lâm Bình rất đa dạng về loại hình như 99 ngọn núi xã Thượng Lâm, hồ thủy điện rộng lớn, thác Nậm Mè, Động Song Long, Công viên địa chất Nà Hang... Để khai thác được các điều kiện này thì việc đầu tư cơ sở vật chất, hạ tầng cơ sở là điều không thể không thực hiện. Có như vậy, mới

tạo ra sự thuận lợi cho khách du lịch tham quan, khảo địa. Vì vậy, Lâm Bình phải bắt tay vào việc cải thiện chất lượng dịch vụ, nâng cấp, tăng cường đầu tư hạ tầng kỹ thuật và cơ sở vật chất, nhất là thiết lập các tuyến giao thông thuận tiện cho các dịch vụ du lịch, đa dạng các sản phẩm du lịch... để phát huy tối đa tiềm năng, lợi thế sẵn có, cần có tầm nhìn dài hạn, lựa chọn được những ý tưởng, phương án quy hoạch phù hợp, lựa chọn được các nhà tư vấn thực sự có kinh nghiệm trong lĩnh vực phát triển hạ tầng du lịch.

*Bốn là*, nhiệm vụ, giải pháp thứ 5 về “Tăng cường xúc tiến quảng bá du lịch” của Nghị quyết đã định hướng cho Lâm Bình tiến hành các hoạt động quảng bá du lịch. Du lịch Lâm Bình hướng tới phát huy vai trò của các cơ quan truyền thông, tạo đột phá trong hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch ở thị trường trong nước và ngoài nước. Xúc tiến quảng bá du lịch trên cơ sở kết hợp nguồn nhân lực của Nhà nước và huy động sự tham gia của người dân huyện Lâm Bình.

Đặc biệt, có thể thông qua hoạt động của các lễ hội văn hóa truyền thống, các địa chỉ du lịch tâm linh, các đặc sản ẩm thực địa phương để quảng bá du lịch đến gần hơn với đông đảo thượng khách.

*Thứ năm*, trong nhiệm vụ thứ 7 của Nghị Quyết cũng đặt ra yêu cầu huyện Lâm Bình cần phải phát triển nguồn nhân lực du lịch.

Nhà nước có chính sách thu hút đầu tư cho đào tạo nguồn nhân lực du lịch; tăng cường năng lực cho các cơ sở đào tạo du lịch cả về cơ sở vật chất kỹ thuật, nội dung, chương trình và đội ngũ giáo viên. Đẩy mạnh xã hội hóa và hợp tác quốc tế, thu hút nguồn lực phát triển nguồn nhân lực du lịch.

Đa dạng hóa các hình thức đào tạo du lịch. Đẩy mạnh ứng dụng khoa học - công nghệ tiên tiến trong đào tạo, bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực du lịch.

Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cả về quản lý nhà nước, quản trị doanh nghiệp và lao động nghề du lịch. Chú trọng nâng cao kỹ năng nghề, ngoại ngữ và đạo đức nghề nghiệp cho lực lượng lao động ngành du lịch.

Trên cơ sở chỉ đạo đó, huyện Lâm Bình thu hút nguồn nhân lực cho du lịch từ trong nhân dân địa phương; xây dựng và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao gồm các nhà quản lý, chuyên gia và nhân viên ngành du lịch đáp ứng yêu cầu phát triển và hội nhập ngày càng sâu rộng.

Ngoài ra, huyện Lâm Bình cần tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp và cộng đồng phát triển du lịch. Tạo mọi điều kiện hỗ trợ doanh nghiệp tham gia kinh doanh du lịch địa phương, đặc biệt là những địa phương vùng sâu, vùng xa. Đặc biệt là cần tạo điều kiện thuận lợi để người dân trực tiếp tham gia kinh doanh và hưởng lợi nhuận từ các loại hình du lịch; xây dựng cộng đồng du lịch văn minh, thân thiện trong văn hóa ứng xử với du khách; kiên quyết xử lý nghiêm các hành vi cạnh tranh thiếu lành mạnh trong kinh doanh du lịch.

Hy vọng với những sự vận dụng Nghị quyết 08 - NQ/TW của Bộ Chính trị, du lịch Lâm Bình đúng thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn mang lại hiệu quả kinh tế cao, tạo điều kiện đưa Lâm Bình phát triển toàn diện trên mọi lĩnh vực kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội.

Nghị quyết số 08 - NQ/TW ra đời với niềm tin về sự ủng hộ của Đảng, Nhà nước, Chính phủ đã mang đến nhiều tác động tích cực với du lịch huyện Lâm Bình. Nếu năm 2011 huyện đón được 3.500 lượt khách du lịch, đến năm 2014, tổng lượt khách đến với Lâm Bình đạt 8.000 lượt, bằng 190% kế hoạch đề ra thì năm 2017 huyện Lâm Bình đã đón tiếp, hướng dẫn trên 34.600 lượt khách

tham quan du lịch, doanh thu xã hội từ du lịch đạt trên 17 tỷ đồng. Kết quả phát triển du lịch trên địa bàn huyện Lâm Bình cho thấy, huyện Lâm Bình đã vận dụng sáng tạo và hiệu quả Nghị quyết số 08 của Bộ Chính trị đưa du lịch Lâm Bình trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của huyện.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ban Chấp hành Trung ương (2017): Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16 tháng 1 năm 2017 của Bộ Chính trị về Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.
2. Ban Chấp hành Trung ương (1998): Thông báo kết luận số 179 -TB/BTC về tập trung đẩy mạnh phát triển du lịch tương xứng với tiềm năng của đất nước.
3. Baotuyenquang.com.vn.
4. [Http://tuyenquangtv.vn](http://tuyenquangtv.vn).
5. Tapchihuonghi.vn “Tuyên Quang đột phá phát triển du lịch”.

## IMPLEMENTATION OF RESOLUTION 08 - NQ / TW OF THE POLITICS ON TOURISM IN LAM BINH TOURIST - TUYEN QUANG

Nguyen Thi Hieu  
*Trade Union University*

### Abstract

Tourism today is not only a "smokeless industry" that brings high economic efficiency but also a lever to promote the development of economic sectors in regions across the country. Lam Binh is a mountainous district of Tuyen Quang, which has a lot of potentials to develop the tourism industry, creating initial accumulation for the economy and creating internal forces for local socio-political development. However, the current development of tourism in Lam Binh district has many concerns, tourism infrastructure has not been invested synchronously; tours and tours have not yet been formed... Therefore, it is necessary to have appropriate orientations and solutions to effectively exploit Lam Binh tourism. Within the scope of the article, the author goes on to present "The application of Politburo Resolution 08-NQ / TW on tourism in tourism development in Lam Binh - Tuyen Quang".

### Keywords

Tourism, Lam Binh tourism, resolution, economic development.

# TRAINING, FOSTERING HUMAN RESOURCES FOR THE COMMUNITY ECOTOURISM: PROPOSED LESSONS LEARNED FOR LAM BINH DISTRICT, TUYEN QUANG PROVINCE

**Pham Hoang Tu Linh**

*National Institute of Education Management*

**Ali Sorayyaei Azar**

*Department of Education, School of Education and Social Sciences,  
Management & Science University, 40100 Shah Alam, Malaysia*

## Abstract

Before the new trend of the world, along with the development of the Industrial Revolution 4.0 has opened up opportunities as well as challenges to the human resources of an economic sector, in particular, the tourism industry. The growth rate of the tourism industry in recent years is a bright part of the Vietnamese economy. However, to become one of the three main economic sectors, tourism is still much to do, one of which is training and retraining of human resources community ecotourism high quality; thereby proposing solutions and lessons to develop community ecotourism in Lam Binh District, Tuyen Quang Province.

## Keywords

Training, retraining, human resources for tourism, community ecology, lessons learned, Lam Binh District, Tuyen Quang Province.

## 1. INTRODUCTION

Facing of the 4<sup>th</sup> industrial revolution, follow the guidelines of the Government of Vietnam<sup>89</sup> to promote the development of tourism into a spearhead economic sector<sup>90</sup>, contribute to the sustainable development of economy, culture, society and the environment, along with protecting national security. In recent years, Vietnam tourism in general and community-based eco-tourism in Lam Binh District, Tuyen Quang Province in particular have grown rapidly, contributing more and more actively to the socio-economic development of the country. Recent achievements in tourism development have been encouraging, but the community-based ecotourism industry is facing many challenges in many aspects, including human resources.

---

<sup>89</sup> Decision No. 3066/QĐ-BVHTTDL dated September 29, 2011 of the Minister of Sports, Culture and Tourism on the approval of the planning of tourism human resource development for 2011-2020.

<sup>90</sup> On January 16, 2017, General Secretary Nguyen Phu Trong signed the Resolution No. 08 - NQ/TW of the Politburo on tourism development to become a key economic sector. This is the first time in the history of tourism that there was a Resolution of the Politburo. The resolution points out that in the past 15 years, the tourism industry has made remarkable progress and achieved important and very encouraging results. To achieve the objective of making tourism Vietnam become industry key economic, sustainable development and worthy contribution to the development of economy - society requires policies are groundbreaking solutions overall handle even the difficulties and obstacles, facilitate tourism development, which can not fail to mention the issue of human resource development in tourism.



Before this context, the Vietnam Government has hosted the national conference<sup>91</sup> on tourism development with two main tasks: 1) Promptly issue national qualifications framework in the field of tourism; recognition of national professional standards for tourism and implement the agreement on mutual recognition of vocational tourism in Southeast Asia (ASEAN); 2) Collaborate with ministries, sectors and localities to overall assess and forecast the demand for human resources in the tourism industry, the ability of the training institutions to respond; take measures timely replenishment quantity, quality assurance guides, waiters overs tourists, especially in the key area to attract more international visitors and guides the rare foreign language; 3) Strengthen political theory education, improve the quality of professional ethics, knowledge of history, culture and language to the tour guide.

Within the scope of this paper, the authors will analyze: (i) Current situation of training and retraining tourism human resources in the current period; (ii) Requirements for the quality of tourism human resources in the 4th industrial revolution era; (iii) Training programs, training tourism human resources in general and ecotourism community in Lam Binh District, Tuyen Quang Province in particular in the 4th industrial revolution context and (iv) Proposing some solutions to improve the quality of human resources for community-based eco-tourism for Lam Binh district, Tuyen Quang province nowadays.

## **2. RESEARCH METHODS**

### **2.1. General research methods**

The author synthesizes and analyzes data on tourism, community ecotourism, training tourism human resources in countries around the world, specialized books, magazines, Proceedings of scientific seminars, scientific topics and related documents.

### **2.2. Research methods in groups**

The author group will gather into small groups of experts on international relations, tourism, and human resources to offer perspectives and ideas on training human resources for tourism ergonomics in countries around the world; from there, propose solutions for sustainable development of community-based eco-tourism in Lam Binh district, Tuyen Quang province in the context of industrial revolution 4.0 and international integration.

### **2.3. Method consult experts**

During the research process, the author contacted, exchanged and with experts in tourism, human resources and international relations in the world in order to have a comprehensive view on tourism of local ecosystems in Lam Binh District, Tuyen Quang Province to introduce policies on training and retraining tourism human resources in a new context.

## **3. EXCHANGE AND DISCUSSION**

### **3.1. The reality of training, fostering human resources of tourism, community ecotourism in the current period**

#### *3.1.1. System training base of tourism, ecology tourism*

Currently, 284 countries have participated in the training base of tourism, including 62 universities; 80 colleges (including 8 vocational colleges); 117 vocational secondary schools

---

<sup>91</sup> Prime Minister Nguyen Xuan Phuc chaired the National Conference on Tourism Development on August 9, 2016, in Hoi An City, Quang Nam Province.

(including 12 vocational secondary schools); 02 companies and 23 training centers, vocational training courses. As a rule, training institutions can train lower levels of training; Professional tourism training institutions can participate in vocational training, so there are currently 346 training institutions participating in tourism training at all levels from primary to graduate. Of which, 115 establishments participated in training tourism universities and colleges, 144 times of vocational intermediate training establishments and 87 times of tourism vocational training institutions (vocational colleges, vocational secondary schools, secondary schools, vocational center)<sup>92</sup>. The network of human resource training, fostering has also initially been formed, upgraded and enhanced the training and retraining capacity. The training cultural school, sports and tourism officials takes care of retraining and fostering officials and employees of the Tourism Industry in general and the eco-tourism in particular. Most provinces and cities are specialized centers of training and retraining of travel, tourism ecosystem short or training centers in multiple industries participate in training and fostering tourism, tourism ecosystems.

### 3.1.2. Training competency of tourism training system, eco-tourism system

Lecturers, teachers, trainers and managers: Currently there are about 5,000 people participated in tourism training, including 2,000 teachers, lecturers tourism (both organic and visiting), 540 management staff, for training at all levels and training 2579 tour (with training certificates by the Board of certification travel Vietnam). Lecturer, teacher of property is 1,460 people, accounting for about 28% of the workforce participated in new training in tourism; visiting lecturers are 600, accounting for 11.6%. (In fact this figure is much higher, with tourism training faculty lecturer 73% of lecturers: 82 visiting lecturers / 29 faculty members); managers and training for 540 people, accounting for 10%; tourist trainers about 2,600 people, accounting for 49%. Teachers and lecturers under the age of 30 years account for about 29%, from 31-50 years old accounted for 60%, over 50 years old battle 11%. Most lecturers and teachers know foreign languages (about 100 people know two or more foreign languages) and information technology for research and teaching. Among the lecturers, teachers travel with 2 professors, 11 associate professors, 1 doctor of science, 36 doctoral, 210 masters and 5 experts and artisans. Tourism faculties and departments have mobilized tourism experts to work as part-time and visiting teachers<sup>93</sup>.

*Retraining, fostering:* The administrative officers of the Vietnam National Administration of Tourism are fostered in knowledge of pre-official state administrative management and the ranks of experts, principal specialists and senior experts corresponding to the working structure and position; update information technology, foreign languages and state management on tourism. Fostering foreign languages and information technology shifted sharply from the masses, the movement to depth and advanced to official requirements. Ministry of Culture, Sports and Tourism Steering Training School management culture, sports and tourism in collaboration with the units of the Ministry and local authorities last 3 years organized training courses Knowledge state management of tourism for 699 trainees and 1 class in finance for 180 trainees in the national tourism<sup>94</sup>.

Currently, Vietnam's tourism human resources have made great progress in both quantity and structure. The quality of tourism human resources has been gradually improved to better

<sup>92</sup> Ha Van Sieu, "The demand for tourism human period 2011 - 2020", Report presented at the National Conference II. Tourism personnel training according to the needs of society. August 2010.

<sup>93</sup> Decision No. 3066/QĐ-BVHTTDL of September 29, 2011 of the Minister of Sports, Culture and Tourism approving the planning on development of tourism human resources for the 2011-2020 period

<sup>94</sup> Decision No. 3066/QĐ-BVHTTDL of September 29, 2011 of the Minister of Sports, Culture and Tourism approving the planning on development of tourism human resources for the 2011-2020 period

meet the requirements of industry practices. However, there are still inadequacies in training and developing human resources for tourism and ecosystem tourism. Specifically:

- The distribution of the network of training institutions is unreasonable, there has been a phenomenon of hot development of the system of training institutions while not meeting the necessary conditions for studying and teaching tourism majors in a standard way.
- The scale of training has increased sharply but has not met the needs of the reality due to inadequacies in the structure of professional skills, the structure of foreign languages, the structure of the number of human resources in the region, the region and the input are still limited. There is still a big gap in human resource training, human resource quality in regions across the country, the output quality has not met the requirements of society.
- The system of curricula and textbooks has developed but is not really appropriate, the structure of the training program also has inadequacies, focusing on theory and time for skill practice for vocational training sector. The case is not reasonable.
- The quality of teachers and lecturers is not high, the level of foreign languages, expertise and especially practical experience has not really met the requirements.
- Links between schools and businesses and between entities are not close and inconsistent. The cohesion between management agencies, businesses and schools in management and training organizations is not really appropriate, still inconsistent and inconsistent.
- Policies and legal corridors for tourism human resource training organizations are not really appropriate, due to incomplete laws, and by-laws, lack of frameworks, standards of knowledge, skills and attitudes. It has not been agreed on the basis of harmonization with regional and world standards.

**3.2. Requirements for the quality and standards of training human resources for tourism and ecotourism during the 4th industrial revolution era**

*a) English unified competency for training facilities*

English is the first important means to help us access more effectively with the 4.0 industrial revolution. Therefore, the current tourism human resources training institutions need to improve the level of foreign language input and output for students studying Tourism as proposed as follows:

It is necessary to unify to take the framework of 5-level foreign language competency (from elementary to university) for Vietnam (called the framework of foreign language competence of Vietnam) to apply for training programs at schools and training institutions of Tourism human resources in Vietnam.

The framework of foreign language competence of Vietnam		Certificate	Input rules	Specified output
English proficiency level	Level 1	TOICE 300	Vocational training	
	Level 2	TOICE 350	Intermediate	Vocational training
	Level 3	IELTS 3.5	College	Intermediate
	Level 4	IELTS 4.5	University	College
	Level 5	IELTS 5.5		University

*Source: Vietnamese foreign language competence framework<sup>95</sup>*

<sup>95</sup> Circular 01/2014/TT-BGDĐT of the Ministry of Education and Training Date 24.01.2014 issued foreign language competence frameworks 6 steps for Vietnam

In order to effectively implement the proposed capacity framework, there is a need for coordination and agreement between the Ministry of Culture, Sports and Tourism, the Ministry of Education and Training, the Ministry of Labor, War Invalids and Social Affairs. It is compulsory for schools under their management to perform. This unification will create consistency and fairness between training institutions in matters entrance English quality output.

*b) Developing regulations on conditions for practical facilities applied to tourism human resource training institutions in Vietnam*

Training institutions need to synchronize the practice room with management software, apply smart technology to teaching specialized subjects. To implement this solution, each subsector should sign associated with the business to be allowed equipped with software similar to the way enterprises, help learners rapid pace while learning practice, practice and work after graduation.

*c) Developing regulations on the quality of trainers applied to tourism human resources training institutions in Vietnam*

It is necessary to stipulate that lecturers participating in the training of tourism human resources training establishments must have a certificate of tourism tourism in Vietnam, especially lecturers participating in professional training and practical guidance under the two subsectors of Accommodation and Travel.

*d) Uniform application of the syllabus, lectures follow the standards tourism skills VTOS<sup>96</sup> and sets the standard national vocational skills training facilities for tourism human resources in Vietnam*

Establishing school hours and practical working hours in parallel tourism businesses are important factors to help students master the practical knowledge and practical skills to be completed. However, today almost all the tourism training institutions are not interested and no criteria to assess the quality of students perform practical lessons.

*e) Links between schools and enterprises and institutions, tourism associations in the country, the region and the world*

Tourism is one of the largest industries in Thailand. The World Travel and Tourism Council (2014) calculated that tourism generated THB 2,401.1 bn in 2013 (20.2% of GDP) and is expected to grow by 0.1% to THB2,404.4bn (19.6% of GDP) in 2014. By 2024, Travel & Tourism is forecast to support 8,739,000 jobs (20.5% of total employment), an increase of 4.4% pa over the period. This gives Thailand rank eight among the countries with the highest growth rate for overall employment in both direct and overall contribution<sup>97</sup>. Overall, however, international tourism in Thailand appears to be a success. Its contribution to the economic development of the country is indisputable.

Need to develop a new mechanism for training according to the orders of tourism businesses. Specifically, during the training process, to stage student specialized subjects, especially professional training schools are allowed at the request of the enterprise within the framework of VTOS. Assessment of student results will be conducted between the institution and the business immediately upon signing, and immediately conduct student studies at the

<sup>96</sup> The term VTOS stands for Vietnam Tourism Occupational Skills Standards, which is a set of essential skills standards for the Tourism - Restaurant - Hotel profession to develop the professional quality of these professions.

<sup>97</sup> Mohamed Ali Sharafuddin (2015), Types of tourism in Thailand, e-Review of Tourism Research 12(3):210 - 219.

school and the actual apprenticeship at the enterprise during the completion of the program. learn. Tourism human resource training institutions need to participate in domestic and international tourism organizations and associations to capture the regional and world tourism development trends. This is also one of the basis for building a tourism human resources training strategy suitable for each development stage, each region and the world.

Therefore, the cooperation in training and fostering human resources for community-based eco-tourism in Lam Binh district, Tuyen Quang province with Thailand plays an important role to: (i) Enhance the training of contingent high quality tourism source for local tourism; (ii) Cooperating between universities in developing programs, organizing training courses for officials of eco-tourism industry; (iii) Proposing experiences in developing local tourism models, practical lessons from Thailand.

### **3.3. Proposing lessons learned of training ecotourism human resources for Lam Binh district, Tuyen Quang province**

Studying the above situation, the author proposes a number of solutions to improve the quality of human resources for eco-tourism in Lam Binh district, Tuyen Quang province in the coming time:

*Firstly*, Develop and organize the implementation of legal documents, mechanisms, policies and regulations on management of training, retraining, use and remuneration of human resources for the Community-based Ecotourism industry. Capacity building of tourism industry managers: Continuing to improve the capacity of the Tourism industry training and retraining staff of the School for cultural, sports and tourism managers. Continually training and retraining the contingent of State management officials and employees, tourism officials and officials and tourism enterprise managers of all economic sectors.

*Secondly*, Develop standards and implement a standardization of human resources for community ecotourism tourism, in line with the international standard systems created to facilitate international integration of labor in tourism. It is necessary to develop a system of standards for tourism titles and ranks: Promote the implementation of ASEAN Tourism Occupation Standards, mechanisms for mutual recognition and recognition of tourism occupational skills and related occupations to achieve common standards in the region and the world, creating a premise to promote the activeness and dynamism of the borderless labor market, without barriers in the process of regional tourism integration. promote tourism training and employment cooperation. Enhancing the capacity of the Vietnam Tourism Professional Certification Board (VTCB) to take on the role of coordinating body for recognition of tourism and related occupations in ASEAN.

*Thirdly*, Developing the network of tourism training and retraining institutions to ensure close and balanced links between training levels, training disciplines and reasonable regional and regional distribution in line with the National Development Strategy. To re-plan the network of tourist training establishments: To coordinate with concerned branches and localities in adjusting the planning of tourist training establishments' networks to suit tourism development of each region and region and local training to meet the needs of social tourism. Diversifying tourism training facilities in the province: Encouraging the opening of tourism training establishments in enterprises, non-public training institutions and foreign-invested establishments according to

provisions of Vietnamese law. Continue to promote diversification of schools, classes, centers and tourism training and retraining institutions.

*Fourth*, Develop, publish and implement school standards to improve capacity of training and retraining community ecotourism. Developing standards of tourism training schools: Coordinating with related ministries and agencies to develop regulations on school standards. Development of teachers, lecturers and trainers travel in sufficient quantity, reasonable structure, quality standards to meet the training needs, increase the size and improve the quality and efficiency of training create and foster human resources for Tourism.

*Fifthly*, Promote the application of advanced science and technology in research and statistics for tourism training and retraining. Strengthening the statistical and scientific research workforce development in Tourism Community ecosystem of the province to forecast staffing needs, orientation and training; promote scientific research and transfer of knowledge, technology training and retraining of tourism. Extend forms of distance learning, online training (e-learning). Develop electronic curriculum, firstly is vocational training curriculum. Establishing and operating a tourism human resource database to forecast and orient and manage tourism human resources training according to social needs. In 2011, to formulate a scheme to set up an information center on tourism labor market, on training and using human resources in tourism industry, combining human resource users, training establishments and those who want to join the market. The tourism labor market is closer together.

*Sixthly*, Enhancing the mobilization and efficient use of domestic and foreign resources for human resource development of the Community Ecotourism industry. Promoting the role and responsibilities of raising tourism enterprises in training activities:

Paying attention to developing tourism human resource training establishments in enterprises. Brainstorm for human resource development in Tourism ecological communities: Focus and use effectively the knowledge and experience of the leading scientists in the country, the Vietnam abroad and foreigners for human resource development in Tourism.

#### **4. SOME NEW FINDINGS OF THE STUDY**

- In the context of the new era, especially before the wave of globalization, Industry 4.0, tourism, eco-tourism is a spearhead in the economy. Therefore, the training of human resources to develop a team of human resources tourism ecosystem of high quality for the local, district, Lam Binh, Tuyen Quang plays a key role for sustainable development of tourism industry local.

- Requirements for quality, standards of training human resources for eco-tourism in the era of Industrial Revolution 4.0 on English competency, building procedures on grassroots conditions, quality of staff, applying ministries VTOS tourism skills standards, linking business schools and foreign partners.

- Strengthening cooperation with universities in Thailand, Malaysia in training human resources for local tourism; cooperate in exchanging experience on human resource training and research on sustainable development of the tourism industry to meet the new context.

- Proposing solutions and lessons learned to train ecotourism human resources for Lam Binh district, Tuyen Quang province in: (i) Developing and organizing the implementation of training management policies and regulations creating human resources for eco-tourism; (ii) Develop standardized tourism human resources consistent with international standards; (iii) Developing

eco-tourism training and retraining networks in the National Tourism Development Strategy; (iv) Promoting the application of science and technology in research and statistics for training and retraining of personnel of local tourism; (v) Strengthening the mobilization and effective use of resources for sustainable development of tourism human resources district ecosystems Lam Binh, Tuyen Quang Province.

## 5. CONCLUSION

The 4.0 technology revolution has opened many opportunities as well as challenges for economic sectors; Especially, in the tourism industry, human resources are the key to the sustainable development of the tourism industry. With the goal of developing Vietnam's tourism industry into a key economic sector, the focus on fostering and retraining human resources for tourism in the local community ecosystem in Lam Binh and Tuyen Quang plays a weak role facing the reality of human resources of the tourism industry both weak and lacking. It is necessary to cooperate with Thai universities in training resources, diversifying services, developing high-quality eco-tourism teams. On the other hand, it is necessary to develop a long-term strategy to develop the local tourism industry as well as an annual training and fostering strategy for tourism human resources, aiming at the goal of sustainable development of Vietnam's tourism industry before the industrial revolution 4.0 context.

## REFERENCES

1. Decision No. 3066 / QĐ-BVHTTDL dated September 29, 2011 of the Minister of Sports, Culture and Tourism on the approval of the planning of tourism human resource development for 2011-2020.
2. Richard & Benson (1993) "Total quality and human resources management: Lessons learned from Baldrige Award-winning companies" The Academy of Management Perspectives, số 7 tháng 3/1993.
3. Michael Beer và các cộng sự (1984), *Managing Human Assets*, Nhà xuất bản The Free Press, New York (USA).
4. Mohamed Ali Sharafuddin (2015), Types of tourism in Thailand, *e-Review of Tourism Research* 12(3):210 - 219.
5. Jinlou Shi (2007), *The Human Resources Flow Problem*, tạp chí Nonlinearar (UK)
6. François Stankiewicz (2007), *Manager RH - Des concepts pour agir*, Nhà xuất bản De Boeck, ISBN 1782-8147
7. Hochschild, A. (1983), *The managed heart: Commercialization of human feeling*, Berkeley: University of California Press.
8. Kim, H.J., (2008), Hotel service providers' emotional labor: the antecedents and effects on burnout, *International Journal of Hospitality Management*, 27 (2), 151 - 161.
9. Morris, J., & Feldman, D. (1996), The dimensions, antecedents, and consequences of emotional labor. *Academy of Management Review*, 21, 986 - 1010.
10. Wong J.Y & Wang C.H (2009), Emotional labor of the tour leaders: An exploratory study, *Tourism Management*, 30, 249 - 59.
11. Luu Thanh Duc Hai and Nguyen Hong Giang (2011), "Analysis of factors affecting tourist satisfaction when traveling to Kien Giang", *Journal of Science*, 19b, 85-96.

## ĐÀO TẠO, BỒI DƯỠNG NGUỒN NHÂN LỰC CHO DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG: ĐỀ XUẤT BÀI HỌC KINH NGHIỆM DÀNH CHO HUYỆN LÂM BÌNH, TỈNH TUYÊN QUANG

**Phạm Hoàng Tú Linh**  
*Học viện Quản lý giáo dục*

**Ali Sorayyaei Azar**  
*Trường Giáo dục và Khoa học xã hội,  
Đại học Quản lý và Khoa học*

### Tóm tắt

Trước xu thế mới của thế giới, cùng với sự phát triển của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã mở ra nhiều cơ hội cũng như thách thức đối với nguồn nhân lực của một ngành kinh tế, đặc biệt, là ngành Du lịch. Tốc độ tăng trưởng của ngành Du lịch trong những năm gần đây là mảnh sáng của nền kinh tế Việt Nam. Tuy nhiên, để trở thành một trong ba ngành kinh tế chủ lực, du lịch đang còn nhiều việc phải làm, một trong số đó là đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch sinh thái cộng đồng chất lượng cao; từ đó đề xuất giải pháp và bài học kinh nghiệm nhằm phát triển du lịch sinh thái cộng đồng ở huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang.

### Từ khóa

Đào tạo, bồi dưỡng, nguồn nhân lực du lịch, sinh thái cộng đồng, bài học kinh nghiệm, huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang.



# NÂNG CAO HIỆU QUẢ SỬ DỤNG NHÀ Ở TRUYỀN THỐNG NGƯỜI TÀY PHỤC VỤ CHO HOẠT ĐỘNG DU LỊCH CỘNG ĐỒNG HUYỆN LÂM BÌNH, TỈNH TUYÊN QUANG

Hoàng Thị Thế

Trường Đại học Tân Trào

## Tóm tắt

Huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang là một địa phương có tiềm năng lớn về du lịch và loại hình du lịch cộng đồng. Phát triển du lịch cộng đồng được coi là một chiến lược, một giải pháp mang tính nhân văn sâu sắc, góp phần phát triển kinh tế, xã hội bền vững, nâng cao chất lượng cuộc sống của cộng đồng nhân dân các dân tộc tại địa phương.

Với mục đích đáp ứng nhu cầu về phát triển mô hình du lịch cộng đồng trong giai đoạn hiện nay. Bài viết tập trung làm rõ các vấn đề: Thứ nhất, các quan điểm về “du lịch cộng đồng”; Thứ hai, thực trạng nhà ở truyền thống, biến đổi nhà ở phục vụ hoạt động du lịch cộng đồng; Thứ ba, một số kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng nhà ở truyền thống người Tày cho hoạt động du lịch tại huyện Lâm Bình.

Nhà ở truyền thống của người Tày là giá trị văn hóa vật chất đặc trưng nổi bật; là điều kiện quan trọng góp phần hình thành và phát triển mô hình du lịch cộng đồng. Do vậy, chính quyền địa phương cần có những chiến lược cụ thể để tận dụng hiệu quả thế mạnh tại chỗ này.

## Từ khóa

Du lịch cộng đồng, nhà ở truyền thống, phục vụ.

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch cộng đồng còn được gọi với nhiều tên như: “*Du lịch ba cùng: cùng ăn - cùng ở - cùng làm*”, “*du lịch xóa đói giảm nghèo*”,... Huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang có đầy đủ các yếu tố về tiềm năng, các điều kiện để phát triển loại hình du lịch cộng đồng.

Nhà ở người Tày là giá trị văn hóa vật thể dân tộc độc đáo của địa phương. Sử dụng có hiệu quả giá trị văn hóa này sẽ góp phần thúc đẩy phát triển các loại hình du lịch cộng đồng. Chính quyền và nhân dân sở tại đã có chính sách và tiến hành triển khai sử dụng nhà ở truyền thống để tham gia phục vụ hoạt động du lịch cộng đồng. Tuy nhiên, cần có những giải pháp nâng cao hiệu quả sử dụng nhà ở, biến đổi nhà ở phù hợp để đạt được hiệu quả phục vụ cao nhất cho du lịch Lâm Bình trong bối cảnh hiện nay.

## 2. NỘI DUNG

### 2.1. Quan điểm về du lịch cộng đồng

“*Du lịch cộng đồng*” hay “*du lịch dựa vào cộng đồng*” thực chất là đối tượng nghiên cứu và triển khai các loại hình du lịch. Đến nay đã có một số nhà nghiên cứu cũng như một số tổ chức thế giới đưa ra nhiều quan niệm khác nhau về du lịch cộng đồng:

Theo Quỹ Bảo tồn Thiên nhiên Thế giới WWF: “*Du lịch cộng đồng là loại hình du lịch mà ở đó cộng đồng địa phương có sự kiểm soát và tham gia chủ yếu vào sự phát triển, quản lý các hoạt động du lịch, phần lớn lợi nhuận thu được từ hoạt động du lịch giữ lại cho cộng đồng*”.

Theo tác giả Handbook (2000) trong cuốn “Community based tourism” cho rằng: “Du lịch cộng đồng là loại hình du lịch có sự tham gia trực tiếp của cộng đồng địa phương nhằm phát triển kinh tế địa phương, đồng thời góp phần bảo tồn văn hóa, thiên nhiên bền vững, nâng cao nhận thức và tăng cường quyền lực cho cộng đồng. Cộng đồng được chia sẻ lợi ích từ hoạt động du lịch, nhận được sự hợp tác, hỗ trợ của chính quyền địa phương, của chính phủ và các hoạt động hỗ trợ quốc tế, nhằm mục đích khai thác bền vững các tiềm năng du lịch tự nhiên và nhân văn tại địa phương để giới thiệu tới khách du lịch” [2].

Theo Luật Du lịch năm 2017: “Du lịch cộng đồng là loại hình du lịch được phát triển trên cơ sở các giá trị văn hóa của cộng đồng, do cộng đồng dân cư quản lý, tổ chức khai thác và hưởng lợi” [7].

Theo tác giả Đỗ Thanh Hoa trong "Phát huy vai trò của cộng đồng địa phương phát triển du lịch bền vững": “Du lịch cộng đồng là một hình thái du lịch, trong đó người dân địa phương đứng ra phát triển, quản lý du lịch. Kinh tế địa phương sẽ thu được phần lớn lợi nhuận từ hoạt động du lịch” [2].

Như vậy, có thể thấy du lịch cộng đồng là hoạt động du lịch do cộng đồng nhân dân địa phương tham gia trực tiếp các hoạt động, quản lý, phát triển du lịch tại nơi họ cư trú dưới sự chỉ đạo, hướng dẫn của chính quyền địa phương... Với tổ hợp những hoạt động như: chủ động thay đổi về nhà ở cảnh quan đón tiếp khách du lịch; trực tiếp tham gia hướng dẫn, thuyết minh, thực hành cho du khách về những giá trị văn hóa truyền thống độc đáo của dân tộc...

### **3. THỰC TRẠNG VỀ NHÀ Ở TRUYỀN THỐNG VÀ SỰ BIẾN ĐỔI NHÀ Ở TRUYỀN THỐNG PHỤC VỤ CHO HOẠT ĐỘNG DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TẠI HUYỆN LÂM BÌNH, TỈNH TUYẾN QUANG**

#### **3.1. Nhà ở truyền thống**

Ngôi nhà truyền thống của người Tày là nhà sàn có bộ sườn làm theo kiểu vì kèo 4, 5, 6 hoặc 7 hàng cột. Nhà có 2 hoặc 4 mái lợp ngói, tranh hay lá cọ. Xung quanh nhà thưng ván gỗ hoặc che bằng liếp nứa. Ngôi nhà cột rộng rãi, cao ráo và chắc chắn với kết cấu cụ thể như sau: Phần cầu thang, phần gầm sàn, khu vực bếp lửa, không gian thờ cúng, không gian nghỉ ngơi, nơi cất trữ lương thực, không gian sinh hoạt chung và sàn phơi lộ thiên.

Mái nhà truyền thống người Tày ngoài chức năng là nơi ở còn mang những giá trị về văn hóa - xã hội điển hình: Đây là nơi đồng bào Tày thể hiện các giá trị văn hóa, văn nghệ dân gian như hát then, cọi, quan làng, phongslư; là nơi đồng bào lưu giữ, truyền dạy các phong tục dân gian, tri thức dân gian các giá trị văn hóa dân gian đặc sắc như: dệt vải, đan lát, các nghề truyền thống... Nhà ở còn là sự khẳng định vị thế kinh tế - xã hội của người đàn ông Tày trong dòng họ, cộng đồng làng xã. Vì vậy, ngôi nhà được coi là tài sản có giá trị lớn trong đời sống xã hội người Tày.

Hoạt động tín ngưỡng thờ cúng tổ tiên được người Tày rất coi trọng. Trong ngôi nhà truyền thống, đồng bào chọn vị trí trang trọng nhất để đặt ban thờ tổ tiên, dòng họ... Đồng bào Tày thắp hương gia tiên vào ngày mừng một, ngày rằm âm lịch hàng tháng; cúng, thắp hương vào các ngày lễ như Tết Nguyên đán, rằm tháng Giêng, rằm tháng bảy... [1].

#### **3.2. Biến đổi nhà ở truyền thống phục vụ cho du lịch cộng đồng**

Với những tiềm năng và lợi thế về phát triển du lịch sẵn có, Ủy ban nhân dân huyện Lâm Bình đã có những kế hoạch chỉ đạo việc triển khai du lịch cộng đồng trên địa bàn.

Trong giai đoạn hiện nay, những ngôi nhà sàn của người Tày ở Lâm Bình xây mới hoặc sửa lại để phục vụ hoạt động du lịch cộng đồng. Đa số các hộ gia đình đều giữ nguyên về cấu trúc, không gian ngôi nhà truyền thống. Bên cạnh đó, để phục vụ cho hoạt động đón tiếp khách du lịch, các hộ gia đình đã có ý thức vệ sinh cảnh quan xung quanh ngôi nhà, biến đổi, sắp xếp lại cấu trúc ngôi nhà truyền thống theo hướng sạch - đẹp - tiện lợi.

Các hội gia đình tham gia hoạt động du lịch homestay tại huyện Lâm Bình được tập huấn để nắm rõ các tiêu chuẩn cần có của một cơ sở lưu trú như: nhà ở có cổng chào, có thông tin chi tiết, có nhà vệ sinh riêng, sạch sẽ; là không gian nghỉ ngơi an toàn, đầy đủ vật dụng thiết yếu phục vụ khách du lịch...

Người Tày Lâm Bình hiện nay không còn chăn, nốt gia súc, gia cầm dưới gầm sàn; không để bếp củi trong nhà; không kiêng kỵ khách lạ đến gần khu vực bàn thờ gia tiên... như xưa. Thay vào đó là những biến đổi phù hợp để có không gian phục vụ tốt nhất cho du khách.

Như vậy, có thể thấy rằng: các hộ gia đình tham gia xây dựng, sửa sang, biến đổi nhà ở phục vụ cho hoạt động du lịch cộng đồng ở Huyện Lâm Bình là phù hợp với điều kiện, định hướng hiện nay của địa phương. Với những tiềm năng và thuận lợi đã có, xu thế biến đổi về nhà ở tại đây sẽ còn tiếp tục diễn ra với tốc độ ngày càng nhanh trong thời gian tới.

## **4. NÂNG CAO SỬ DỤNG HIỆU QUẢ NHÀ Ở PHỤC VỤ CHO DU LỊCH CỘNG ĐỒNG**

### **4.1. Đối với chính quyền địa phương**

#### *4.1.1. Có chính sách hỗ trợ tài chính*

Khi xác định du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tạo nhiều việc làm, xóa đói giảm nghèo. Chính quyền địa phương cần liên kết với các ngân hàng, các tổ chức để xây dựng những gói vốn vay phù hợp hỗ trợ các hộ gia đình có điều kiện xây dựng, sửa sang ngôi nhà truyền thống. Sắm sửa trang thiết bị, cơ sở vật chất đầy đủ phục vụ cho hoạt động đón tiếp khách du lịch.

#### *4.1.2. Nâng cao kiến thức về du lịch cho người dân*

Tổ chức hiệu quả các lớp tập huấn, kỹ năng làm du lịch cộng đồng cho mọi đối tượng; thực hành, hướng dẫn các chủ homestay chỉnh trang khuôn viên nhà cửa; thành lập các đội văn nghệ; tổ chức xây dựng tập luyện các tiết mục văn nghệ hấp dẫn; hoàn thành xây dựng bản đồ, tour, tuyến du lịch; tập huấn hướng dẫn viên du lịch; bổ sung dịch vụ du lịch như: chèo thuyền kayak, xe đạp, xe máy, bè mảng, câu cá... để phục vụ du khách đến tham quan và trải nghiệm. Việc đào tạo đòi hỏi sự liên tục, đúng quy trình, gắn với tình hình thực tiễn của địa phương. Từ phương pháp học tập trực quan, sinh động, bài tập tình huống, thảo luận thực tiễn sâu..., cho đến học ngoại ngữ “thực hành tại chỗ”... Từ đó, học viên nắm vững kiến thức thực hành nghề chứ không phải lí thuyết.

Tư vấn, định hướng cho các hộ gia đình những phương pháp tiếp cận cho việc kinh doanh hoạt động du lịch homestay... Bên cạnh đó, có chính sách tuyên truyền bà con các dân tộc giữ gìn cấu trúc không gian nhà ở truyền thống. Tránh hiện trạng thay đổi hoàn toàn giá trị văn hóa cổ truyền của ngôi nhà. Làm tốt điều đó, du lịch cộng đồng tại huyện Lâm Bình mới giữ được nét riêng biệt không lẫn với những điểm du lịch cộng đồng khác.

#### *4.1.3. Có sản phẩm du lịch lưu niệm đặc trưng*

Hiện nay du khách đến với huyện Lâm Bình được hòa mình vào cảnh quan thiên nhiên hấp dẫn, kỳ thú; được thưởng thức ẩm thực đặc trưng, hấp dẫn; trải nghiệm các loại hình văn hóa

riêng biệt, độc đáo. Tuy nhiên, địa phương chưa có sản phẩm du lịch lưu niệm để cung cấp cho du khách. Đây là yếu tố cần thiết để khẳng định dấu ấn riêng trong hoạt động quảng bá du lịch Lâm Bình; là sản phẩm kinh doanh, dịch vụ góp phần nâng cao thu nhập cho nhân dân. Sản phẩm du lịch lưu niệm phải mang đủ yếu tố: nhỏ, gọn, ý nghĩa có gắn biểu tượng cho du lịch văn hóa, con người huyện Lâm Bình nói riêng và tỉnh Tuyên Quang nói chung.

## 4.2. Đối với các hộ gia đình tham gia trực tiếp hoạt động du lịch

### 4.2.1. Về cấu trúc, không gian homestay

Những mô hình homestay người Tày tại huyện Lâm Bình hiện nay hầu hết được cấu trúc khá giống nhau. Xét trong thực tế, tâm lí của du khách rất đa dạng, phong phú... Điều đó, đòi hỏi chủ nhà phải nắm bắt được đặc điểm, mong muốn của từng đối tượng khách hàng để nâng cao hiệu quả phục vụ.

Mỗi mô hình homestay cần có những gian phòng kín, có cửa cài tương tự một phòng của các nhà nghỉ, khách sạn để phục vụ những du khách có nhu cầu...; chủ nhà và những du khách khác đoàn không được sử dụng chung phòng cho đến khi khách rời đi. Đây là sự thay đổi cần thiết, phù hợp với tâm lí của khách đi du lịch.

Không gian dưới sàn, xung quanh nhà, các chủ hộ cần bày trí, sắp xếp những sản phẩm, hình ảnh về văn hóa; tiềm năng du lịch; tuyến, điểm nổi tiếng của vùng; cung cấp thông tin mô hình nhà sàn đặc trưng của người Tày huyện Lâm Bình dưới các băng in cố định; thiết kế card visit có thông tin liên lạc riêng của từng homestay. Đây được coi là hình thức quảng bá, tiếp thị gián tiếp mang lại hiệu quả cao. Bên cạnh đó, cần có một góc phục dựng lại một số nét văn hóa truyền thống như: trang phục, chày, mào thổ cẩm, đồ dụng, vật dụng để du khách chiêm ngưỡng, tìm hiểu...

### 4.2.2. Về ẩm thực phục vụ du khách

Trong hoạt động phục vụ ẩm thực dân tộc tại các điểm homestay, quan trọng nhất phải mang đến cho du khách hương vị khác biệt trên cùng một món ăn của địa phương này với địa phương khác. Vì vậy, gia chủ phải là người giới thiệu, quảng bá những nét khác biệt trong món ăn đó bằng cách hướng dẫn du khách cùng tham gia nấu nướng trải nghiệm, trang trí món ăn và cùng gia đình...

Đặc thù của du lịch cộng đồng là du lịch gần gũi với tự nhiên, với cộng đồng nên du khách mặc định tất cả các dịch vụ là “tự nhiên”, “sạch sẽ” nhất. Điều đó yêu cầu rong hoạt động ăn, uống gia chủ phải sử dụng những nguyên, vật liệu tuyệt đối an toàn, vệ sinh, nguyên chất. Tránh trường hợp dùng các sản phẩm bán sẵn, không rõ nguồn gốc gây mất niềm tin đối với du khách.

Bên cạnh đó, việc trang trí các món ăn trong mâm cơm đón khách của các homestay người Tày tại huyện Lâm Bình chưa được chú trọng; cơ cấu rau, củ, quả còn chiếm tỉ lệ ít trong mâm cơm đón khách. Vì vậy, các chủ nhà cần chủ động tìm hiểu, cân bằng cơ cấu cơm - rau - cá/thịt; tìm hiểu thực hành trang trí, bày biện để các món ăn không chỉ ngon miệng mà còn đẹp mắt.

### 4.2.3. Khôi phục và phát triển nghề, văn hóa truyền thống

Trong các thôn, bản của người Tày và các homestay cần tổ chức các lớp đào tạo, tập huấn, phục dựng về nghề truyền thống địa phương đang có nguy cơ mai một. Đặc biệt tập trung vào giới trẻ để họ hiểu và thêm yêu bản sắc văn hóa truyền thống dân tộc như: nghề dệt thổ cẩm, nghề đan lát và văn hóa hát then, các loại hình văn hóa dân gian khác...

#### 4.2.4. Nâng cao hiệu quả các chương trình giao lưu

Du lịch cộng đồng mới được triển khai và thực hiện tại địa bàn huyện Lâm Bình nên những dịch vụ phục vụ vui chơi, giải trí cho du khách hầu như chưa có. Sau khi khách du lịch kết thúc chuyến tham quan ban ngày. Buổi tối ngoài việc ăn uống, nghỉ ngơi, du khách thường có nhu cầu vui chơi, giải trí. Hiện nay, các điểm homestay đã xây dựng các chương trình giao lưu văn nghệ, một số trò chơi dân gian để phục vụ du khách.

Để đạt hiệu quả cao, các chủ nhà cần phải quan tâm đầu tư những trang thiết bị đảm bảo về âm thanh, ánh sáng và chủ động xây dựng nội dung chương trình đa dạng hơn. Phải thể hiện nét đặc trưng của văn nghệ dân gian Tày huyện Lâm Bình nói riêng cũng như giới thiệu cho du khách hiểu biết thêm về đất và người Tuyên Quang.

Hiện nay, tại một số điểm homestay cần đào tạo một số thanh niên trên địa bàn, có năng khiếu tổ chức các hoạt động văn hóa, văn nghệ, dẫn chương trình giao lưu... để tăng sức lôi cuốn, hấp dẫn cho du khách tham quan.

### KẾT LUẬN

Nhà ở truyền thống của dân tộc Tày huyện Lâm Bình là sản phẩm văn hóa vật chất nổi bật, đặc sắc của vùng. Nhờ các chủ trương phát triển du lịch, người dân đã biến đổi, sử dụng mô hình nhà ở phục vụ cho hoạt động du lịch cộng đồng khá hiệu quả. Từ đó, kéo theo sự thay đổi mạnh mẽ về đời sống kinh tế - xã hội của người Tày nơi đây.

Hiện nay, hoạt động du lịch cộng đồng người Tày huyện Lâm Bình, huyện Lâm Bình là lựa chọn của du khách thập phương. Đó là cơ hội và thách thức để đồng bào các dân tộc phát huy khai thác hiệu quả nguồn lực sẵn có. Để nâng cao hiệu quả phục vụ nhà ở cho hoạt động du lịch cộng đồng người Tày cần phải có các biện pháp phát triển đồng bộ, rõ ràng thì mới đạt kết quả cao. Vì vậy, vấn đề giữ gìn, phát huy những nét văn hóa cũng như hiệu quả phục vụ của các mô hình homestay người Tày Lâm Bình là để thúc đẩy phát triển du lịch địa phương. Đó là nhiệm vụ cấp bách của cá nhân, tổ chức xã hội trong cộng đồng bằng những hành động thiết thực, cụ thể để giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc và đưa du lịch Lâm Bình nói riêng ngày càng khởi sắc.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hà Văn Viễn, Hà Văn Phụng (1979), *Các dân tộc thiểu số ở Tuyên Quang*, ban dân tộc tỉnh Tuyên Quang
2. Bùi Thị Hải Yến (chủ biên) 2012, *Du lịch cộng đồng*, NXB. Giáo dục Việt Nam;
3. *Kế hoạch phát triển du lịch huyện Lâm Bình giai đoạn 2016-2020*, ngày 12/10/2016 của Ủy ban nhân dân huyện Lâm Bình;
4. *Kế hoạch số 93/KH – UBND*, ngày 11 tháng 8 năm 2016 của Ủy ban nhân dân huyện Lâm Bình về việc *suu tầm các công cụ, dụng cụ sinh hoạt, lao động sản xuất, các giá trị văn hóa, tín ngưỡng phục vụ cho phát triển du lịch huyện Lâm Bình*;
5. *Kế hoạch Tổ chức triển khai du lịch cộng đồng (homestay) trên địa bàn huyện Lâm Bình*, tháng 12/2016 của Ủy ban nhân dân huyện Lâm Bình;
6. Trang web *Du lịch Lâm Bình* (<http://dulichlambinh.gov.vn/>)
7. Luật Du lịch năm 2017 của Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, số 09/2017/QH14;

## ENHANCING THE EFFICIENCY OF TAY TRADITIONAL HOUSE SERVES THE COMMUNITY TOURISM ACTIVITIES IN LAM BINH DISTRICT, TUYEN QUANG PROVINCE

Hoang Thi The  
Tan Trao University

### Abstract

Lam Binh district, Tuyen Quang province is a locality with great potential for tourism and community tourism. Developing community-based tourism is considered a strategy, a deeply humane solution, contributing to sustainable socio-economic development, improving the quality of life of the people community of ethnic groups in local.

With the purpose of meeting the needs of developing a community based tourism model in the current period. he paper focuses on clarifying the issues: First, the views on "community tourism"; Secondly, the reality of traditional houses, changing houses to serve community-based tourism activities; hirdly, a number of recommendations to improve the efficiency of using the Tay traditional houses for tourism activities in Lam Binh district.

Traditional Tay houses are typical cultural and material values; This is an important condition contributing to the formation and development of a model of community based tourism. Therefore, local governments need to have specific strategies to effectively take advantage of this local strength.

### Keywords

Community-based tourism, traditional house, serve.

## CULTURAL TOURISM IN LAM BINH - POTENTIALS AND ADVERTISING WAYS TO ATTRACT TOURISTS

**Bui Thi Lan**

*Tan Trao University*

### **Abstract**

Lam Binh is a district which is located in the North of Tuyen Quang province. Lam Binh is not only known as a place with diverse ecosystems with many majestic and charming landscape but also a place to store many cultural identities with unique folk festivals such as: the “Long Tong” festival of the Tay ethnic group, “Robbing wife” custom of H'mong ethnic group and “ jumping over the fire” festival of the Pathen ethnic group. These cultural values are not only the pride of the people here, but also the strength for Lam Binh to develop the type of cultural tourism, contributing to improve the local people's lives. The development of cultural tourism in Lam Binh district aims to promote the inherent values and attract investment to develop tourism, improve the cultural life of the community. This article analyzes the potentials of unique cultural festivals and proposes advertising ways to attract tourists, contributing to make Lam Binh tourism become a key destination for domestic and foreign tourists.

### **Keywords**

Cultural tourism, festivals, traditions, cultural values, tourists.

### **1. INTRODUCTION**

Lam Binh is blessed with many beautiful landscapes. Each place and landscape has its own beauty and grandeur and has its own myths and legends. A system of high mountains, lakes, waterfalls, caves and nature conservation areas is very convenient to develop eco-tourism and scenic tourism. The natural beauty with 99 high mountains which is considered as "Ha Long in the middle of the great mountains". Especially, Na Hang - Lam Binh nature reserve is recognized as a special national scenic spot in February 2019.

It is also home of 33,987 people with more than 12 ethnic groups, ethnic minorities accounting for 97.36%, of which the Tay ethnic group accounts for 60.79%, the Dao ethnic group 27.25%, the Hmong ethnic group of 7.19%, the Pa Then ethnic group 1.68% ...

They have created the traditional culture imbued with national identity, with the characteristics of residence area, the system of material and cultural values, spiritual culture with strong ethnicity like civil architecture, costumes, food, festivals, customs, living activities, tools of production... These are advantages for Lam Binh to develop cultural tourism, community tourism which attracts both domestic and international visitors.

### **2. CONTENT**

#### **2.1. Overview of cultural tourism**

##### *2.1.1 Definition of cultural tourism.*

Cultural tourism is a type of tourism which is defined as a key industry of Vietnam. Cultural tourism has a long history in the world. World Tourism Organization (WTO-World

Tourism Organization) each statistic of cultural tourism contributes about 37% of global tourism and is expected to increase by about 15% annually. There are many countries in the world that effectively exploit this type, including Southeast Asian countries.

According to the definition of WTO, cultural tourism is the journey that the main purpose or purpose included is to visit places and events whose cultural and historical values make them a part of Cultural heritage of a community. Thus, with this definition it can be seen that visiting cultural heritage sites is not necessarily the main driving force of a cultural tour. Since then we can combine cultural tourism with other types to increase efficiency and attractiveness. The current profile can include "Eco-cultural" tourism, which combines cultural and ecological tourism. One of the Southeast Asian countries has pushed up this type recently, Indonesia. This strategy has been designed since 2011 to change Indonesia's tourism, bringing the country's tourism to a new step, reaching an important stage in the development process. With eco-cultural tourism, Indonesia aims attracts tourists through adventures, exploring landscapes, ecology and culture, not just sightseeing, relaxation alone. By this way, it will help to attract more diverse, attractive tours and exploit many local values.

### *2.1.2 Cultural tourism in some countries in the world*

Cambodia is a good example in preserving intact value for tourism development. Determining the national strength is the culture-history with features such as Angkor culture, Khmer cuisine, temples and pagodas... the country has conducted preservation of relics nearly original, preserved original and original cultures. In order to ensure that, in addition to applying the right principles and techniques in conservation, Cambodia also has a comprehensive and synchronous policy in prioritizing the preservation of cultural and historical values. Specifically, when the number of tourists to Angkor is too large, the country has taken measures to limit the amount of tourists and the time of sightseeing so as not to damage the relics. Besides, the architecture around cultural tourism areas is also planned, ensuring the maximum height or upgrading the roads but still keeping the ancient bridges.

In Thailand, a famous country which always satisfies visitors and makes visitors happy as if they are in their homeland, the preservation of intact cultural values is also very important. For example, in Chiang Mai, the capital of the former Kingdom of Lanna, known as the "Northern Rose" of Thailand, cultural identities were preserved intact hundreds of years ago. It is the preservation of the local language (Kham Muang is used in parallel with Thai language), traditional costumes, making handicrafts. Hundreds of temples and pagodas are also preserved in architecture and landscape, creating their own characteristics that cannot be mixed. In particular, in 2015, Thailand promoted cultural tourism with a focus on exploring the identity and core values of Thai people. Here visitors experience, participate in cooking classes, massage in accordance with Thai tradition that visitors will not be able to find anywhere else.

Or Bali becomes Indonesia's most prominent destination, symbolizing the success of cultural tourism because the country respects the lifestyle, customs and culture of indigenous people and preserves it, creating a own identity.

## **2.2. The role of traditional festivals in developing cultural tourism in Lam Binh**

In Vietnam, traditional festivals in particular and festivals in general are indispensable cultural expressions in the life of Vietnamese people. The festival is usually held in the spring and autumn, when the harvest is over, farmers have time to rest.



Referring to the festivals in Vietnam, it is impossible not to mention the folk festivals associated with productive labor which are very jubilantly organized by the Vietnamese people, so the festival tourism is always there. The attraction of domestic and international tourists, because the festival is not only a cultural product but also a very attractive tourism potential. The more tourism develops, the closer it is to the festival.

Through festive tourism programs to vividly introduce visitors to the Vietnamese people and Vietnam country in the past and present; Introducing the features, cultural values and beliefs expressed in the festival. Coming to the festival, visitors also enjoy the joy of the festival, mingle with beautiful natural scenery, admire many valuable architectural works.

Through the festival, people can understand the spiritual values and profound philosophies of a country's culture. Therefore, festivals, especially traditional festivals, are considered by many countries in the world and in the region to be an important human resource for tourism development and a product of tourism. culture in its tourism development strategy. In fact, recent years show that festivals in Vietnam, especially traditional festivals, folk festivals have been very attractive. The famous Vietnamese festivals annually attract millions of visitors.

For visitors, the festival is a unified whole, visitors can see how to organize the festivals, the roles, the procession of the procession, the costumes and the knowledge of historical origins. its. Coming to the festivals is also going to the beautiful landscapes, monuments, enjoying a lot of synthetic cultural values because most of the festivals take place in those locations.

Therefore festivals have the potential to attract huge tourists. Regarding the conditions to attract tourists to festivals, besides the conditions for tourism development in general and cultural tourism in particular, we need to remember that it is not enough and simple that we only organize festivals and invite the visitors. You can not also put the festival into tourism programs through the repetition of the same festivals without any renewing.

### **2.3. Potential for developing cultural tourism in Lam Binh**

It can be said that the advantages of nature, people and national cultural identity are extremely rich and unique, which are a favorable basis for Lam Binh district to develop cultural tourism with well-known tourism products. Beautiful sights with its own attraction has become an attractive and interesting tourist destination, attracting domestic and international tourists in recent years. Coming here, tourists not only visit, explore but also experience the same living, eating and staying with indigenous people, this will surely be an interesting destination for visitors. Lam Binh has focused on developing eco-tourism to attract tourists. In addition, traditional festivals bearing the unique cultural identity of Lam Binh local people are unique tourism products, which are attractive to domestic and international visitors. Traditional festivals such as the Long Tong festival of the Tay ethnic group, the fire festival of Pa Then ethnic group, the Then singing festival of the Dao ethnic group have attracted many tourists inside and outside the province. In 2012, the Tay Tong festival of the Tay people was recognized as a National Intangible Cultural Heritage.

#### *2.3.1. Long Tong Festival of the Tay ethnic group*

Lam Binh still preserves traditional folk festivals associated with cultural activities of the ethnic groups here, notably the Long Tong Festival. The Long Tong festival, which represents "going to the fields", starts on the eighth day of the first lunar month. It brief local people's desire for good crops and health.

The ceremony involves solemn rituals in honor of local spirits to thank them for the crops and to ask for their support so local people can enjoy favourable weather conditions and have a comfortable and happy life in the New Year.

The Long Tong Festival in Lam Binh takes place from the tenth day to the sixteenth of January (Lunar Calendar). The festival takes place every year at the stadium of Ke B village, Lang Can commune. The festival consists of two parts: the solemn ceremony and the festival part. For the ceremony, the opening ceremony is the procession from the Pu Bao temple to the stadium where the festival is held. Trays are local products prepared by the skillful hands of the people here, preparing to worship the heavens and the gods. After the procession ceremony is the part of "filling in". The festival is the place where traditional folk games take place, attracting the participation of a large number of people. The event also features unique folk games including 'nem con' (a game in which boys and girls throw cloth balls) and tug-of-war. Joining the joyful atmosphere of the festival are traditional folk songs. All created for the Long Tong Festival a sacred but equally fun and bustling space.

### 2.3.2 “Jumping over the fire” festival of the Pathen ethnic group

“Jumping over the fire” festival of Pa Then ethnic group is held every year in Hong Quang commune, Lam Binh district. For a long time, this festival has been eroded, but in recent years when people's lives have gradually improved, along with the concern of local authorities, the fire dance festival has been restored, restored back. Currently, the scale of organizing the fire festival of Pa Then in Hong Quang commune does not only organize at the commune level but it has been expanded at the district level.

“Jumping over the fire” festival is held in association with the production labor cycle after the end of a year, the time of the festival ranges from October (lunar calendar) of the previous year to January (lunar calendar) of the following year. The festival consists of two parts, the opening ceremony is the rituals of the teacher mo. Gifts for the ceremony include: pigs, chickens, wine, incense, money. During the ceremony the sorcerers will enter into the field for men, usually they are the ones with the base. The ceremony lasts from one hour to two hours. After the ceremony is over, they will jump over the fire. Under the embers, fire-breathing ceremonies do not feel the heat but for them are the moments when they are sublimated. After the ceremony is the festival with music and dance, traditional costume performance, especially the baseball draw. “Jumping over the fire” festival of Pa Then ethnic group is a celebration of human strength in the process of labor production, as well as expressing people's aspirations in overcoming nature.

### 2.3.3. "Robbing wife" - the strange custom of H'mong people

The H'mong ethnic group with many unique customs and traditions. Robbing wife is a typical custom of them!

Traditionally, when a boy wants to marry a girl, he will make his intentions clear, and will "rob" her during daylight or night at any opportunity that is appropriate. This is traditionally only a symbolic kidnapping.

The custom of wife robbery is considered as marriage strategic mode. This process is very popular in the West – North-East. And they still keep this custom nowadays but it just a custom for form's sake. Young H'Mong men and women are free to choose their partners. Marriages are absolutely forbidden between men and women of the same lineage. Matrimonial life of the Mong is very harmonious and divorce is very rare.

#### 2.3.4. Advertising ways to attract tourists

From the reality of Southeast Asian countries, it can be seen that the most importance in developing cultural tourism is to respect and preserve cultural values, create its own identity of the country and locality.

The second important factor is tourism promotion. In this activity, creativity, boldness, professionalism are the key to success, we often cite the limited budget that makes our promotional activities in our country in general and our localities in particular inefficient. Indeed, every year, some countries spent hundreds of millions of dollars on advertising, promoting annual tourism of Singapore, Thailand, Malaysia,... our cost for this work is too low. However, the lessons from the Philippines show that sometimes without high costs, it can be effective. Long ago, Philippines was known as a country with low international visitors, the cost of promoting tourism did not exceed \$ 10 million. With modest budgets, the country has come up with an effective, inexpensive marketing strategy based on social media in the "It's more fun in Philippines" campaign. So what about Lam Binh? Today, the number of individuals in the country and around the world using social networking accounts is very large (popular accounts such as Facebook, Twitter, Instagram). We should grasp this to promote Lam Binh culture to a large number of online communities, attract participants and evoke cultural pride in each citizen so that each individual is a tourism ambassador. By offering attractive slogans or contests to vote for beautiful images of Lam Binh online, allowing users to upload and design their own way...

The use of digital media has been recognized as a current trend that countries are promoting. In addition to the campaign promoted through Facebook, Lam Binh should deploy the national campaign "Discover Lam Binh", aiming to let visitors experience the lives of the indigenous people, thereby feeling the kindness of the people, customs, and culture of local people. In this campaign, Lam Binh can organize at the time of festivals to express the unique, unique characteristics of Lam Binh people and culture. Moreover, an attractive and creative message transmission is also an important point of tourism promotion, especially cultural tourism. Lam Binh should have a unique slogan, with bold Lam Binh, become the brand of Lam Binh. On that basis, each year, an innovative campaign is launched. Therefore, it is necessary to promote the promotion of tourism potentials and advantages through the media, especially through television with reality shows, travel programs, tourism fairs, and associations. workshop in the nation and international countries. It may be the videos or action movies, legends... unique, creative and convey the message of Lam Binh culture. At the same time, the "Lam Binh Tourism" website must introduce enough information and rich content updates so that visitors can easily find out about the destination. Promote the application of information technology in tourism promotion and tourism service deployment, in which take advantage of information technology achievements to expand the market. In addition, it is necessary to identify markets and visitors to have appropriate advertising and investment. After annual visitor statistics, it is necessary to make statistics of where the number of tourists comes mainly from in order to accelerate investment in that area, or to open tourism representative offices in potential countries. In order to focus on promoting culture, people, food... into the market of countries with large numbers of tourists, targeting groups of customers according to market segments. Along with promotion, Lam Binh also needs to thoroughly study the Islamic culture and customs in order to supplement prayer places, food suitable for Islam, strengthen the team in the profession that can use English and other international languages.

These creative and professional requirements bring us back to the issue of human resources for cultural tourism. Only when we train and select a team of professionals who have the

knowledge, skills and creativity can we hope to develop effective cultural tourism. The countries with developed tourism in the region have shown that when launching programs and campaigns on cultural tourism, they always survey the facts thoroughly; analyze strengths and weaknesses; discuss to find an option; organize exchange seminars on options; Conduct testing and apply if effective.

Culture tourism, if you want to exploit and develop culture tourism always requires understanding and sophistication, otherwise it will have the opposite effect because that is what is essence, sacred; is the soul of man and nation. A few of the lessons learned from the Southeast Asian countries above hope to help us more understand and find a reasonable direction to develop cultural tourism in the future.

### 3. CONCLUSION

In short, in order to successfully develop cultural tourism, the promotion and introduction stage plays an extremely important role in bringing appropriate cultural tourism products to tourists based on cultural values such as customs and traditions, traditional festivals as well as strengths of the local natural landscape. Local communities, especially those directly involved in tourism activities, must be seriously aware of the quality of tourism products for tourists and the quality of tourism products. not only in the physical value but also in the spiritual value. The good feeling of visitors stems from the friendly attitude, welcoming hospitality, the understanding of the natural and humane environment, the authenticity of the local community. In order to create authentic cultural values, local communities need to be acutely aware of preserving, preserving and implementing cultural habits in a normal way, not cultural performances.

### REFERENCES

1. Nguyen Khai Hoan, Nguyen Phuong Thao and Nguyen Van Hien (2018), Developing eco-tourism in Tuyen Quang; case study of Lam Binh district, Science Journal of Tan Trao University, No. 10, December 2018.
2. <http://dulichlambinh.gov.vn/>
3. Flourishing tourism in Lam Binh, (2018), <http://dulichtuyenquang.gov.vn/DetailView/2840/4/2/Khoi-sac-du-lich-Lam-Binh.html>
4. Dinh Thi Thu Thao (2017), Tourism Development for Ethnic Minorities and Mountain Areas - Potential, Challenges, Journal of Ethnic Studies No. 20, December 2017.
5. Kim Thoa, Xuan Cuong (2019), Lam Binh build typical tourism products, <http://lambinh.tuyenquang.gov.vn/tin-tuc-su-kien/du-lich-the-thao /lam-binh-xay-dung-cac-san-pham-du-lich-dac-trung-1401.html>
6. Buahapakdee, Apinan (1988), Festival of Mischief, Ghosts, and Phallic Symbols, Saen Sanuk.

## DU LỊCH VĂN HÓA Ở LÂM BÌNH - TIỀM NĂNG VÀ CÁC CÁCH THỨC QUẢNG CÁO ĐỂ THU HÚT KHÁCH DU LỊCH

**Bùi Thị Lan**

*Trường Đại học Tân Trào*

### Tóm tắt

Lâm Bình là một huyện nằm ở phía Bắc tỉnh Tuyên Quang. Lâm Bình không chỉ được biết đến là một nơi có hệ sinh thái đa dạng với nhiều cảnh quan hùng vĩ và quyến rũ mà còn là nơi lưu giữ nhiều bản sắc văn hóa với các lễ hội dân gian độc đáo như: Lễ hội Lồng tồng của người dân tộc Tày, phong tục cướp vợ của dân tộc H'Mông và Lễ hội Nhảy lửa của dân tộc Pà Thẻn. Những giá trị văn hóa này không chỉ là niềm tự hào của người dân nơi đây, mà còn là sức mạnh để Lâm Bình phát triển loại hình du lịch văn hóa, góp phần cải thiện đời sống của người dân địa phương. Việc phát triển du lịch văn hóa tại huyện Lâm Bình nhằm mục đích thúc đẩy các giá trị vốn có và thu hút đầu tư để phát triển du lịch, phát triển đời sống văn hóa của cộng đồng. Bài viết này phân tích tiềm năng của các lễ hội văn hóa độc đáo và đề xuất các cách quảng cáo để thu hút khách du lịch, góp phần đưa du lịch Lâm Bình trở thành điểm đến quan trọng của khách du lịch trong và ngoài nước.

### Từ khóa

Văn hóa du lịch, lễ hội, truyền thống, giá trị văn hóa, khách du lịch.

## SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN LAM BINH DISTRICT - TUYEN QUANG PROVINCE: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

**Dao Dang Thi Hong**  
*Tien Giang University*

### Abstract

Tourism is considered a smokeless industry which creates many jobs, increases income for many inhabitants, contributes a significant part to the local economic value. In order to promote the advantages as well as exploit the tourism potentials, right from the establishment of district, Lam Binh has gradually implemented the overall planning of tourism that was based on the decision No.51/KH-UBND dated 23rd June 6, 2016 of the Provincial People's Committee on the tourism development in Tuyen Quang province in the period of 2016 – 2020. The content of the plan was also emphasized the exploitation and sustainable development based on the available resources, to orient to 2030 the tourism will become an important tourism industry of the region. In this article, the author wants to share the basic knowledge on the real situation of tourism development in Lam Binh district, based on that, assessing opportunities and challenges, proposing the solutions to exploit and develop sustainable tourism in Lam Binh district.

### Keywords

Tourism in Lam Binh district, sustainable tourism, opportunities and challenges, touring solutions in Lam Binh.

### 1. INTRODUCTION

The current tourism of Lam Binh district is to exploit the model of ecotourism products, spiritual cultural tourism, cultural and historical tourism and adventure tourism which has been clearly shown in the overall tourism development plan of district to 2015, orientation to 2020, vision to 2030. Lam Binh is favoured by nature, a rich and diverse ecosystem with many beautiful and charming landscapes. Especially, 99 impressive mountains of Thuong Lam commune were taken as an example of "Ha Long bay between great thousands" and Tuyen Quang hydropower lake with wonderful landscapes. In addition, the district also has 6 national-level historical sites, beautiful caves and waterfall such as Song Long cave, Nam Me waterfall, Khuoi Nhi waterfall, Khuoi Sung waterfall which contain the values of traditional national culture, specialties. Special foods of ethnic minority with a charming taste of Tuyen. These are the natural advantages for tourism development in the district. Assessing the potential strengths as above, since the establishment of the district, local authority implemented the overall tourism development plan of district based on Decision No. 51 / KH-UBND dated June 23, 2016 of the Provincial People's Committee for tourism development in Tuyen Quang province in the period of 2016 - 2020. According to the decision, Lam Binh has been building infrastructure investment in eco-tourism areas of the district. In addition, the district has also restored, maintained and organized cultural events such as Long Tong and Nhay Lua festivals, the traditional cultural features of the nation in order to promote the spiritual tourism development. As a result, the

district's tourism has initially had positive changes, many attractive tourist areas have been formed and exploited such as: Coc Vai eco-tourism area, Khuoi Nhi waterfall, homestay community tourism in Thuong Lam, visiting the landscape of Song Long cave, Phia Vai cave, Khuon Ha commune, Na Hang tourism of the "Coc Vai Pha" mountain which is located in the middle of the lake upstream of Na Hang lake in the district, visiting and experiencing LongTong festival, joining ethnic cultural festival of Lam Binh district. By 2017, the district also passed Decision No. 718 QD-UBND, which emphasizes the protection, preservation and sustainable development of local tourism.

The district's leaders are aware of the strengths well, the role as well as the value of profits from the tourism, so they have issued many policies and organized meetings with stakeholders to participate in local tourism development.

However, the tourism development in the district is still not commensurate with the natural potential, the tourism infrastructure in the district has not been invested synchronously, tours and tourist routes have not been formed more. The community tourism model has not been paid enough attention by all levels, sectors and even the households. Community tourism products in the district's tourism destinations compared to other districts are still poor, less diverse and monotonous, tourism management and guidance are still not professional, environmental pollution, natural ecosystems in some tourist sites are at polluted risk, the models of ecotourism and community tourism have not attracted international and national investments yet.

Most tourists have just stopped at the experience tours, enjoyed traditional cuisine and cultural exchanges. Besides, the district's tourism models are small, sporadic, and there is no homogeneity among tourism partners. Therefore, it is necessary to study the opportunities and challenges in the current tourism situation. From that point, proposing solutions for sustainable development of local tourism potentials.

## **2. CONTENT**

### **2.1. Current situation of tourism development in Lam Binh district**

#### *2.1.1. Types of tourism*

At present, tourists come to Lam Binh mainly in the form of homestay community tourism and relaxed services at the traditional stilt houses of the Tay ethnic people in Na Tong, Khao Dao and Na Va villages; visit eco-tourism on Tuyen Quang hydroelectric lake. Moreover, visitors can admire the mysterious beauty of 99 mountains as well as poetic beauty, wild features at Song Long cave, Măn Me, Khuoi Nhi and Khuoi Sung waterfall, Phia Vai archaeological relic, etc. Besides, combining with the form of spiritual tourism, it is also considered one of the strengths of the district because the people here have still retained ancient temples and pagodas for a long time, with profound traditions of ethnic minorities. For instance, Pu Bao temple in Lang Can commune or Phuc Lam pagoda in Na Tong village or cultural and historical tourism in the historical site of H52 Military Workshop. With preserving and preserving values of tangible heritage and landscapes, the district is also interested in promoting intangible cultural values such as restoring folk festivals of ethnic minority fellow - citizens. The most famous ethnic festival is the Long Tong festival in Thuong Lam commune, Nhay Lua festival of the Pa Then ethnic minority fellow - citizen. Folk songs and traditional dances were also gradually restored by establishing singing and dancing clubs to re-promote the local cultural values.

### 2.1.2. *Some current travel routes*

Based on the potential and tourism resources, the district has created tourist products so visitors can choose to stay for 2 to 5 days. Typically, in Hong Quang commune, tourists can visit the village fair of Pa Then and Mong ethnic minority or participate in productive labor activities with the people here (catching snails, picking forest vegetables, catching fish, herding buffalo, etc). Visitors will enjoy traditional foods of the ethnic people, see the cultural performances and fire-dancing programs of the Pa Then. In Thuong Lam commune, tourism products are relatively more diversified, which attract many tourists, especially international tourists. Visitors will visit to learn about the Tay culture, participate in productive labor activities, have lunch with special cuisine, joining tourist activities such as cycling, riding motorbikes to admire famous landmarks such as Phuc Lam Pagoda, the Tien and Chu Khach cliff, going through the paths of Ai Au Pass, visiting palm trees for many years in Na Va; watching ethnic minority people weaves traditional brocade sheets or exploring hydroelectric lakes by rowing rafts or rowing Kayaks and go camping, etc. Besides tourists also explore mountains, primeval forests: Na Lau - Khau Dao, Na Lau - Na Pu, Na Phuong, or climb the mountains in Thuong Lam. In Khuon Ha commune, visitors learn about the Tay ethnic culture, admire the spiritual places like Na Them temple, ride through the paths of Keo Hec pass. In Lang Can, tourism activities are similar to those in the above communes, but there are more services of shooting shrimps, shooting fish from streams, etc. In Xuan Lap and Phuc Yen commune, tourists learn about the Dao and Mong ethnic cultures, admire the terraced paddy fields in Khuoi Trang village and the special houses of Mong.

### 2.1.3. *Number of tourists, revenue, business establishments*

According to statistics of Lam Binh District Department of Culture and Information, in recent years the number of tourists coming to the district has increased. Typically, in 2011 the district only welcomed about 3500 visitors, by 2014 the total number of visitors was nearly 8000 visits, achieve 190% of the plan. This number continued to increase about 14,000 by 2016. And most recently, in 2017 the district welcomed about 35,000 visitors, reaching over 29% of the plan includes 115 foreign visitors, homestay tourists were over 3600 people. Social sales from tourism in 2017 reached over VND 17 billion. While only in the first 4 months of 2019, the district has attracted 23000 tourists, the revenue reached more than 13 billion VND. Revenue from tourism households in the district is also increased. Typically, the family of Mr. Hoang Van Tong, the Tay people, in Thuong Lam commune, in the past, his family's economy depended entirely on agriculture but since he was supported by the the district's advice after that his family changed to the tourism model. Up to now, the income from tourism has reached nearly 200 million VND / year, and at the same time, his family has created jobs for 10 more people, the average income is 200,000 VND / day. [10]. According to the survey results, in 2018 the district had 15 homestays [9], this figure was 21 homestays in 2019 [12]. In addition, the district has 2 motels and 2 restaurants [9].

## **2.2. Opportunities and challenges for sustainable tourism development in Lam Binh**

### 2.2.1. *Opportunities*

Lam Binh has a particularly great opportunity to have a diverse ecosystem that other districts cannot compare with it. The district has more than 70% of the area covered by primeval



forests, has many beautiful scenes, charming scenes with limestone mountains interspersed with each other creating a majestic scenery. The most prominent is the 99 mountains in Thuong Lam commune created an impressive rocky community associated with the legend of 100 phoenixes. In addition, with an area of over 8000 hectares with natural beauty of Tuyen Quang hydropower lake, large beautiful caves with sparkling stalactites, charming waterwalls such as Song Long cave, Man Me, Khuoi Nhi, Khuoi Sung waterfalls. It also attracts tourists when they come here. From the natural advantages will bring many opportunities for tourism development in the district.

In recent years, the district has allocated funds from the national target program on sustainable poverty reduction about infrastructure construction. Many communes of the district have been invested in making concrete roads. In addition, the district also concentrates resources to renovate and upgrade sections of roads, build road routes such as the road to Khuoi Pin cave, Khuon Ha commune to serve tourism development. District prioritily invests in transport infrastructure that is a premise for the development of tourism in particular and the economy in general.

In 2017, the district implemented the project "Building and operating a community tourism model". The project aims to conserve and sustainably develop the Tay ethnic cultural village in Na Dong and Na Tong villages (Thuong Lam commune), Na Muong (Khuon Ha) and Nam Diep (Lang Can commune) with 15 households participating. Implementing the project, the district has organized households to visit, learn experience from community tourism in some provinces; organize training courses on capacity building, community tourism skills; complete the reorganization of the house campus, set up art teams, organize rehearsals to serve tourists; completing the development of maps, tour routes, training of tourist guides, supplementing tourist services such as rowing kayak, riding bicycles, riding motorbikes, rowing crafts, going fishing, etc. to serve the traveler. [11]

The district is promoting reform of administrative procedures, building an attractive investment environment to attract domestic and foreign investors to invest in Lam Binh. To continue focusing capital sources to support investment in the development of essential infrastructure systems into tourist sites with potential for development, giving priority to cultural, ecological and homestay community tourist tours.

To invest in the construction of cultural villages associated with the development of community tourism such as: cultural and tourist villages in Na Tong and Na Dong, Thuong Lam commune, Na Muong in Khuon Ha and Nam Diep in Lang Can commune. Preparing a proposal to improve the investment and business environment; building a list of projects calling for investment promotion; focusing on attracting, inviting organizations, individuals and businesses to invest in infrastructure and tourism technical facilities, focusing on investing in the construction of resorts and ecological zones. In particular, fivestar tourism company has implemented many tourism models in the district. In the immediate future, this company built a homestay in Ban Bon village, Phuc Yen commune with 4 participating households. In addition, the company has also invested an eco-tourism project in Nam Diep waterfall area, Lang Can, Na Khau, Phuc Yen commune. In addition, with the policy of continuing to perfect and exploit the available tourism potential, Lam Binh district leaders collaborated with functional agencies to survey newly discovered caves in Khuon Ha commune.

It is Nan Thuom cave which is considered the largest cave in Lam Binh, Gieng Troi cave. The cave has many limestone stalactites with beautiful shapes shimmering with sparkling colors. If the cave is exploited, it promises to be a great destination for tourists to experience.

In addition, Lam Binh district also restored the traditional festivals such as Nhay Lua Festival, Long Tong festival; traditional handicraft villages for tourism such as bamboo handicraft production villages in Khuon Ha commune, Hong Quang commune, brocade handicraft villages in Lang Can commune where traditional weaving are still maintained, wine – making from rice and leaf in Lang Can, Binh An, traditional vermicelli villages in Thuong Lam, Phuc Yen and Binh An. In addition, the district has issued and organized many mechanisms and policies to encourage and support the development of rural industries such as Resolution No. 29/2009 / NQ-HDND on development policies.

Recently, the district and the local restored Phuc Lam pagoda, Thuong Lam commune; Pu Bao temple, Lang Can commune and Na Them temple as historical relics recognized as a national heritage.

In addition, the district also strengthens the exploitation of special cuisine to serve tourists such as ant eggs, bamboo shoots, pork stew kitchen, buffalo mannequin dish. At the same time, promoting special plant - cattle projects of the region in order to find unique agricultural products, making a difference with other regions.

Lam Binh tourism is concerned, directed and supported by the Provincial People's Committee in all aspects such as attracting investment, promoting the image of local tourism, simplifying procedures and applying technology to solve problem quickly. Typically, after accelerating the construction progress and with the cooperation and support from the authorities at all levels, Five Star Company has invested in the construction and completion of two homestay resorts in Nan Dip and Ban Bon in the Lang Can, Phuc Yen commune. After that, continuing to build tours to connect 3 provinces of Tuyen Quang - Phu Tho - Ha.

In addition, in order to attract tourists as well as call for investment from organizations, district actively promotes and introduces their potentials, advantages and tourism products on social networking sites like facebook, youtube in Vietnamese, English, French. Successfully, building the electronic portal "Lam Binh Tourism" with rich and diverse content to provide tourist information, provincial maps to meet the travel needs of tourists coming to Lam Binh.

The district also signed tourism cooperation and cooperation programs such as the district signed a cooperation agreement with other districts to implement the tourism development cooperation program at the annual tourism development cooperation conference in 2018 between Na Hang, Lam Binh (Tuyen Quang), Ba Be, Pac Nam (Bac Kan) and Bac Me (Ha Giang).

District also cooperates with Hanoi Tourism College to organize classes which enhance tourism skills for tourism service business households in the district. In addition, to promote tourism image, the district also organizes Kayak Races at the wharf area in Khuon Ha commune. Not only the participation of the local but also gathered racing teams nationwide. Through these activities to introduce the potential, create a highlight in tourism in the district and attract more tourists to visit.

Besides, for hilly terrain, road sections and rugged bends are considered as restrictions for Lam Binh tourism. But according to the author, it also opens up an opportunity for Lam Binh tourism because the current tourist demand is that they want to go further from the city, far away from the noisy and bustling places. They want to go to peaceful places, still pure places, and Lam Binh fully converge those factors. In addition, those segments are also the place to attract adventurers, adventurous tourists to visit.

In general, the tourism in Lam Binh district has had more positive changes than before. However, the district still faces some challenges.

### 2.2.2. *Challenges*

Firstly, tourism products are less diverse, not much difference between localities, which reduces the competitiveness and attractiveness to retain tourists. Typically, within the same province, among the districts, tourism products are almost similar. Like Lam Binh has products to visit and experience Khuoi Nhi and Khuoi Sung waterfalls. In Chiem Hoa, Ban Ba waterfall has the same beauty or in Yen Son with My Lam mineral spring tourism. Coming to Lam Binh, tourists can visit ethnic villages, enjoy specialties, experience life with ethnic people, visit historical sites, temples, pagodas and participate in festival activities, etc. These have in many districts in the province in particular and the northern mountainous provinces in general. The professionalism, creativity and always improving the quality of tourism products in the district and many localities deserve more. The value of visitors gained after a journey can be interesting and impressive experiences about the beauty of the landscapes. However, the stereotypes of tourism products will not create unique feature of the product so that it can cause to feel bored for visitors about the destination.

Second, infrastructure and technical facilities are one of the challenges of the district. Lam Binh is a remote district, the northern highland is also a newly established district in February 2011, so the infrastructure and technical facilities are still incomplete. Public transport infrastructure does not require the needs of fast and convenient tourist destinations of tourists. In addition, the topography of Lam Binh is mountainous terrain with difficult passes and bends that will make it difficult for transport. The distance from Hanoi to Tuyen Quang is about 147 km while from Tuyen Quang to the tourist communes in Lam Binh district is also about 100 km. Travelling with long distance and accompanying many poor tourism products and bad tourism service quality, this will be a big challenge for Lam Binh tourism.

Thirdly, environmental issues and climate change, over-exploitation of resources are significant challenges for the sustainable development of Lam Binh. The district is covered by 70% of the forest, there are still primeval forests with extremely rich flora and fauna. Up to now, tourism has not affected much forest resources, but if tourism is on the way of development, the issue of protection and management of forest resources in the district also needs to be considered. Typically, in Son Tra peninsula, Da Nang has beautiful scenery, so it attracts the adventure of foreign tourists. Many tourists have ventured into the depths of non-terrain forests, camping overnight, which can lead to the risk of disorder and security and the risk of forest fires. Besides, there must also be environmental issues in the tourist destinations. The general situation for tourism in Vietnam is that wherever there is tourism there is garbage. Waste not only comes from unconscious tourism participants but also to tourism businesses, especially for spontaneous tourism households, simple lifestyles and low knowledge. From there, these wastes are discharged into the environment, affecting the ecological environment seriously. The main purpose of tourists coming to tourism in mountainous districts and provinces is that they want to enjoy the fresh air, to live in the natural world, but the environment which they visit is polluted, the chances that they want to come back is very low. This is also an important challenge that the district needs to consider.

Fourthly, although the areas, tourist attractions and the number of households doing tourism in the district are not large, if the district's tourism development strategy develops strongly, it will attract more households to participate. As a result, some spontaneous business

models of indigenous people will appear. They are not even trained in tourism, follow the habits, copy the stereotypes and only exploit the natural factors available for tourism, lack of capital, lack of experience and knowledge in tourism marketing. Therefore, many tourism products are not attractive enough, it is easy to get bored and they lack professionalism and difficult to invest in natural landscapes. From there, affecting the overall tourism development of the district.

Finally, the human resources for the district's tourism industry are inadequate and weak in professional skills. Currently, the majority of farmers are shifting from farming to tourism. They learn the experience from the villagers themselves or do more on the internet to meet the needs of tourism. Most of the tourism people who do not have any professional training, no certificate of practice, but only organized by the district, take households to learn from some models in the mountainous provinces such as Mai Chau (Hoa Binh) and Ha Giang.

### **2.3. Solutions for sustainable development**

To sustainably develop tourism in local tourism, it is necessary to link tourism products with agriculture and rural areas, paying more attention to reinvesting the natural resources that have exploited, innovated and created various types of tourism. ecotourism products combined with agriculture and rural areas. Therefore, special incentives are needed to encourage current tourism models such as resort ecotourism, homestay tourism, and spiritual tourism. Since then, developing more tourist models such as experience eco-model, exploratory tourism model, high-tech agricultural, eco-tourism model, rural tourism model. Coming to these new tourism products, tourists are not merely sightseeing, visiting and enjoying specialties but they must be truly like experiencing life as indigenous people. High-tech agricultural eco-tourism model is not too strange in Vietnam, typical tourism models are successful in Dalat, Ho Chi Minh City and especially the 5 - star tourism model at VinEco in Hoi An. VinGroup is a model of tourism businesses that can learn from experience.

To elaborate, amend and supplement to perfect mechanisms and policies on tax and financial incentives for organizations and individuals investing in fields related to tourism development. District People's Committee is responsible for leading relevant departments and sectors (Department of Planning and Investment, Natural Resources and Environment and Department of Finance) to coordinate with Department of Culture, Sports and Tourism to formulate exemption or reduction policies, business taxes, long-term loans with preferential interest rates for tourism exploitation projects in areas where infrastructure is more difficult, more pristine than exemption or reduction of land rent, land use tax, special preferential policies should be given to enterprises and individuals capable of biodiversity in the areas planned for ecotourism development.

Promoting cooperation and linking in tourism development with all provinces in the mountainous areas and Hanoi. Deploying the activities of connecting tours, sightseeing routes with the associated units more specifically and practically, implementing the contents of the link to avoid the form but have to go into depth. Deploying programs to promote tourism cooperation with other provinces in order to gradually build a tourism route to these locals

Calling for investment and cooperation from various economic sectors to build or upgrade roads to tourist destinations; modern means of transport; forming tourist bus routes; To build new wharves and to transport passengers on Gam and Nang rivers or Tuyen Quang hydroelectric lake. Encouraging private investment to upgrade, renovate or build new hotels, motels and restaurants in a way that is suitable to the existing landscape and friendly to nature.

Current socialization of tourism is necessary but it is important to ensure the cohesion and harmony of interests between the travel agencies and indigenous communities involved in tourism. Local tourism potentials are exploited sustainably depending on the awareness of indigenous peoples in protecting the existing natural resources, the ability to develop diverse local specific tourism products, awareness of protecting existing landscape and preserving environmental sanitation in tourism activities. The ability to behave, civilized and polite communication, especially the ability of foreign languages, are factors that have a positive influence on the satisfaction of visitors. Therefore, the task of training and raising awareness of the sustainable tourism potential, professionalism, professional skills and foreign language ability are urgent. In addition, it is necessary to promote training and fostering activities to improve the professional and managerial capacity of the tourism industry's human resources. In the trend of competition and promotion of tourism in the industrial age 4.0, it is necessary to have specialized personnel and human resources for the tourism industry not only good at professional skills but also good at foreign language and information technology in order to carry out tourism promotion and marketing more modernly and effectively. Therefore, the local tourism industry needs to have training and cooperation with regional, national and international universities, colleges and tourism associations to train modern tourism skills.

### 3. CONCLUSION

The development of the tourism industry in Tuyen Quang province in general and Lam Binh tourism in particular has been having positive impacts on all economic and social aspects of the locality. The development of a tourism model contributes to solve many employment needs for local labor, increasing incomes for many households, contributing a significant value to the GDP of the district. So that the tourism industry to continue to reap more achievements and realize the par, tourism managers and participants in tourism exploitation need to have analysis and identification of strengths weakness points, opportunities and challenges to develop sustainable tourism potential strategies. Using success of opportunities and appropriate solutions to overcome challenges will be a premise to promote tourism industry in Lam Binh district.

### REFERENCES

1. Williams P, Paridaen M, Dossa K, Dumai M (2001). Agritourism market and product development status report, *Centre for Tourism Policy and Research. Simon Fraser University Burnaby, BC, Canada.*
2. Irina-Virginia (2012). Rural Tourism for Local Economic Development. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*. Volume 2, Special Issue 1 (2012), pp. 196-203.
3. Roselyne Okech (2012). Rural tourism as a sustainable development alternative: an analysis with special reference to Luanda, Kenya. *Sustainability, tourism and environment in the shift of a millennium: a peripheral view.*
4. Nguyễn Hoàng Mẫn (2012), *Tiềm năng, thực trạng và định hướng phát triển du lịch tỉnh Tiền Giang*, luận văn thạc sĩ địa lý học, Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh.
5. Trương Thị Thuỳ Linh (2013), *Đánh giá chất lượng dịch vụ du lịch tour “sinh thái, sông nước, miệt vườn” của công ty TNHH du lịch công đoàn Tiền Giang*, luận văn thạc sĩ khoa học kinh tế, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.

6. <http://congbao.tuyenquang.gov.vn/van-ban/vid/4583>
7. <http://congbao.tuyenquang.gov.vn/van-ban/vid/4958>
8. <http://lambinh.tuyenquang.gov.vn/tin-tuc-su-kien/du-lich-the-thao/lam-binh-nhin-lai-hoat-dong-du-lich-nam-2017!-316.html>
9. <http://lehoithanhuyen.com.vn/DetailView/3727/61/Doanh-nghiep-kinh-doanh-du-lich.html>
10. <https://nhandan.com.vn/vanhua/item/40705102-non-nuoc-lam-binh.html>
11. <http://dulichlambinh.gov.vn/DetailView/2858/3/Du-lich-Lam-Binh-tiem-nang-va-dinh-huong-phan-trien.html>
12. <https://cungphuot.info/khach-san-nha-nghi-tai-lam-binh-tuyen-quang-post6799.cp>
13. <http://dulichlambinh.gov.vn/DetailView/2756/4/Gioi-thieu-ve-Lam-Binh.html>
14. <http://dulichlambinh.gov.vn/DetailView/2785/44/Du-lich-tam-linh.html>
15. <https://dulichnahang.vn/khu-di-tich-xuong-quan-khi-h52/>

## PHÁT TRIỂN DU LỊCH BỀN VỮNG TẠI HUYỆN LÂM BÌNH: CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC

**Đặng Thị Hồng Đào**  
*Trường Đại học Tiền Giang*

### Tóm tắt

Du lịch được coi là một ngành công nghiệp không khói tạo ra nhiều việc làm, tăng thu nhập cho nhiều người dân, đóng góp một phần đáng kể vào giá trị kinh tế địa phương. Để phát huy lợi thế cũng như khai thác tiềm năng du lịch, ngay từ khi thành lập huyện, Lâm Bình đã dần thực hiện quy hoạch tổng thể về du lịch dựa trên quyết định số 51 / KH-UBND ngày 23 tháng 6 năm 2016 của Ủy ban nhân dân tỉnh về phát triển du lịch ở tỉnh Tuyên Quang trong giai đoạn 2016 - 2020. Nội dung của kế hoạch cũng được nhấn mạnh là khai thác và phát triển bền vững dựa trên các nguồn lực sẵn có, để định hướng đến năm 2030, du lịch sẽ trở thành một ngành công nghiệp quan trọng của khu vực. Trong bài viết này, tác giả muốn chia sẻ kiến thức cơ bản về tình hình phát triển du lịch thực tế ở huyện Lâm Bình, dựa vào đó, đánh giá cơ hội và thách thức, đề xuất các giải pháp khai thác và phát triển du lịch bền vững ở huyện Lâm Bình.

### Từ khóa

Du lịch tại huyện Lâm Bình, du lịch bền vững, cơ hội và thách thức, giải pháp du lịch tại Lâm Bình.

## CÁC NHÂN TỐ TẠO NÊN SỰ THU HÚT DU KHÁCH ĐẾN VỚI LÂM BÌNH - TUYÊN QUANG

Hà Thị Phương Dung  
*Trường Đại học Kinh tế quốc dân*

### Tóm tắt

Thiên nhiên đã ban tặng cho Lâm Bình hệ sinh thái đa dạng có nhiều cảnh đẹp hùng vĩ, sơn thủy hữu tình với kết cấu địa chất đặc thù, hệ sinh thái rừng nguyên sinh, mặt nước phong phú, đa dạng cùng những hang động tự nhiên kỳ thú, hồ Lâm Bình. Hoạt động du lịch đã góp phần quan trọng vào quá trình phát triển kinh tế - xã hội của huyện, giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc, bảo vệ môi trường sinh thái. Bài viết tìm kiếm các nhân tố tạo nên sự thu hút du khách đến với Lâm Bình - Tuyên Quang để từ đó tìm kiếm các giải pháp phát triển du lịch địa phương. Bài viết đã tiến hành điều tra 150 du khách đến Lâm Bình - Tuyên Quang thông qua 5 công ty du lịch bằng Bảng câu hỏi. Dữ liệu được xử lý bởi phần mềm SPSS 20.0. Kết quả thực nghiệm cho thấy các nhân tố tạo nên sự thu hút du khách đến với Lâm Bình - Tuyên Quang theo thứ tự giảm dần là: Tài nguyên du lịch; Cơ sở hạ tầng; Ẩm thực; Quảng bá, xúc tiến du lịch; Nguồn nhân lực; An ninh, an toàn; Hoạt động mua sắm, giải trí.

### Từ khóa

Thu hút du khách, du lịch, Lâm Bình, nhân tố.

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Huyện Lâm Bình có rất nhiều di tích danh lam thắng cảnh như: Thắng cảnh 99 ngọn núi ở xã Thượng Lâm; Xưởng Quân khí H52; Động Song Long, Thác Nặm Me, Thác Khuổi Nhi, thác Khuổi Súng; di tích khảo cổ Hang Phia Vài, Chùa Phúc Lâm, Đền Pú Bảo... Đây là cơ sở thuận lợi cho huyện phát triển du lịch mạo hiểm, văn hóa, sinh thái và du lịch lịch sử.

Đến với Lâm Bình Tuyên Quang, ngoài đến với thắng cảnh hùng vĩ nên thơ, du khách còn hướng tới những điểm du lịch văn hóa tâm linh như: chùa Phúc Lâm và đền Pú Bảo để tham quan, cầu an, cầu lộc, cầu may mắn... Nhiều du khách đã lựa chọn những ngôi nhà sàn truyền thống làm dịch vụ du lịch cộng đồng homestay để dừng chân cùng nhau trải nghiệm, cảm nhận cuộc sống sinh hoạt và những nét đẹp văn hóa truyền thống của đồng bào dân tộc nơi đây.

Ngay sau khi thành lập huyện, Lâm Bình đã thực hiện công tác quy hoạch phát triển tổng thể du lịch huyện đến năm 2015, định hướng đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030. Theo đó, huyện đã triển khai khôi phục, duy trì và tổ chức các sự kiện văn hóa như Lễ hội Lồng tồng, nhảy lửa, các nét văn hóa truyền thống của dân tộc. Thời gian qua, huyện đã khôi phục và nâng cấp Lễ hội Lồng tồng xã Lãng Can thành lễ hội cấp huyện, phục dựng chùa Phúc Lâm; khuyến khích các tập thể và cá nhân trong và ngoài tỉnh đầu tư vào các điểm, khu du lịch.

Nhờ đó, số lượng khách du lịch đến với huyện Lâm Bình ngày một tăng. Năm 2011 huyện đón được 3.500 lượt khách du lịch, đến năm 2014, tổng lượt khách đến với Lâm Bình đạt 8.000 lượt, bằng 190% kế hoạch đề ra. Đến năm 2016, tổng lượt khách đến với Lâm Bình đạt gần 14.000 lượt.

Theo thống kê của Phòng Văn hóa và Thông tin huyện Lâm Bình, trong 6 tháng đầu năm 2019, Lâm Bình đã thu hút trên 23.000 lượt khách, đạt 63,89% kế hoạch, tăng 1,32% so với cùng kỳ năm 2018, doanh thu xã hội trên 13,8 tỷ đồng, đạt 62,73% kế hoạch năm 2019.

Hoạt động du lịch đã góp phần quan trọng vào quá trình phát triển kinh tế xã hội của huyện, giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc, bảo vệ môi trường sinh thái, công tác tuyên truyền, quảng bá du lịch được chú trọng, công tác xã hội hóa du lịch từng bước được đẩy mạnh. Đặc biệt thời gian qua, các cơ quan chức năng của tỉnh và Bộ Tài nguyên và Môi trường đã hoàn thành “Đề cương nghiên cứu, xây dựng Công viên Địa chất Nà Hang - Lâm Bình, Tuyên Quang” trình Chính phủ xem xét, công nhận là Công viên địa chất quốc gia. Khu vực được coi là “hội tụ nhiều giá trị di sản tự nhiên và văn hóa, đặc biệt là các di sản địa chất - địa đạo, các di tích lịch sử, khảo cổ, đa dạng sinh học... có giá trị nổi bật tầm cỡ quốc gia và quốc tế”. Đây sẽ là cơ hội lớn để du lịch Lâm Bình cất cánh.

Nhằm tìm ra các giải pháp phát triển du lịch Lâm Bình - Tuyên Quang, tác giả đã nghiên cứu các nhân tố tạo nên sự thu hút khách du lịch đến với điểm đến Lâm Bình. Qua nghiên cứu thực nghiệm đã chỉ ra nhóm nhân tố hiện nay có ảnh hưởng lớn nhất đến sự thu hút du khách đến với Lâm Bình là “tài nguyên du lịch”, đó đó để gia tăng số lượng du khách, cơ quan chức năng cần quảng bá, xây dựng rõ nét tài nguyên du lịch riêng có của Lâm Bình, trong đó tập trung vào 2 tiêu chí: cảnh quan thiên nhiên độc đáo, ấn tượng và nền văn hóa độc đáo của Lâm Bình.

## 2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### 2.1. Phương pháp chọn mẫu điều tra

Đối tượng điều tra là khách du lịch đã từng du lịch đến Tuyên Quang với số lượng là 150 khách, thông tin điều tra theo Bảng hỏi được chuẩn bị sẵn. Bảng câu hỏi gồm 2 phần:

Phần 1: Khai thác những thông tin chung về du khách.

Phần 2: Đo lường các nhân tố tạo nên sự thu hút khách du lịch đến với Lâm Bình - Tuyên Quang theo thang đo Likert 5 mức độ.

### 2.2. Phương pháp thu thập số liệu, tài liệu

Số liệu thứ cấp được thu thập dựa trên cơ sở kế thừa các báo cáo, các tài liệu có liên quan của cơ quan nhà nước, đề tài sinh viên, báo cáo về tình hình du lịch trong 3 năm 2017-2019 của khu du lịch huyện Lâm Bình. Số liệu sơ cấp được thu thập thông qua điều tra và phỏng vấn khách du lịch đã đến Lâm Bình thông qua các công ty du lịch: Công ty TNHH Thương Mại và Du lịch Năm Sao; Công ty TNHH du lịch Non nước Lâm Bình; Công ty Viettrantour; Hải Anh Travel; Fivestar Travel; Công ty TNHH MTV Du lịch S Việt Nam.

### 2.3. Phương pháp phân tích và xử lý số liệu

Dữ liệu từ Bảng hỏi được mã hóa và nhập trên phần mềm SPSS phiên bản 20.0

#### Mô hình nghiên cứu

Du lịch không chỉ đóng góp cho doanh thu xuất khẩu mà còn cải thiện hình ảnh của đất nước. Sự thành công trong việc xây dựng một điểm đến an toàn và đa dạng hóa sản phẩm du lịch đã thu hút nhiều khách du lịch hơn (Hannah & Anna, 2010).

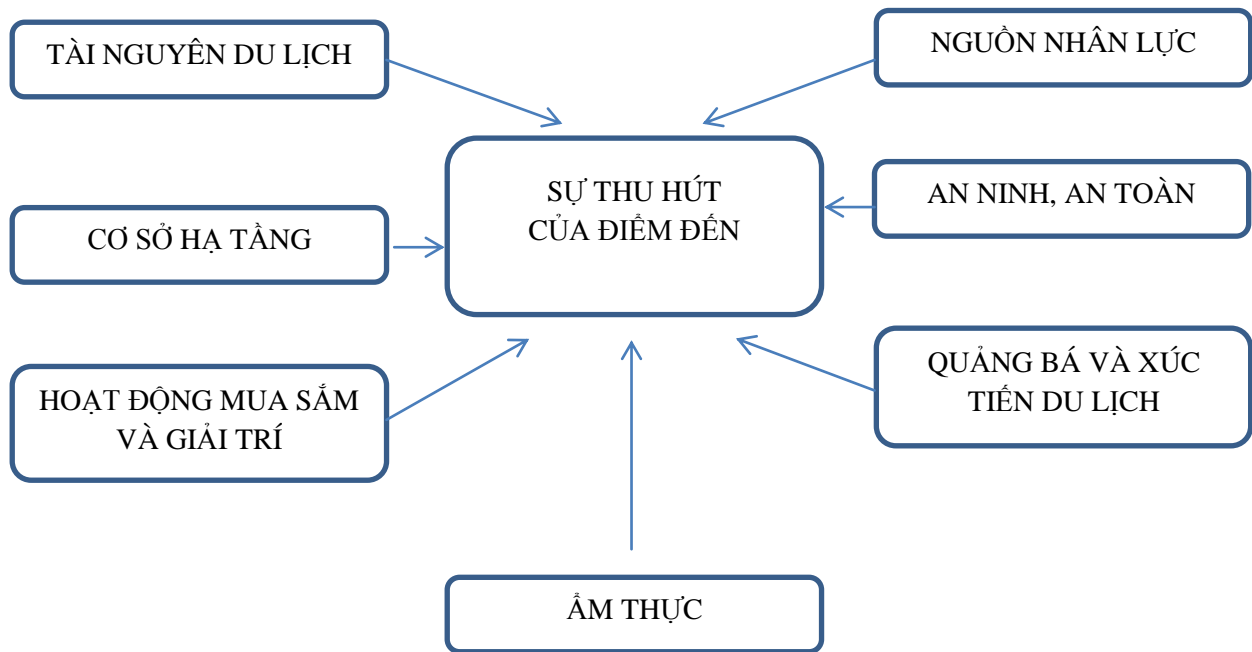
Theo Suthathip,(2014) các vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa đã thúc đẩy kinh tế địa phương bằng hoạt động du lịch. Việc phát huy các thế mạnh về tài nguyên tự nhiên sẵn có sẽ tạo điều kiện phát triển du lịch (Clare, 2006).



Các yếu tố góp phần vào sự hấp dẫn của điểm đến gồm: tài nguyên du lịch, khí hậu, văn hóa, ẩm thực, lịch sử, cơ sở vật chất kỹ thuật, cơ sở hạ tầng, dịch vụ và hệ thống an ninh (Kazak và Rimmington, 1998).

Năm 2016, Tun và Athapol thực hiện nghiên cứu về những nhân tố ảnh hưởng việc lựa chọn Bangkok của du khách bằng phương pháp định lượng. Tác giả đã khảo sát những đánh giá của du khách về các tiêu chí: Nơi lưu trú, mua sắm, giao thông, ẩm thực, sự thu hút về văn hóa, lịch sử, an toàn, giải trí, thái độ của người dân, quảng bá về du lịch.

Dựa vào các nghiên cứu trên tác giả xây dựng mô hình về nhân tố ảnh hưởng đến sự thu hút của điểm đến đối với du khách như sau:



Hình 1: Nhân tố ảnh hưởng đến sự thu hút của điểm đến

**Giả thuyết nghiên cứu:**

Giả thuyết H1: Tài nguyên du lịch và sự thu hút của điểm đến có mối quan hệ cùng chiều

Giả thuyết H2: Cơ sở hạ tầng và sự thu hút của điểm đến có mối quan hệ cùng chiều

Giả thuyết H3: Hoạt động mua sắm, giải trí và sự thu hút của điểm đến có mối quan hệ cùng chiều

Giả thuyết H4: Ẩm thực và sự thu hút của điểm đến có mối quan hệ cùng chiều

Giả thuyết H5: Nguồn nhân lực và sự thu hút của điểm đến có mối quan hệ cùng chiều

Giả thuyết H6: An ninh, an toàn và sự thu hút của điểm đến có mối quan hệ cùng chiều

Giả thuyết H7: Quảng bá, xúc tiến du lịch và sự thu hút của điểm đến có mối quan hệ cùng chiều

Đề đo lường các tiêu chí trong mô hình nghiên cứu, tác giả sử dụng thang đo Likert 5 mức độ:

- (1): Hoàn toàn không đồng ý
- (2): Không đồng ý
- (3): Trung lập
- (4): Đồng ý

(5): Hoàn toàn đồng ý

Tác giả sử dụng 7 tiêu chí với 22 biến quan sát như sau:

Tiêu chí 1: Tài nguyên du lịch gồm 2 biến quan sát:

X<sub>1</sub>: cảnh quan thiên nhiên độc đáo, ấn tượng

X<sub>2</sub>: nền văn hóa độc đáo

Tiêu chí 2: Cơ sở hạ tầng gồm 6 biến quan sát

X<sub>3</sub>: đường đến điểm thăm quan rộng rãi, thuận tiện

X<sub>4</sub>: hệ thống thông tin liên lạc tốt

X<sub>5</sub>: rút tiền, đổi tiền tiện lợi

X<sub>6</sub>: phương tiện chuyên chở thăm quan hiện đại, đa dạng

X<sub>7</sub>: nhà hàng sạch sẽ, tiện nghi

X<sub>8</sub>: khách sạn sạch sẽ, tiện nghi

Tiêu chí 3: Hoạt động mua sắm và giải trí gồm 2 biến quan sát

X<sub>9</sub>: chợ phiên họp thường xuyên

X<sub>10</sub>: sản vật địa phương đa dạng

Tiêu chí 4: Ẩm thực gồm 3 biến quan sát

X<sub>11</sub>: đa dạng các món ăn

X<sub>12</sub>: các món ăn mang đậm nét đặc sắc vùng quê Lâm bình

X<sub>13</sub>: thức ăn an toàn, hợp vệ sinh

Tiêu chí 5: Nguồn nhân lực gồm 3 biến quan sát

X<sub>14</sub>: nhân viên tại điểm du lịch cung cấp dịch vụ nhanh chóng, chuyên nghiệp

X<sub>15</sub>: nhân viên tại điểm du lịch luôn niềm nở, thân thiện

X<sub>16</sub>: người dân địa phương thân thiện, hiếu khách

Tiêu chí 6: An ninh và an toàn gồm 3 biến quan sát

X<sub>17</sub>: điểm du lịch không có tình trạng ăn xin

X<sub>18</sub>: điểm du lịch không có tình trạng chèo kéo, tăng giá

X<sub>19</sub>: điểm du lịch không có tình trạng trộm cắp

Tiêu chí 7: Quảng bá và xúc tiến du lịch có 3 biến quan sát

X<sub>20</sub>: nhiều chương trình du lịch giá rẻ

X<sub>21</sub>: quảng cáo du lịch bắt mắt

X<sub>22</sub>: có nhiều quầy thông tin du lịch

### 3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Theo mô hình nghiên cứu có 7 nhân tố tạo nên sự thu hút khách du lịch đến với Lâm Bình - Tuyên Quang, tác giả sử dụng phương pháp đánh giá độ tin cậy thang đo để đảm bảo độ tin cậy thang đo và biến quan sát. Kết quả phân tích cho thấy không biến nào bị loại ra khỏi mô hình vì hệ số tương quan biến – tổng hiệu chỉnh đều lớn hơn 0,3.

Bảng 1: Độ tin cậy thang đo và biến quan sát

TT	Thang đo	Biến đặc trưng	Cronbach's $\alpha$
1	Tài nguyên du lịch	X <sub>1</sub> ; X <sub>2</sub>	0,481
2	Cơ sở hạ tầng	X <sub>3</sub> ;X <sub>4</sub> ; X <sub>5</sub> ; X <sub>6</sub> ; X <sub>7</sub> ; X <sub>8</sub>	0,596
3	Hoạt động mua sắm, giải trí	X <sub>9</sub> ; X <sub>10</sub>	0,618
4	Ẩm thực	X <sub>11</sub> ;X <sub>12</sub> ; X <sub>13</sub>	0,519
5	Nguồn nhân lực	X <sub>14</sub> ;X <sub>15</sub> ; X <sub>16</sub>	0,632
6	An ninh, an toàn	X <sub>17</sub> ;X <sub>18</sub> ; X <sub>19</sub>	0,560
7	Quảng bá, xúc tiến du lịch	X <sub>20</sub> ;X <sub>21</sub> ; X <sub>22</sub>	0,514

Sau khi đánh giá độ tin cậy thang đo, 7 thang đo của nhân tố độc lập với 22 biến quan sát đủ điều kiện để tiến hành phân tích nhân tố khám phá với kết quả như sau:

Bảng 2: Kiểm định KMO và Bartlett

Kaiser- Meyer- Olkin	Measure of	.790
Sampling Adequacy		
Bartlett's Test of	Approx. Chi-Square	1853.056
Sphericity	Df	406
	Sig.	0.000

Kiểm định dữ liệu cho thấy KMO= 0,79; Sig.= 0,000, tổng phương sai trích= 67%, đã thỏa mãn các điều kiện để tiến hành phân tích các nhân tố.

Bảng 3 cho biết có 7 nhân tố tạo nên sự thu hút khách du lịch đến với Lâm Bình - Tuyên Quang như sau:

Bảng 3: Ma trận nhân tố xoay

Biến quan sát	Nhân tố						
	1	2	3	4	5	6	7
X <sub>14</sub>	0,605						
X <sub>15</sub>	0,797						
X <sub>16</sub>	0,684						
X <sub>9</sub>		0,526					
X <sub>10</sub>		0,562					
X <sub>3</sub>			0,444				
X <sub>4</sub>			0,675				
X <sub>5</sub>			0,640				
X <sub>6</sub>			0,787				
X <sub>7</sub>			0,554				
X <sub>8</sub>			0,594				
X <sub>20</sub>				0,623			
X <sub>21</sub>				0,575			
X <sub>22</sub>				0,594			

X <sub>1</sub>					0,714		
X <sub>2</sub>					0,696		
X <sub>17</sub>						0,670	
X <sub>18</sub>						0,663	
X <sub>19</sub>						0,658	
X <sub>11</sub>							0,616
X <sub>12</sub>							0,462
X <sub>13</sub>							0,644

Nhân tố 1 (N1) gồm các biến:

X<sub>14</sub>: nhân viên tại điểm du lịch cung cấp dịch vụ nhanh chóng, chuyên nghiệp

X<sub>15</sub>: nhân viên tại điểm du lịch luôn niềm nở, thân thiện

X<sub>16</sub>: người dân địa phương thân thiện, hiếu khách

Trong đó: X<sub>15</sub>: nhân viên tại điểm du lịch luôn niềm nở, thân thiện với quý khách có hệ số điểm nhân tố cao nhất nên nó tác động mạnh nhất đến nhân tố N1: Nguồn nhân lực

Nhân tố 2 (N2) gồm các biến:

X<sub>9</sub>: chợ phiên họp thường xuyên

X<sub>10</sub>: sản vật địa phương đa dạng

Trong đó: biến X<sub>10</sub>: sản vật địa phương đa dạng có điểm hệ số nhân tố cao nhất nên nó tác động mạnh đến nhân tố N2: Hoạt động mua sắm và giải trí

Nhân tố 3 (N3) gồm các biến:

X<sub>3</sub>: đường đến điểm thăm quan rộng rãi, thuận tiện

X<sub>4</sub>: hệ thống thông tin liên lạc tốt

X<sub>5</sub>: rút tiền, đổi tiền tiện lợi

X<sub>6</sub>: phương tiện chuyên chở thăm quan hiện đại, đa dạng

X<sub>7</sub>: nhà hàng sạch sẽ, tiện nghi

X<sub>8</sub>: khách sạn sạch sẽ, tiện nghi

Trong đó biến X<sub>6</sub>: phương tiện chuyên chở thăm quan hiện đại, đa dạng có điểm hệ số nhân tố cao nhất nên nó tác động mạnh đến nhân tố N3: Cơ sở hạ tầng

Nhân tố 4 (N4) gồm các biến:

X<sub>20</sub>: nhiều chương trình du lịch giá rẻ

X<sub>21</sub>: quảng cáo du lịch bắt mắt

X<sub>22</sub>: có nhiều quầy thông tin du lịch

Trong đó X<sub>20</sub>: nhiều chương trình du lịch giá rẻ có hệ số điểm nhân tố cao nhất nên nó tác động mạnh nhất đến nhân tố N4: Quảng bá, xúc tiến du lịch

Nhân tố 5 (N5) gồm các biến:

X<sub>1</sub>: cảnh quan thiên nhiên độc đáo, ấn tượng

X<sub>2</sub>: nền văn hóa độc đáo

Trong đó X<sub>1</sub>: cảnh quan thiên nhiên ấn tượng, độc đáo có hệ số điểm nhân tố cao nhất nên nó tác động mạnh nhất đến nhân tố N5: Tài nguyên du lịch

Nhân tố 6 (N6) gồm các biến:

X<sub>17</sub>: điểm du lịch không có tình trạng ăn xin

X<sub>18</sub>: điểm du lịch không có tình trạng chèo kéo, tăng giá

X<sub>19</sub>: điểm du lịch không có tình trạng trộm cắp

Trong đó X<sub>17</sub>: điểm du lịch không có tình trạng ăn xin có hệ số điểm nhân tố cao nhất nên nó tác động mạnh nhất đến nhân tố N6: An ninh, an toàn

Nhân tố 7 (N7) gồm các biến:

X<sub>11</sub>: đa dạng các món ăn

X<sub>12</sub>: các món ăn mang đậm nét đặc sắc vùng quê Lâm bình

X<sub>13</sub>: thức ăn an toàn, hợp vệ sinh

Trong đó X<sub>13</sub>: thức ăn an toàn, hợp vệ sinh có hệ số điểm nhân tố cao nhất nên nó tác động mạnh nhất đến nhân tố N7: Ẩm thực

Bảng 4: Hệ số hồi quy

Nhân tố	B	Sig.
Hằng số	3,814	0,000
N1: Nguồn nhân lực	0,098	0,032
N2: Hoạt động mua sắm và giải trí	0,088	0,037
N3: Cơ sở hạ tầng	0,129	0,002
N4: Quảng bá, xúc tiến du lịch	0,105	0,013
N5: Tài nguyên du lịch	0,150	0,000
N6: An ninh, an toàn	0,090	0,032
N7: Ẩm thực	0,110	0,009

Ta có phương trình hồi quy tuyến tính đa biến như sau:

$$Y = 3,814 + 0,150 N5 + 0,129 N3 + 0,110 N7 + 0,105 N4 + 0,098 N1 + 0,090 N6 + 0,088 N2$$

Kết quả đánh giá của 150 du khách về sự thu hút của điểm đến Lâm Bình - Tuyên Quang thông qua 7 tiêu chí. Qua phân tích cho thấy nhân tố có tác động lớn nhất là: Tài nguyên du lịch với hệ số 0,150. Điều đó có nghĩa nếu du khách đánh giá nhân tố “Tài nguyên du lịch” tăng lên 1 điểm thì sự thu hút của điểm đến Lâm Bình - Tuyên Quang sẽ tăng thêm 0,150 điểm. Trong đó du khách quan tâm nhất đến cảnh quan thiên nhiên ấn tượng, độc đáo

Nhân tố có ảnh hưởng lớn thứ 2 đến sự thu hút điểm đến là “Cơ sở hạ tầng” với hệ số 0,129. Điều đó có nghĩa nếu du khách đánh giá nhân tố “Cơ sở hạ tầng” tăng lên 1 điểm thì sự thu hút của điểm đến Lâm Bình - Tuyên Quang sẽ tăng thêm 0,129 điểm. Mọi quan tâm lớn nhất của khách du lịch là phương tiện vận chuyển đến điểm thăm quan đa dạng, thuận tiện, hiện đại.

Nhân tố có ảnh hưởng lớn thứ 3 đến sự thu hút điểm đến là “Ẩm thực” với hệ số 0,110. Điều đó có nghĩa nếu du khách đánh giá nhân tố “Ẩm thực” tăng lên 1 điểm thì sự thu hút của điểm đến Lâm Bình - Tuyên Quang sẽ tăng thêm 0,110 điểm. Vấn đề du khách quan tâm nhất trong Ẩm thực là an toàn, vệ sinh thực phẩm.

Nhân tố có ảnh hưởng lớn thứ 4 đến sự thu hút điểm đến là “Quảng bá, xúc tiến du lịch” với hệ số 0,105. Điều đó có nghĩa nếu du khách đánh giá nhân tố “Quảng bá, xúc tiến du lịch” tăng lên 1 điểm thì sự thu hút của điểm đến Lâm Bình - Tuyên quang sẽ tăng thêm 0,105 điểm. Nhiều chương trình du lịch giá rẻ sẽ được du khách quan tâm và lựa chọn là điểm đến.

Nhân tố có ảnh hưởng yếu nhất đến sự thu hút điểm đến là “Hoạt động mua sắm và giải trí” với hệ số 0,088. Điều đó có nghĩa nếu du khách đánh giá nhân tố “Hoạt động mua sắm và giải trí” tăng lên 1 điểm thì sự thu hút của điểm đến Lâm Bình Tuyên Quang sẽ tăng thêm 0,088 điểm. Trong hoạt động mua sắm, du khách tập trung mỗi quan tâm vào sản vật địa phương.

Nhân tố có ảnh hưởng yếu thứ 2 đến sự thu hút điểm đến là “An ninh, an toàn” với hệ số 0,090. Điều đó có nghĩa nếu du khách đánh giá nhân tố “An ninh, an toàn” tăng lên 1 điểm thì sự thu hút của điểm đến Lâm Bình - Tuyên Quang sẽ tăng thêm 0,090 điểm. Điều du khách cảm thấy thoải mái khi lựa chọn đến với Lâm Bình vì không bị làm phiền bởi hoạt động ăn xin.

Nhân tố có ảnh hưởng yếu thứ 3 đến sự thu hút điểm đến là “Nguồn nhân lực” với hệ số 0,098. Điều đó có nghĩa nếu du khách đánh giá nhân tố “Nguồn nhân lực” tăng lên 1 điểm thì sự thu hút của điểm đến Lâm Bình - Tuyên Quang sẽ tăng thêm 0,098 điểm. Việc nhân viên tại điểm du lịch luôn niềm nở, thân thiện là một điểm cộng cho sự thu hút của điểm đến Lâm Bình.

## **4. CÁC GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DU LỊCH TẠI KHU DU LỊCH LÂM BÌNH - TUYÊN QUANG**

### **4.1. Tăng cường đầu tư cơ sở hạ tầng khu du lịch**

Tăng cường đầu tư các hạng mục:

Hệ thống nhà nghỉ, khách sạn: Xu hướng du khách đến Lâm Bình - Tuyên quang sẽ tăng, do đó cần phải đầu tư, nâng cấp, đa dạng hóa nhà nghỉ, khách sạn đáp ứng yêu cầu khác nhau của du khách.

Hệ thống nhà hàng: Hệ thống nhà hàng hiện có chưa đáp ứng được nhu cầu gia tăng của khách, trong tương lai Lâm Bình cần đầu tư xây dựng thêm để đáp ứng yêu cầu khác nhau của du khách.

Một trong những hạn chế đối với du lịch Lâm Bình - Tuyên Quang là thiếu cơ sở hạ tầng phục vụ cho hoạt động du lịch thể thao, du lịch hội nghị, hội thảo quốc tế... cần đầu tư thêm để đa dạng hóa các hoạt động du lịch ở đây.

### **4.2. Tăng cường đào tạo nguồn nhân lực làm công tác du lịch**

Để phát triển du lịch không thể không đề cập đến công tác hướng dẫn du lịch. Hướng dẫn du lịch một mặt định hướng cho du khách, giúp du khách lựa chọn các điểm, tuyến du lịch phù hợp, đồng thời giúp du khách hiểu thêm về điểm đến, tăng sự hấp dẫn của khu du lịch. Thái độ làm việc là quan trọng đòi hỏi nhân viên du lịch phải niềm nở, ân cần, lịch thiệp, thân thiện, có trình độ ngoại ngữ, ngoại hình khá... Thái độ của nhân viên du lịch là một trong những nhân tố tạo nên sự hấp dẫn của điểm đến, thu hút du khách. Trong thời gian tới, cần đầu tư nâng cao chất lượng đội ngũ nhân lực làm công tác du lịch như:

- Xây dựng quy trình tuyển dụng khoa học, hợp lý.
- Tổ chức các khóa đào tạo kỹ năng ngắn hạn, nâng cao, bổ sung trình độ nghiệp vụ.
- Tổ chức đi thăm quan thực tế các điểm du lịch khác để học tập kinh nghiệm.
- Làm tốt công tác đãi ngộ cán bộ về chế độ lương thưởng.
- Nâng cao kỷ cương, kỷ luật thông qua quy chế làm việc chặt chẽ, khoa học.

### 4.3. Nâng cao hiệu quả công tác truyền tin, tuyên truyền quảng bá, xúc tiến du lịch Lâm Bình - Tuyên Quang

Mục tiêu của giải pháp này là nhằm củng cố và mở rộng khai thác có hiệu quả những thị trường sẵn có, phát triển thị trường mới, đặc biệt là thị trường nước ngoài. Với thị trường trong nước chú trọng kích cầu với các biện pháp khuyến mãi về giá cả, đặc biệt quan tâm đến du khách là thanh niên, học sinh, sinh viên. Khi du khách đến với điểm du lịch cần có tờ rơi về thông tin các điểm du lịch để họ biết và quảng bá hình ảnh cho khu du lịch.

Quảng bá và xúc tiến du lịch thông qua các phương tiện thông tin đại chúng, kết hợp với sự kiện lễ hội văn hóa, thể thao. Đồng thời ứng dụng công nghệ thông tin xây dựng website về du lịch Lâm Bình - Tuyên Quang để mở rộng giới thiệu với khách trong và ngoài nước.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Clare, L., 2006. Tourism clusters on the Murray River: success factors and barriers. *Australasian Journal of Regional Studies*. 12(3): 321-342.
2. Hannah, N.& Anna,S.,2010. The success of tourism in Rwanda-Gorillas and more. *World Development Report*.
3. Suthathip, S., 2014. Factors affecting tourist satisfaction: A empirical study in the Northern part of Thailand. *EDP Science*. 12:1-9.
4. Tun, T., Aphapol,R.,2016. Factors Influencing international visitors to revisit Bangkok, Thailand. *Journal of Economics, Business and Management*. 4(3): 220-230.
5. Lê Thị Tố Quyên và Nguyễn Thị Phương Thảo, 2017. Những nhân tố tạo nên sự thu hút khách du lịch ở Bangkok- Thái Lan. *Tạp chí Khoa học Xã hội và Nhân văn*.

## FACTORS ATTRACTING VISITORS TO LAM BINH, TUYEN QUANG

**Ha Thi Phuong Dung**

*National Economics University*

#### Abstract

Mother Earth has bestowed on Lam Binh a diverse ecosystem with many majestic beautiful scenes, charming paints with unique geological structures, rich and diverse primeval forest ecosystems and natural caves amazing. Tourism activities have contributed significantly to the socio-economic development of Lam Binh district, preserving and promoting the national cultural identity and protecting the ecological environment. The article looks at the factors that make up the attraction of tourists coming to Lam Binh - Tuyen Quang from which to seek solutions for local tourism development. The article surveyed 150 visitors to Lam Binh - Tuyen Quang through the Questionnaire. The data is processed by SPSS 20.0 software. Experimental results show that the factors that make the attraction of tourists coming to Lam Binh - Tuyen Quang in descending order are: Tourism resources; The infrastructure; Cuisine; Promote tourism; Human Resources; Safe and security; Shopping and entertainment activities.

#### Keywords

Tourist attraction, tourism, Lam Binh, factor

## BẢNG CÂU HỎI

Họ và tên (tùy chọn)

.....

1. Quốc tịch

.....

2. Giới tính:  Nam  Nữ

3. Tuổi của ông/ bà

.....

4. Nghề nghiệp  Học sinh, sinh viên  Công chức, viên chức  
 Tự doanh  Nghỉ hưu  Khác:.....

5. Trình độ  Đang là học sinh, sinh viên  Cao đẳng, trung cấp  
 Đại học  Sau đại học

**Ông/bà vui lòng khoanh tròn số thích hợp cho mỗi câu hỏi**

(1): Hoàn toàn không đồng ý; (2): Không đồng ý; (3): Trung lập; (4): Đồng ý; (5): Hoàn toàn đồng ý

TT	Câu hỏi	Trả lời				
		1	2	3	4	5
1	Cảnh quan thiên nhiên Lâm Bình độc đáo, ấn tượng	1	2	3	4	5
2	Nền văn hóa các dân tộc tại Lâm Bình độc đáo	1	2	3	4	5
3	Đường đến điểm tham quan Lâm Bình rộng rãi, thuận tiện	1	2	3	4	5
4	Tại Lâm Bình hệ thống thông tin liên lạc tốt	1	2	3	4	5
5	Tại Lâm Bình việc rút tiền, đổi tiền tiện lợi	1	2	3	4	5
6	Phương tiện chuyên chở đến Lâm Bình tham quan hiện đại, đa dạng	1	2	3	4	5
7	Tại Lâm Bình nhà hàng sạch sẽ, tiện nghi	1	2	3	4	5
8	Tại Lâm Bình khách sạn sạch sẽ, tiện nghi	1	2	3	4	5
9	Tại Lâm Bình chợ phiên họp thường xuyên	1	2	3	4	5
10	Tại Lâm Bình sản vật địa phương bán đa dạng	1	2	3	4	5
11	Du lịch Lâm Bình có đa dạng các món ăn	1	2	3	4	5
12	Các món ăn mang đậm nét đặc sắc vùng quê Lâm Bình	1	2	3	4	5
13	Thức ăn tại đây an toàn, hợp vệ sinh	1	2	3	4	5
14	Nhân viên tại điểm du lịch Lâm Bình cung cấp dịch vụ nhanh chóng, chuyên nghiệp	1	2	3	4	5
15	Nhân viên tại điểm du lịch Lâm Bình luôn niềm nở, thân thiện	1	2	3	4	5



TT	Câu hỏi	Trả lời				
		1	2	3	4	5
16	Người dân địa phương tại Lâm Bình thân thiện, hiếu khách	1	2	3	4	5
17	Điểm du lịch Lâm Bình không có tình trạng ăn xin	1	2	3	4	5
18	Điểm du lịch Lâm Bình không có tình trạng chèo kéo, tăng giá	1	2	3	4	5
19	Điểm du lịch Lâm Bình không có tình trạng trộm cắp	1	2	3	4	5
20	Có nhiều chương trình du lịch giá rẻ đến Lâm Bình	1	2	3	4	5
21	Có nhiều quảng cáo du lịch đến Lâm Bình bắt mắt	1	2	3	4	5
22	Có nhiều quầy thông tin du lịch về Lâm Bình	1	2	3	4	5

*Xin chân thành cảm ơn sự hợp tác của ông/ bà !*

## Ý ĐỊNH QUAY LẠI CỦA DU KHÁCH KHI ĐẾN KHU DU LỊCH SINH THÁI LÂM BÌNH - TUYỀN QUANG

Phạm Văn Chinh

*Cao đẳng Văn hóa Nghệ thuật và Du lịch Sài Gòn*

### Tóm tắt

Nghiên cứu này được thực hiện khám phá các nhân tố ảnh hưởng đến ý định quay lại khu du lịch Lâm Bình. Dựa vào dữ liệu thu thập 200 quan sát được xử lý bằng công cụ SPSS 20.0, với kỹ thuật kiểm định độ tin cậy thang đo Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố (EFA), phân tích tương quan, phân tích hồi quy. Kết quả nghiên cứu có sáu yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến ý định quay lại du lịch Lâm Bình bao gồm: ANNINH (An ninh), KNDL (kinh nghiệm du lịch, VCGT (vui chơi giải trí), TD (thái độ), GC (giá cả) CSVC (cơ sở vật chất). Dựa vào kết quả nghiên cứu thì tác giả cũng hàm ý quản trị được đề xuất nhằm khu du lịch Lâm Bình có nhiều khách du lịch đến đây nhiều hơn góp phần tăng GDP cho tỉnh Tuyên Quang phát triển.

### Từ khóa

Khu du lịch, tỉnh Tuyên Quang, yếu tố, Lâm Bình.

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong bối cảnh hội nhập toàn cầu, thì du lịch đang là nền kinh tế mũi nhọn trước Cách mạng công nghệ 4.0 đem lại lợi nhuận rất cao cho đất nước. Có rất nhiều các yếu tố đã tác động giúp cho việc phát triển du lịch đạt chất lượng rất cao như tạo ra các dịch vụ, môi trường an toàn và thân thiện với du khách khi tiếp cận được các dịch vụ liên quan đến ngành Du lịch của nước nhà. Một trong những mối quan tâm hàng đầu của du khách là đảm bảo được an toàn và an ninh trong suốt quá trình của du khách tiếp nhận được dịch vụ mà họ cảm nhận được. Rõ ràng thì du khách có ý định đi du lịch đến một nơi quen thuộc hoặc đến nơi có mức độ an toàn rất cao và tình hình bất ổn chính trị thấp (Garg, 2015). Một khu du lịch nào phục vụ tốt nhất là sự quay lại của các du khách sau khi đi du lịch lần đầu. Đã có rất nhiều nghiên cứu về ý định và thái độ quay lại của du khách (Huang & Hsu, 2009; Bhat, 2014) đã nghiên cứu về vấn đề trên. Trong đó, các tệ nạn trong du lịch mà du khách có thể gặp phải là vấn đề trộm cắp, gian lận và thường xảy ra ở các nơi du lịch có quy mô lớn. Đa số các nghiên cứu trước thường tập trung vào việc xây dựng mô hình đánh giá sự hài lòng của du khách. Các nghiên cứu liên quan đến ý định quay lại của du khách mà nghiên cứu ở Việt Nam còn rất nhiều hạn chế, như một vài nghiên cứu của Mai Ngọc Khương và Huỳnh Thị Thu Hà, (2014) và một số nghiên cứu của Hồ Thanh Thảo, (2014) và Huỳnh Nhật Phương cùng Nguyễn Thuý An, (2017).

Khu du lịch Lâm Bình được biết đến là một trong huyện Lâm Bình có tiềm năng phát triển khu du lịch sinh thái nhờ vào những điều kiện tự nhiên thuận lợi. Nhiều khách trong nước và quốc tế khi đến du lịch ở Việt Nam đã không hài lòng về các yếu tố như vệ sinh môi trường và các tệ nạn trong du lịch diễn ra ở nơi đó, tình trạng này vẫn xảy ra ở tỉnh Tuyên Quang. Chính vì thế, ngành Du lịch ở tỉnh Tuyên Quang nói chung cũng như khu du lịch Lâm Bình nói riêng thì cần có những biện pháp nhằm kiểm soát các tệ nạn du lịch ảnh hưởng đến du khách và hướng tới

du lịch theo hướng bền vững. Căn cứ các tiền đề nghiên cứu trong và ngoài nước cùng với đòi hỏi từ những thực tế trên địa bàn huyện Lâm Bình. Tác giả đã nghiên cứu để trả lời câu hỏi “Các yếu tố nào của khu du lịch Lâm Bình tác động đến ý định quay lại của du khách”. Tác giả cũng đề xuất một số giải pháp để nâng cao số lần ý định quay lại của du khách đến khu du lịch sinh thái Lâm Bình.

## 2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### 2.1. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

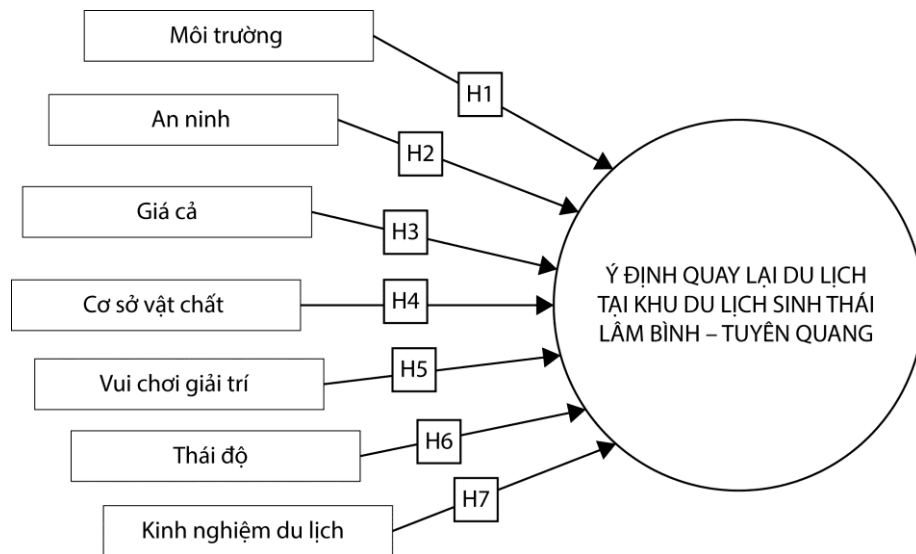
Ý định quay lại của du khách có thể đồng nhất với khái niệm dự định thực hiện hành vi. Trong đó, dự định thực hiện hành vi thường có trước khi hành vi thực hiện xảy ra, dự định được xem như là tiền đề của hành vi (Ajzen, 1991). Theo lý thuyết hành vi dự định TPB (Theory of Planned Behavior) của Ajzen thì dự định thường được tìm thấy có tác động chính tới hành vi. Cũng theo thuyết TPB thì nếu một cá nhân có thái độ tích cực với điểm đến thì người đó sẽ chọn điểm đến đó lại cho kỳ nghỉ tiếp theo của mình (Joynathsing & Ramkissoon, 2010). Bên cạnh đó, một nghiên cứu khác chỉ ra rằng hình ảnh điểm đến có tác động đến thái độ và hành vi của du khách (Chen & Tsai, 2007).

Thuyết TPB đề xuất ba yếu tố ảnh hưởng đến hành vi bao gồm: thái độ, chuẩn chủ quan và các yếu tố kiểm soát hành vi. Vì đề tài nghiên cứu của tác giả chỉ tập trung mối quan hệ của các yếu tố phụ thuộc đến quyết định quay lại của du khách đến khu du lịch sinh thái Lâm Bình. Trong đó, thái độ là một phản ánh về cảm nhận được của du khách về điểm đến. Khách du lịch có thái độ càng tốt thì ý định quay lại đến Lâm Bình càng cao.

Nghiên cứu của Chen & Tsai (2007) và Jang & Feng (2007), cho thấy thái độ của khách du lịch bị chi phối đến nhiều hình ảnh điểm đến. Trong nghiên cứu khác của Thomas và Quintal, (2010) cũng chứng minh điều tương tự. Tuy nhiên, nhóm tác giả này lại tìm ra thêm một yếu tố tác động đến thái độ của du khách đó là kinh nghiệm đi du lịch của du khách. Trong nghiên cứu này đã làm rõ được các yếu tố tác động đến ý định quay lại, kinh nghiệm du lịch cũng là khía cạnh khá quan trọng có thể kiểm soát thái độ của du khách khi trải nghiệm các vấn đề có liên quan tại điểm đến. Để làm rõ vấn đề này nhóm tác giả đưa thành phần kinh nghiệm du lịch vào mô hình nghiên cứu để xem xét mối quan hệ của nó với thái độ.

Xét về hình ảnh điểm đến, có rất nhiều tác giả đã đưa ra các thành phần trong hình ảnh điểm đến tùy theo đặc tính riêng có mỗi vùng hay mỗi khu vực khác nhau theo Zhou, (2005) các thuộc tính của hình ảnh điểm đến đã được sử dụng trong rất nhiều nghiên cứu trước đây, bao gồm văn hóa và lịch sử, cảnh quan, dịch vụ, giải trí, khí hậu... Nghiên cứu của Morgan và cộng sự, (2003) đã chứng minh rằng các yếu tố của hình ảnh điểm đến có ảnh hưởng đến thái độ của du khách. Điều này chứng minh và làm rõ ở nghiên cứu Thomass và Quintal, (2010). Ứng dụng kết quả của các nghiên cứu này, giả thuyết (H1) của mô hình sẽ được xem xét, tức là có sự tác động của hình ảnh điểm đến thái độ.

Tiền đề của các nghiên cứu trên, nhóm tác giả mong muốn nghiên cứu và tìm ra mối quan hệ giữa hình ảnh điểm đến và ý định quay lại của du khách (H4). Điều này khác biệt ở đây là trong các thành phần cấu thành nên hình ảnh điểm đến, nhóm tác giả ngoài việc ứng dụng các nghiên cứu tiền đề sẽ đưa các vấn đề có liên quan đến các tệ nạn đã xảy ra khá phổ biến trên địa bàn nghiên cứu nói riêng và ở Việt Nam nói chung vào mô hình nghiên cứu.



Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất của tác giả

Kế thừa vào các nghiên cứu trước đây và mục tiêu của đề tài, tác giả đưa ra 4 giả thuyết nghiên cứu ở hình 1.

Giả thuyết nghiên cứu:

H1: Môi trường có ảnh hưởng cùng chiều đến ý định quay lại du lịch tại khu du lịch sinh thái Lâm Bình - Tuyên Quang.

H2: An ninh có tác động cùng chiều đến ý định quay lại du lịch tại khu du lịch sinh thái Lâm Bình - Tuyên Quang.

H3: Giá cả có tác động cùng chiều đến ý định quay lại du lịch tại khu du lịch sinh thái Lâm Bình - Tuyên Quang.

H4: Cơ sở vật chất có tác động cùng chiều đến ý định quay lại du lịch tại khu du lịch sinh thái Lâm Bình - Tuyên Quang.

H5: Vui chơi giải trí có tác động cùng chiều đến ý định quay lại du lịch tại khu du lịch sinh thái Lâm Bình - Tuyên Quang.

H6: Thái độ có tác động cùng chiều đến ý định quay lại du lịch tại khu du lịch sinh thái Lâm Bình - Tuyên Quang.

H7: Kinh nghiệm du lịch có tác động cùng chiều đến ý định quay lại du lịch tại khu du lịch sinh thái Lâm Bình - Tuyên Quang.

## 2.2. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu của tác giả đã sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng thông qua hai giai đoạn chính sau: Nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính thức. Nghiên cứu sơ bộ (kỹ thuật định tính) được thực hiện bằng kỹ thuật thảo luận nhóm và phỏng vấn sâu chuyên gia, qua đó điều chỉnh mô hình và thang đo cho phù hợp với thực tiễn hoàn cảnh nghiên cứu. Công cụ đo lường sử dụng thang đo Likert 5 mức độ kế thừa từ các nghiên cứu liên quan với 24 biến quan sát đo lường với 7 yếu tố độc lập và 3 biến quan sát đo lường biến phụ thuộc. Theo Hair và cộng sự (1998), số quan sát tối thiểu cần thiết để phân tích nhân tố khám phá (EFA) là  $N = 5 * X$  (biến quan sát). Nghiên cứu này của tác giả sử dụng kích cỡ quan sát lớn hơn để đảm bảo được độ tin cậy ( $N = 8 * 27 = 216$ ). Như vậy, nghiên cứu chính thức của tác giả đã thông qua với 220 bảng câu hỏi khảo sát trực tiếp với những khách du lịch đến Lâm Bình. Sau khi loại 20 quan sát trả lời không đầy đủ thông tin, mẫu cuối cùng là 200 quan sát hợp lệ và được đưa vào phân tích chính thức.

### 3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

#### 3.1. Mô tả đặc điểm mẫu nghiên cứu

Đối tượng khảo sát là những khách du lịch đến du lịch tại khu du lịch sinh thái Lâm Bình - huyện Lâm Bình - tỉnh Tuyên Quang. Chọn khu du lịch sinh thái Lâm Bình lựa chọn nghiên cứu là nơi phát triển được tiềm năng du lịch nước nhà. Thông tin mẫu đặc điểm mẫu cụ thể như sau:

Bảng 1: Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Biến	Phân loại nhóm	Tần số	Tỷ lệ (%)
Nghề nghiệp	DNTN	44	22
	Học sinh	44	22
	Nhà nước	44	22
	Sinh viên	61	30.5
	Tự do	7	3.5
Giới tính	Nam	103	51.5
	Nữ	97	48.5
Loại khách	Ngoài tỉnh	115	57.5
	Trong tỉnh	38	19.0
	Quốc tế	47	23.5

#### 3.2. Kiểm định độ tin cậy thang đo

Kết quả cho thấy hệ số Cronbach's Alpha tổng của 7 biến đều lớn hơn 0.6 (dao động từ (0.7 - 0.950) và có hệ số tương quan biến thành phần - biến tổng lớn 0.3 (Pallant, 2016). Tất cả 27 biến quan sát tiếp tục được sử dụng trong phân tích EFA.

Biến quan sát	Số biến quan sát	Hệ số tương quan biến thành phần - biến tổng thấp nhất	Cronbach's Alpha
Môi trường	2	.607	
Thái độ	4	.789	.879
Cơ sở vật chất	2	.900	.947
Giá cả	5	.793	.844
An ninh	5	.944	.953
Vui chơi giải trí	3	.788	.862
Kinh nghiệm du lịch	3	.737	.841
Ý định du lịch	3	.673	.807

Nguồn: Dữ liệu khảo sát của tác giả

#### 3.3. Phân tích nhân tố EFA

Kết quả EFA của các biến độc lập cho thấy có 7 nhân tố hình thành với 24 biến quan sát đạt yêu cầu. Hệ số KMO = 0.749 (thỏa mãn điều kiện  $0.5 \leq KMO \leq 1$ ) → EFA cho dữ liệu là thích hợp. KMO Kiểm định Bartlett có ý nghĩa Sig. = 0.000 < 0.05 → các biến quan sát có tương

quan với nhau. Phương sai cộng dồn của các nhân tố đạt  $76.865\% > 50\%$ . Điều này cho thấy 7 nhân tố giải thích được 76.865% biến thiên các biến quan sát.

Kết quả EFA biến phụ thuộc cho thấy có 1 nhân tố hình thành với 3 biến quan sát đạt yêu cầu. Hệ số KMO = 0.692 (thỏa mãn điều kiện  $0.5 \leq KMO \leq 1$ ) → EFA cho dữ liệu thích hợp. Kiểm định Bartlett có ý nghĩa Sig.= 0.000 < 0.05 → các biến quan sát có tương quan với nhau. Phương sai cộng dồn của các nhân tố đạt  $72.005\% > 50\%$ . Điều này cho thấy một nhân tố giải thích được 72.005% biến thiên đến ý định quay lại đến khu du lịch sinh thái Lâm Bình. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha và EFA nêu trên cho thấy thang đo các yếu tố độc lập và phụ thuộc đều đạt yêu cầu về giá trị và độ tin cậy và sẽ được đưa trong nghiên cứu tiếp theo.

### 3.4. Phân tích độ tương quan

Ma trận tương quan cho thấy mức ý nghĩa của các hệ số rất nhỏ (Sig.=0<0.05), nên các hệ số tương quan có ý nghĩa thống kê và đều đủ điều kiện để đưa vào phân tích yếu tố hồi quy. Việc kiểm tra các giả định vi phạm hồi quy cũng cho thấy kết quả phù hợp, không vi phạm.

Bảng 3: Phân tích tương quan (N=200)

		MT	TD	CSVC	GC	ANNINH	VCGT	KNDL	YDDL
MT	Pearson Correlation	1	.003	-.020	-.064	-.005	.045	.067	.000
	Sig. (2-tailed)		.969	.781	.366	.943	.531	.349	1.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200
TD	Pearson Correlation	.003	1	-.003	.043	.040	.348**	.375**	.451**
	Sig. (2-tailed)	.969		.961	.547	.571	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200
CSVC	Pearson Correlation	-.020	-.003	1	-.157*	.070	-.003	.024	.168*
	Sig. (2-tailed)	.781	.961		.026	.328	.964	.732	.018
	N	200	200	200	200	200	200	200	200
GC	Pearson Correlation	-.064	.043	-.157*	1	-.046	.131	.021	.174*
	Sig. (2-tailed)	.366	.547	.026		.521	.064	.767	.014
	N	200	200	200	200	200	200	200	200
ANNINH	Pearson Correlation	-.005	.040	.070	-.046	1	.057	.046	.281**
	Sig. (2-tailed)	.943	.571	.328	.521		.425	.521	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200
VCGT	Pearson Correlation	.045	.348**	-.003	.131	.057	1	.202**	.446**
	Sig. (2-tailed)	.531	.000	.964	.064	.425		.004	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200
KNDL	Pearson Correlation	.067	.375**	.024	.021	.046	.202**	1	.446**
	Sig. (2-tailed)	.349	.000	.732	.767	.521	.004		.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200
YDDL	Pearson Correlation	.000	.451**	.168*	.174*	.281**	.446**	.446**	1
	Sig. (2-tailed)	1.000	.000	.018	.014	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200	200	200	200

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### 3.5. Phân tích hồi quy

Bảng 4: Kết quả hồi quy

Coefficients <sup>a</sup>								
Model	R <sup>2</sup> hiệu chỉnh = 71.2%	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.221	1.080		-.205	.838		
	MT	-.067	.204	-.017	-.327	.744	.987	1.013
	TD	.219	.056	.232	3.940	.000	.781	1.281
	CSVC	.125	.039	.170	3.217	.002	.969	1.032
	GC	.154	.052	.158	2.960	.003	.951	1.052
	ANNINH	.263	.058	.238	4.539	.000	.989	1.011
	VCGT	.229	.047	.274	4.858	.000	.855	1.169
	KNDL	.244	.048	.287	5.064	.000	.848	1.179

a. Dependent Variable: YDDL

Ghi chú: MT (môi trường), TD (thái độ), CSVC (cơ sở vật chất), GC (giá cả) ANNINH (an ninh), VCGT (vui chơi giải trí), KNDL (kinh nghiệm du lịch).

R<sup>2</sup> hiệu chỉnh: 0.712; thống kê F(ANOVA): 81.256 (sig=0.000); Durbin - Watson; 18.90.

Với kết quả giá trị thống kê F = 81.256 với giá trị sig = 0,000 chứng tỏ mô hình hồi quy phù hợp với dữ liệu. Hệ số VIF của các biến đều có giá trị < 10 chứng tỏ không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến. Hệ số R<sup>2</sup> hiệu chỉnh 0.712 cho thấy 71.2% có sự biến phụ thuộc được giải thích bởi các biến độc lập. Kết quả hồi quy cho thấy 7 yếu tố thì có 6 yếu tố ý nghĩa thống kê. Yếu tố Môi trường (MT) bị loại (do sig.= 0,744 > 0,05). Đồ thị phân tán ngẫu nhiên xung quanh đường đi qua tung độ 0 và dao động nhiều ở biên độ +/-1. Chứng tỏ rằng giả định liên hệ tuyến tính không bị vi phạm. Biểu đồ Histogram cho thấy đường cong phân phối chuẩn đặt chồng lên biểu đồ tần số, giá trị trung bình rất nhỏ bằng 0 (mean = 0,00) và độ lệch chuẩn 0.982 gần bằng 1 cho thấy phân phối của phần dư xấp xỉ chuẩn. Biểu đồ P- plot cũng cho thấy các điểm quan sát không phân tán xa đường thẳng kỳ vọng nên có thể kết luận rằng giả thiết phần dư có phân phối chuẩn không bị vi phạm. Như vậy mô hình hồi quy tuyến tính trên là phù hợp.

Phương trình hồi quy chưa chuẩn hóa.

$$YDDL = - 0,221 + 0.263*ANNINH +0.244 *KNDL +0.229 * VCGT+ 0.219 *TD + 0.154 * GC+ 0.125* CSVC$$

Các hệ số hồi quy đều mang dấu (+) thể hiện các biến độc lập có quan hệ thuận với biến phụ thuộc. So sánh mức độ tác động của 6 biến này vào biến phụ thuộc ý định (YD) theo thứ tự giảm dần như sau: An ninh (ANNINH) có tác động mạnh nhất (β = 0.263), tiếp theo là yếu tố kinh nghiệm du lịch (KNDL) (β = 0,244), tiếp đến là yếu tố vui chơi giải trí (VCGT) (β = 0,229), tiếp đến là yếu tố thái độ (TD) (β=0.219). Tiếp đến là yếu tố giá cả (GC) (β = 0,125) và cuối cùng là yếu tố cơ sở vật chất (CSVC) (β = 0,125).

#### 4. KẾT QUẢ

Kết quả nghiên cứu thì khẳng định có 6 yếu tố có quan hệ đồng biến đến ý định quay lại du lịch của du khách nhưng với mức độ ảnh hưởng khác nhau. Nghiên cứu này cũng cố thêm lý thuyết hành động hợp lý thuyết hành vi dự định và những nghiên cứu trước đây ((Brunt & Shepherd, (2004), Selby et al., (2010), Dương Quế Nhu và ctv, (2013), Hồ Thanh Thảo, (2014), Thomas & Quintal, (2010)). Ngoài ra, nghiên cứu đóng góp, bổ sung vào hành vi khách hàng ở lĩnh vực du lịch. Dựa vào kết quả trên thì tác giả xin đề xuất những hàm ý quản trị như sau:

*Thứ nhất*, ngoài việc kiểm soát chặt chẽ tình trạng giá cả bao gồm giá cả hàng hóa và dịch vụ tại khu du lịch Lâm Bình, giá cả các nhà nghỉ khách sạn để hạn chế chém du khách khi đến đây. Các ban ngành, các địa phương cần quản lý chặt chẽ cho du khách khi đến đây du lịch, và lắp đặt một số điện thoại nóng để khách du lịch gọi về phản hồi để tiếp nhận. Các quán ăn, nhà nghỉ, các thuyền đưa khách đi du lịch Lâm Bình cần niêm yết giá công khai để cho khách hàng yên tâm.

*Thứ hai*, trong việc kiểm soát tình hình trật tự an ninh cho du khách, thì chính quyền địa phương tại khu du lịch Lâm Bình cần tăng cường về an ninh, dân phòng, đội cứu trợ để hỗ trợ du khách. Cần tập huấn cho người lái tàu đưa du khách đi du lịch với mục đích bảo vệ tính mạng con người, tài sản của du khách.

*Thứ ba*, chú trọng đào tạo, bồi dưỡng trình độ chuyên môn, kỹ năng làm việc cho đội ngũ lao động làm việc tại khu du lịch Lâm Bình để đáp ứng được yêu cầu mới về sự phát triển của ngành nhằm đáp ứng tốt nhất nhu cầu của du khách. Đặc biệt, đẩy mạnh việc đào tạo và sử dụng người địa phương tại chỗ trong các hoạt động du lịch tại Lâm Bình để thu hút thêm sự chú ý của du khách. Đội ngũ nhân lực có chất lượng cao là điều kiện then chốt cho sự phát triển của du lịch Lâm Bình nói riêng và du lịch tỉnh Tuyên Quang nói chung trong thời gian tới.

*Thứ tư*, chủ động điều chuyển, tạo việc làm phù hợp cho số lượng lao động bị thay thế bởi các thiết bị, máy móc thông minh. Chú ý đào tạo lại và nâng cao kỹ năng, nghiệp vụ cho đội ngũ này để họ có thể làm việc được ở những khu khác trong ngành nghề của mình, tránh được tình trạng thất nghiệp khi có sự thay thế bằng máy móc hiện đại.

#### 4. HẠN CHẾ NGHIÊN CỨU

Hạn chế nghiên cứu của tác giả chỉ thực hiện lấy mẫu tại khách đi khu du lịch Lâm Bình. Độ tin cậy và tính phổ quát sẽ cao hơn nữa nếu mở rộng nghiên cứu tất cả các khu du lịch tại tỉnh Tuyên Quang với quy mô rộng lớn hơn. Ngoài ra, thì phương pháp chọn mẫu cần có tính đại diện cao hơn. Đây là một nghiên cứu đơn thuần, tất cả các vấn đề xây dựng dựa trên thang đo định lượng dựa trên lý thuyết mô hình nghiên cứu nên còn rất nhiều hạn chế về cơ sở lý luận có thể có nhiều nhân tố tác động lên quyết định quay lại của du khách khi đi du lịch tại Lâm Bình - Tuyên Quang.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ajzen, I., 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50: 179–211.
2. Bhat, M.A., 2014. Safety and security perceptions: an empirical assessment of tourists in Kashmir. *Journal of Services Research*. 13(2): 131 – 144
3. Brunt, P., & Shepherd, D., 2004. The influence of crime on tourist decision-making: Some empirical evidence. *Tourism (13327461)*. 52(4): 317-328.



4. Chen, C. F., & Tsai, D., 2007. How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?. *Tourism management*. 28(4): 1115- 1122.
5. Dương Quế Nhu, Nguyễn Tri Nam Khang và Lương Quỳnh Như, 2013. Tác động của hình ảnh điểm đến Việt Nam đến dự định quay trở lại của Du khách Quốc tế. *Tạp chí khoa học Trường Đại học Cần Thơ*. 27: 1-10.
6. Friendly, M., 2008. Exploratory and Confirmatory Factor Analysis, accessed on 10 March 2008. Available from <http://www.math.yorku.ca/SCS/Courses/factor>.
7. Garg, A., 2015. Travel risks vs tourist decision making: A tourist perspective. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*. 8(1): 1- 9.
8. George, R., 2010. Visitor perceptions of crime-safety and attitudes towards risk: The case of Table Mountain National Park, Cape Town. *Tourism Management*. 31(6): 806-815.
9. Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E., 2010. *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective, Seventh Edition*. Pearson Prentice Hall. New Jersey, 739 pages.
10. Hồ Thanh Thảo, 2014. Nghiên cứu sự hài lòng và ý định quay lại về của du khách Nga đối với thành phố Nha Trang. Luận văn thạc sĩ. Trường Đại học Nha Trang. Thành phố Nha Trang.
11. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008. *Thống kê ứng dụng trong kinh tế - xã hội*. Nhà xuất bản Thống kê. Hà Nội, 520 trang
12. Holcomb J., & Pizam A., 2004. Do incidents of Theft at Tourist Destinations Have a Negative Effect on Tourists' Decision to Travel to Affected Destination?. In: Y. Mansfeld and A. Pizam, (Ed. 2011). *Tourism, Security & Safety: From Theory to Practice*. Routledge. New York, pp: 105- 123.
13. Hu, L., & Bentler, P.M., 1999. Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*. 6(1): 1-55.

## RETURNING INTENTION OF VISITORS WHEN COMING TO LAM BINH ECOLOGICAL TOURIST AREA - TUYEN QUANG PROVINCE

**Pham Van Chinh**

*College of Arts and culture and tourism Saigon*

### Abstract

This study was conducted to explore the factors affecting the intention to return to Lam Binh resort. Based on the collected data 200 observations were processed using SPSS 20.0 tool, with reliability testing technique of Cronbach's Alpha scale, factor analysis (EFA), correlation analysis, regression analysis. The research results have 6 factors that directly affect the intention to return to Lam Binh tourism including: ANNINH (Security), KNDL (travel experience, VCGT), thinking (attitude), GC (price) CSVN (facilities). Based on the research results, the author also implies the proposed management to Lam Binh tourist area with more tourists coming here contributing to GDP growth for Tuyen Quang province to develop.

### Keywords

Tourism area, Tuyen Quang province, factor, Lam Binh.

## ĐỀ XUẤT MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÂM BÌNH, TUYÊN QUANG

Lý Thị Thu

*Khoa Văn hóa và Du lịch, Trường Đại học Tân Trào*

### Tóm tắt

Lâm Bình là huyện vùng cao, vùng sâu, vùng xa nằm ở phía Bắc tỉnh Tuyên Quang. Với vùng lòng hồ rộng lớn, phong cảnh hữu tình, nơi này được gọi là Hạ Long trên cạn. Được thiên nhiên ưu đãi, phong phú về động, thực vật, có nhiều thác nước lớn, nhỏ, ẩn mình trong rừng đại ngàn, cùng với nhiều di tích lịch sử, văn hóa cấp quốc gia. Đồng bào dân tộc thiểu số chiếm 95% dân số, đã tạo cho Lâm Bình có một nền văn hóa bản địa phong phú và đa dạng với những lễ hội truyền thống như: Lễ hội Lòng tông, Lễ hội Tết nhảy, Lễ Cấp sắc... Mặc dù có tiềm năng lớn, nhưng Lâm Bình mới thực sự hoạt động du lịch trong mấy năm trở lại đây, nhưng hiệu quả chưa cao. Do chưa tạo được điểm nhấn trong khai thác và phát triển. Mục tiêu đến năm 2020, huyện sẽ đón 15.000 lượt khách đến trải nghiệm và khám phá. Để đạt được kết quả đó, Lâm Bình đã đẩy mạnh liên kết với nhiều tổ chức, cơ quan chức năng, các cơ quan nghiên cứu, những nhà khoa học nghiên cứu về văn hóa du lịch mở, các đợt hội thảo, học tập, thí điểm các mô hình, sản phẩm du lịch truyền thống, để ngành Du lịch thực sự phát triển một cách bền vững ở huyện. Xuất phát từ những nhu cầu phát triển du lịch của huyện, tác giả đã đưa ra một số giải pháp nhằm phát triển du lịch ở Lâm Bình bền vững và hiệu quả hơn.

### Từ khóa

Phát triển du lịch, tiềm năng, giải pháp, huyện Lâm Bình.

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Lâm Bình là huyện vùng cao, vùng sâu, vùng xa nằm ở Phía Bắc tỉnh Tuyên Quang, có diện tích tự nhiên 78.152.17 ha, cách thành phố Tuyên Quang 120 km, cách Hà Nội khoảng 280 km. Cư dân chủ yếu là người dân tộc thiểu số, trong đó Tày chiếm đại đa số 62%, người Tà Thên ít nhất chiếm 2%.

Với vùng lòng hồ thủy điện rộng lớn, trải rộng lên phía Đông thuộc huyện Na Hang (Tuyên Quang) và sang phía Đông Bắc thuộc địa phận huyện Bắc Mê (Hà Giang), thiên nhiên ưu đãi với nhiều loại động thực vật phong phú, có nhiều thác tự nhiên xung quanh vùng hồ, những di tích văn hóa - lịch sử, những dấu vết nguồn gốc của của người Việt cổ và những câu chuyện truyền thuyết gắn liền với nền văn hóa truyền thống của người bản địa, thực sự đã tạo nên một thế mạnh cho Lâm Bình về phát triển kinh tế - xã hội.

Mục tiêu phấn đấu đến năm 2020 đưa du lịch Lâm Bình trở thành ngành Kinh tế mũi nhọn, lấy du lịch làm nòng cốt, hiện nay các cấp, các ngành của huyện đang cố gắng từng ngày trong việc đưa ngành Du lịch phát triển.

## 2. TIỀM NĂNG DU LỊCH LÂM BÌNH

### 2.1. Tiềm năng du lịch tự nhiên

Vùng lòng hồ thủy điện Tuyên Quang có diện tích mặt hồ khoảng 8.000 ha trong đó nằm trên địa bàn huyện Lâm Bình khoảng 3.500 ha với nguồn thủy sản khá phong phú như cá bống, cá chiên, cá dầm xanh Anh Vũ, thuận lợi cho văn hóa ẩm thực mang đậm hương vị của miền núi.

Đọc theo vùng hồ có rất nhiều thác nước lớn nhỏ ẩn mình trong đại ngàn như thác Năm Me, thác Khuổi Nhi, thác Khuổi Súng, thác Tát Ngà, thác Vằng Dân, thác Khuổi Thâu... cũng là một điểm đến thu hút du khách.

Những hang động kỳ bí gắn liền với nền văn hóa cổ xưa của người Việt như hang Phia Vài, động Song Long, động Khuổi Pín.

Danh thắng huyền thoại về 99 con Phượng Hoàng tạo thành 99 ngọn núi ở Thượng Lâm, đã trở thành niềm tự hào của người dân nơi đây.

Diện tích rừng tự nhiên rất lớn, phong phú nhiều chủng loại. Nhiều loại thực vật quý hiếm như đinh hương, trai, sến... các loại dược liệu như thất diệp nhất chi hoa, nhân sâm, chè hoa vàng; động vật có vọc đen má trắng, hươu, lợn rừng, vượn... tất cả tạo nên những cánh rừng nguyên sinh đa dạng sắc màu, là điểm đến yêu thích cho những du khách có sở thích khám phá và hoà mình vào với thiên nhiên.

## 2.2. Tiềm năng du lịch nhân văn

Lâm Bình là huyện có nhiều dân tộc thiểu số (trên 95% dân số của) sinh sống. Mỗi tộc người lại có những tập tục bản sắc riêng, tạo nên sự thống nhất mà đa dạng của một nền văn hóa đậm màu sắc bản địa. Về cơ bản, đồng bào vẫn giữ nguyên được những nét văn hóa truyền thống như ngôn ngữ, phong tục tập quán về nếp ăn, ở, mối quan hệ cộng đồng, các nghi thức và lễ hội.

Các lễ hội và phong tục tập quán của đồng bào gắn liền với văn hoá, con người, tập quán lao động sản xuất của người dân sống vùng miền núi: Lễ hội Lồng Tông của người Tày, Lễ hội Nhảy lửa của đồng bào Tà Thên, Lễ Cấp Sắc của người Dao.

Các làn điệu dân ca: hát Then, hát Páo Dung, hát Cọi, múa Khèn... cùng những truyền thuyết được truyền miệng thực sự thu hút sự chú ý của du khách và là một điểm mạnh để huyện phát triển du lịch cộng đồng

Trong lao động sản xuất, đồng bào vẫn giữ được lối canh tác cổ truyền và chăn nuôi gia đình, các nghề thủ công truyền thống như: dệt thổ cẩm, nghề rèn, nghề làm bún cổ truyền, cùng với nếp sinh hoạt gắn bó với thiên nhiên, sẽ là một thế mạnh để du khách trải nghiệm lao động truyền thống và sống một cuộc sống thích nghi với thiên nhiên.

Ẩm thực của Lâm Bình cũng khá độc đáo với nhiều sản phẩm quê hương như món thịt chua, cá mắm ruộng, xôi ngũ sắc, bún cổ truyền, với các loại rau suối, rau rừng và hương vị rượu ngô men lá, rượu thóc men lá thực sự mời gọi và níu chân du khách.

Ngoài ra trên địa bàn huyện còn có di tích lịch sử Xường quân khí H52 (làm việc giai đoạn 1950 - 1952): di tích tâm linh Chùa Phúc Lâm và Đền Pú Bảo là di tích cấp Quốc gia.

Có thể thấy huyện Lâm Bình hội có rất nhiều tiềm năng để đưa ngành du lịch trở thành ngành Kinh tế “công nghiệp không khói” phát triển, đặc biệt là mô hình du lịch cộng đồng mà huyện đang áp dụng.

## 3. THỰC TRẠNG CỦA DU LỊCH LÂM BÌNH HIỆN NAY

Mặc dù có tiềm năng lớn, du lịch Lâm Bình mới thực sự hoạt động trong mấy năm trở lại đây. Hàng năm, huyện vẫn nhấn mạnh chủ trương phát triển du lịch, nhưng chưa hiệu quả, do chưa tạo được điểm nhấn trong khai thác và phát triển.

Mục tiêu đến năm 2020, huyện sẽ đón 15.000 lượt khách đến trải nghiệm và khám phá. Để đạt được kết quả đó, Lâm Bình đã đẩy mạnh liên kết với nhiều tổ chức, cơ quan chức năng, các

ơ quan nghiên cứu, những nhà khoa học nghiên cứu về văn hóa du lịch mở, các đợt hội thảo, học tập, thí điểm các mô hình, sản phẩm du lịch truyền thống, để ngành Du lịch thực sự phát triển một cách bền vững ở huyện. Như phối hợp với Trường Đại học Tân Trào mở các lớp hướng dẫn du lịch và hướng dẫn làm du lịch cộng đồng; phối hợp với Trường Đại học Tân Trào, Trường Đại học Sakon Nakhon Rajabhat - Thái Lan, tổ chức Hội thảo Khoa học Quốc tế với chủ đề “Du lịch Lâm Bình - Tuyên Quang: Tiềm năng, thực trạng và giải pháp”. Nhiệm vụ phát triển du lịch năm 2019 mà Lâm Bình đưa ra là “tăng cường tuyên truyền quảng bá, kết nối các tour tuyến du lịch; tổ chức tốt các lễ hội truyền thống; bảo tồn, tôn tạo phát huy các giá trị văn hóa truyền thống các di tích, danh lam, thắng cảnh phục vụ và phát triển du lịch; chú trọng và phát triển nâng cao chất lượng các hoạt động văn hóa, thể thao, dịch vụ du lịch, tập trung phát triển du lịch cộng đồng (Homestay)”[2].

Lâm Bình đã nhận được sự quan tâm đầu tư lớn để phát triển du lịch, tuy nhiên điểm xuất phát của du lịch Lâm Bình còn thấp, khả năng cạnh tranh còn hạn chế. Công tác quản lý môi trường tự nhiên và môi trường xã hội còn chưa được chú trọng đúng mức; lại phải đối mặt với nguy cơ phát triển thiếu bền vững do tình trạng phát triển “nóng” và tự phát, đã phá vỡ cảnh quan hoang sơ của khu sinh thái lòng hồ, khai thác nguồn tài nguyên du lịch chưa hiệu quả, vẫn chỉ khai thác cái sẵn có, chưa phát huy hết giá trị của nó. Các hoạt động du lịch đơn điệu, một màu, chủ yếu diễn ra trên khu vực lòng hồ. Các tour tuyến du lịch hoạt động chưa quy củ, công tác hướng dẫn viên thiếu kiến thức chuyên môn và chưa chuyên nghiệp. Công tác xúc tiến quảng bá còn nhiều hạn chế, chưa bài bản, mới chỉ dừng ở quảng bá hình ảnh chung, chưa tạo thành thương hiệu du lịch Lâm Bình.

#### **4. NHỮNG GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÂM BÌNH**

Xuất phát từ tiềm năng sẵn có và thực trạng hoạt động du lịch của Lâm Bình trong thời gian qua, để hoạt động du lịch thực sự trở thành một ngành Kinh tế mũi nhọn trong chiến lược phát triển kinh tế, xã hội của huyện, cần phải tập trung giải quyết các vấn đề sau:

##### **4.1. Nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch và năng lực cạnh tranh**

Cơ quan quản lý cần đẩy mạnh công tác xã hội hóa, huy động mọi thành phần kinh tế, nguồn lực đầu tư cho cơ sở vật chất và kỹ thuật du lịch; cần qui hoạch, sắp xếp và xây dựng các cơ sở dịch vụ: nhà nghỉ, ăn uống, dịch vụ y tế, vui chơi, giải trí.

Phát triển và đa dạng hóa các sản phẩm du lịch, nhất là các chuỗi liên kết và dịch vụ, đáp ứng bộ tiêu chuẩn du lịch đi đôi với bảo tồn, phát triển quảng bá hình ảnh và phát huy vai trò các di tích lịch sử, văn hóa, các điểm du lịch. Xây dựng hình ảnh thương hiệu Lâm Bình, trước mắt là tạo được thương hiệu vùng rồi dần ra cả nước và quốc tế.

Bên cạnh sản phẩm truyền thống, cần nghiên cứu xu hướng và nhu cầu của du khách để tạo ra những sản phẩm mới, hấp dẫn mang đậm bản sắc du lịch vùng cao, đáp ứng nguyện vọng và mang đến sự hài lòng cho du khách.

##### **4.2. Cần phải có cách tiếp cận tài nguyên phù hợp, ứng xử văn minh với thiên nhiên và tăng cường kết nối phát huy giá trị các điểm đến di tích phục vụ du lịch**

Để thực hiện được giải pháp này, người dân cần phải hợp tác lại và phải cùng đồng hành trong quản lý và bảo vệ thiên nhiên. Cần thiết xây dựng và thực hiện các mô hình ứng xử tốt với

thiên nhiên như mô hình gom và xử lý chất thải, hành động vì sự phát triển và sử dụng bền vững tài nguyên thiên nhiên.

Các dịch vụ công cần phải được tăng cường bao gồm: giáo dục bảo vệ môi trường, nâng cao năng lực thay đổi sinh kế phù hợp cho người dân; cứu hộ, cứu nạn; thu gom xử lý chất thải.

Các di tích lịch sử, di tích tâm linh, văn hóa và danh lam thắng cảnh cần phải được quản lý theo qui chế. Cần thiết việc kêu gọi xã hội hóa việc trùng tu, tôn tạo các di tích, nên bố trí thuyết minh tại các điểm được công nhận có giá trị cấp quốc gia. Nên sân khấu hóa Lễ Cấp sắc, Lễ hội Nhảy lửa, ném Cờ nhằm biểu diễn phục vụ du khách và thu hút được sự hứng thú tham gia của du khách.

### 4.3. Qui hoạch phát triển mạng lưới homestay

Hiện nay người dân phát triển mạng lưới homestay dựa vào tài sản sẵn của chính mình, không cần thiết phải đầu tư quá nhiều, trang trí nội thất không nhiều, đơn giản và gần gũi với du khách. Các hộ homestay nên có tính liên kết cao để hỗ trợ và san sẻ khi có lượng khách cao. Homestay là một mô hình một mặt giúp du khách trải nghiệm cuộc sống của người dân, mặt khác giúp người dân tăng thêm thu nhập và tạo kế sinh nhai lâu dài, bền vững cho người dân. Đây là hướng đi nhằm cân bằng trong việc chia sẻ lợi ích giữa người dân địa phương với các bên tham gia khác.

Một thực tế cho thấy, du khách trải nghiệm du lịch cộng đồng là để tận mắt quan sát và hoà mình vào cuộc sống của người dân điểm đến. Vì vậy, mỗi homestay cần có không gian phục dựng nơi thờ cúng, nơi ngủ, bếp lửa, nơi tắm của gia đình truyền thống. Trang phục, chăn, giường, đồ dùng sinh hoạt nên thể hiện đầy đủ nguyên trạng của nếp nhà người dân bản địa.

Tuy nhiên cần quy hoạch và có qui định cụ thể về việc đầu tư xây dựng từng cụm homestay hiệu quả dựa trên dự báo nhu cầu thị trường, nhằm hạn chế sự phát triển ồ ạt, góp phần phát triển du lịch cộng đồng tại địa phương theo hướng bảo tồn, phát huy tốt nhất các giá trị sinh thái, văn hóa địa phương.

### 4.4. Xây dựng các sản phẩm du lịch đặc thù và mới nhằm tăng tính hấp dẫn

Xác định sản phẩm du lịch đặc thù: du lịch trải nghiệm, du lịch khám phá,

Nên khảo sát và xây dựng sản phẩm du lịch mới bên cạnh các sản phẩm truyền thống đang được khai thác, nhằm tăng tính hấp dẫn cho du khách, nên kết hợp du lịch với chụp ảnh cưới, ảnh nghệ thuật. Muốn vậy, cần xây dựng khảo sát các điểm chụp ảnh đẹp để có những khuôn hình ở những nơi cảnh quan đẹp và nổi tiếng nhất của điểm đến của du khách.

### 4.5. Hoàn thiện đầu tư cơ sở hạ tầng

Tiếp tục hoàn thiện cơ sở hạ tầng kỹ thuật của bến tàu ra lòng hồ. Xây dựng và nâng cấp các trục giao thông.

Xây dựng các nhà vệ sinh công cộng phục vụ du khách.

Khuyến khích người dân và doanh nghiệp đầu tư, xã hội hóa mua mới tàu, thuyền, các phương tiện vận chuyển khách cho linh động, an toàn và hiệu quả.

Đầu tư xây dựng về qui mô và chất lượng về các dịch vụ hỗ trợ như cơ sở y tế, viễn thông, ngân hàng, đội cứu hộ để du khách yên tâm khám phá cảnh quan và trải nghiệm cuộc sống tại điểm đến.

Đầu tư các điểm đón du khách từ thành phố bằng phương tiện công cộng như xe buýt. Có thể phối hợp với các công ty vận tải tư nhân hoặc xã hội hoá, tạo sự kết nối các điểm đến trong tỉnh để du khách có một hành trình ý nghĩa.

#### 4.6. Tăng cường công tác tuyên truyền, xúc tiến và quảng bá du lịch

##### *\* Về truyền thông truyền thống*

Tiếp tục tổ chức các hội thảo du lịch, các cuộc thi thiết kế các bộ định dạng về thương hiệu để tạo nên sự thống nhất và nét đặc trưng nhằm định vị thương hiệu cho du lịch Lâm Bình trong lòng du khách.

Các trang website của Lâm Bình và doanh nghiệp du lịch cần phải được cập nhật về điểm đến thường xuyên, đảm bảo sự đa dạng, phong phú về nội dung, hình thức mang tính mỹ thuật, thông tin phải đầy đủ, chính xác, hình ảnh đẹp, dễ gây ấn tượng. Chủ động đầu tư sản xuất ấn phẩm, thiết kế trang website, tổ chức các sự kiện gặp gỡ, tiếp xúc với các nhà đầu tư, các doanh nghiệp lữ hành, cơ quan báo chí, khách du lịch nhằm giới thiệu, quảng bá xúc tiến sản phẩm du lịch.

Trong du lịch, sự khác biệt, tính mới lạ chính là yếu tố để thu hút, tạo giá trị cạnh tranh du khách. Du khách sẽ không thấy sự hấp dẫn của điểm đến nếu như chúng ta dùng những nội dung, chủ đề, hình ảnh tương tự những điểm đến khác mà khách đã trải nghiệm để quảng bá và thu hút du khách. Vì vậy, Lâm Bình cần phải xác định và quảng bá những giá trị cốt lõi, đặc trưng riêng của điểm đến cho du khách.

Lâm Bình cần xây dựng được kế hoạch truyền thông dài hạn, trên cơ sở một kế hoạch phát triển du lịch dài hạn. Chỉ khi nào Lâm Bình xác định được sẽ phát triển du lịch đến khu vực nào, chủ đề du lịch là gì, sức hấp dẫn của điểm đến của sản phẩm du lịch ra sao và hướng tới đối tượng khách hàng, thị trường gì thì mới có thể xây dựng được kế hoạch truyền thông phù hợp.

Cần bổ sung hệ thống biển báo chỉ dẫn bao gồm cả biển chỉ dẫn an toàn cho du khách, đặc biệt là khu vực lòng hồ, khu vực thác, hang động; biển chỉ dẫn về an toàn giao thông, hoặc những thông tin điểm đến. Nên có những câu trích dẫn về truyền thuyết hoặc cội nguồn cũng như những bài thơ của đồng bào tại những nơi có phong cảnh đẹp mà phù hợp với nội dung trích dẫn.

##### *\*Về truyền thông hiện đại*

Những thay đổi về công nghệ thông tin truyền thông (ICT) sẽ bao gồm những tiến bộ trong lĩnh vực điện thoại di động, điện thoại thông minh (smart phone) và truyền hình kỹ thuật số đã cung cấp cho người tiêu dùng những dữ liệu về sản phẩm du lịch phong phú hơn. Mặt khác, người tiêu dùng đã và đang tìm kiếm lời khuyên từ người tiêu dùng khác thông qua Internet (ví dụ: Facebook, Blog và các mạng xã hội khác). Vì vậy, huyện cần tổ chức các lớp đào tạo, bồi dưỡng nâng cao kỹ năng truyền thông du lịch cho cán bộ làm công tác truyền thông, nhằm xử lý các khủng hoảng truyền thông một cách kịp thời cũng như đưa ra những nội dung thích hợp nhằm tuyên truyền, quảng bá những điểm đến đúng thời điểm cho du khách.

Nếu mỗi người dân đều là một đại sứ du lịch, mỗi cơ quan đều có trách nhiệm xúc tiến du lịch thì chắc chắn công tác quảng bá cho du lịch Lâm Bình sẽ thành công, hoạt động du lịch Lâm Bình sẽ cất cánh.

#### 4.7. Nâng cao chất lượng đội ngũ lao động du lịch

Tổ chức hội nghị tuyên truyền, phổ biến pháp luật về du lịch và các chủ trương, chính sách liên quan đến phát triển du lịch của tỉnh, huyện đến các tổ chức cá nhân hoạt động du lịch trên địa bàn.

Rà soát, tập huấn bồi dưỡng kiến thức, nghiệp vụ cho đội ngũ hướng dẫn viên và thuyết minh tại điểm. Phổ biến đào tạo cho người dân, thuyền viên, các cơ sở kinh doanh dịch vụ về du lịch về qui trình đón tiếp, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng bán hàng, tiếp thị du khách...

Nên tổ chức các lớp bồi dưỡng ngoại ngữ giao tiếp, marketing trên mạng xã hội căn bản cho các cá nhân hoạt động trong lĩnh vực du lịch và dịch vụ.

Tuyên truyền hướng nghiệp cho học sinh về nghề du lịch để nâng cao nhận thức, tạo nguồn lao động có chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu trong tương lai.

#### **4.8. Xây dựng cơ chế tài chính bền vững với các quy định về thu phí tham quan du lịch và thu hút nguồn tài chính**

Các cơ quan chuyên môn nên khảo sát hiện trạng các di tích, danh thắng trên địa bàn huyện để sớm lập ra đề án thu phí tham quan du lịch và tiến hành thu phí. Việc thu phí một mặt tạo ra kinh phí để khai thác các hoạt động của cộng đồng, thực hiện các dịch vụ công, đầu tư tu bổ các di tích, danh thắng, bảo vệ môi trường, mặt khác nâng cao trách nhiệm tôn trọng của du khách đối với môi trường cảnh quan thiên nhiên, các di tích lịch sử văn hóa trên địa bàn huyện.

Kêu gọi sự tài trợ, giúp đỡ của các tổ chức, cá nhân quan tâm đến du lịch ở địa phương bằng các dự án đầu tư, chương trình nghiên cứu khoa học, công tác tình nguyện viên...

#### **4.9. Thành lập trung tâm điều hành và phát triển du lịch Lâm Bình**

Trung tâm có nhiệm vụ điều phối chung các hoạt động du lịch, cung cấp thông tin về du lịch của huyện; thực hiện chức năng quảng bá, xúc tiến hỗ trợ khách du lịch; tư vấn cung cấp các dịch vụ như hướng dẫn viên và các dịch vụ liên quan đến hoạt động du lịch.

Thành lập đường dây nóng về việc phản ánh hoạt động du lịch tiêu cực trên địa bàn huyện để kịp thời nghiêm túc xử lý các hành vi làm xấu hình ảnh của Lâm Bình.

#### **4.10. Tăng cường công tác kiểm tra, chấn chỉnh hoạt động du lịch, bảo vệ môi trường du lịch**

Thường xuyên kiểm tra việc chấp hành các quy định của pháp luật trong kinh doanh lưu trú, dịch vụ du lịch, các hoạt động hướng dẫn viên, thuyết minh viên.

Tăng cường hiệu lực, hiệu quả công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động kinh doanh du lịch, vệ sinh an toàn thực phẩm; xử lý nghiêm các tổ chức, cá nhân vi phạm trong kinh doanh du lịch. Nên thành lập một đội kiểm tra liên ngành để giám sát các hoạt động du lịch trên địa bàn huyện.

Thường xuyên kiểm tra giám sát việc chấp hành các quy định về bảo vệ môi trường đặc biệt tại các điểm tham quan du lịch nhằm tạo ra môi trường xanh, sạch, đẹp, khuyến khích các cơ sở kinh doanh lưu trú các nhà hàng, quán ăn sử dụng các vật dụng thân thiện với môi trường, hạn chế sử dụng bao nilong, chai nhựa sử dụng một lần.

### **5. KẾT LUẬN**

Hiện nay, huyện Lâm Bình đang triển khai thực hiện qui hoạch tổng thể để tập trung phát triển kinh tế - xã hội, Quốc phòng - An ninh, đổi mới mạnh mẽ và tăng cường công tác quản lý nhà nước trên tất cả các lĩnh vực. Trong đó đầu tư phát triển du lịch là ưu tiên hàng đầu trong chiến lược phát triển kinh tế của huyện. Bài viết đã phân tích về tiềm năng, thực trạng, những thuận lợi khó khăn trong quá trình phát triển du lịch của Lâm Bình. Trên cơ sở đó, đề xuất một số giải pháp trước mắt và lâu dài, góp phần phát triển du lịch theo hướng bền vững, gắn với việc xây dựng cảnh quan, sử dụng hợp lý tài nguyên và bảo vệ môi trường tại Lâm Bình. Tào đã đưa ngành Du lịch Lâm Bình phát triển tương xứng với tiềm năng vốn có của nó.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bảo tàng Văn hóa các dân tộc Việt Nam (2006), *Văn hóa phi vật thể của các dân tộc ở vùng lòng hồ thủy điện Tuyên quang*, Nxb Văn hóa dân tộc - Công ty Văn hóa trí tuệ Việt, Hà Nội.
2. Ủy ban nhân dân Huyện Lâm Bình, Báo cáo số 368 /BC-UBND ngày 31/12/2018 về Kết quả thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế-xã hội, an ninh, quốc phòng năm 2018; phương hướng, mục tiêu và giải pháp phát triển kinh tế-xã hội, quốc phòng, an ninh năm 2019, Lâm Bình.
3. Ủy ban nhân dân Huyện Lâm Bình, Báo cáo số 34 /BC-UBND ngày 20/5/2019 về tiềm năng và tình hình phát triển du lịch cộng đồng huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang, Lâm Bình.
4. Tỉnh ủy Tuyên Quang, Kết luận số 28-KL/TU ngày 18/5/2016 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về *nhiệm vụ, giải pháp phát triển du lịch giai đoạn 2016 – 2020*, Tuyên Quang.
5. Nông Quốc Tuấn - Nguyễn Hữu Thọ (2006), *Sưu tầm cấp thiết di sản văn hóa về con người và cộng đồng gắn với môi trường sinh thái nhân văn vùng lòng hồ thủy điện Tuyên Quang*, Bộ Văn hóa thông tin - Bảo tàng văn hóa các dân tộc Việt Nam, Thái Nguyên.
6. Thủ Tướng Chính phủ, Quyết định số 44/QĐ-ttg ngày 09/01/2019 về *phê duyệt đề án tăng cường hoạt động truyền thông về du lịch*, Hà Nội.
7. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch - Bảo tàng Tuyên Quang (2009), *Lý lịch quần thể di tích lịch sử, văn hóa và thắng cảnh vùng lòng hồ thủy điện Tuyên Quang*, huyện Nà Hang, tỉnh Tuyên Quang, Tuyên Quang.

## POTENTIAL, SITUATION AND SOLUTIONS FOR TOURISM DEVELOPMENT IN LAM BINH DISTRICT, TUYEN QUANG

**Ly Thi Thu**  
Tan Trao University

### Abstracts

Lam Binh is located in the Northern remote mountainous area of Tuyen Quang province. This place is called “Ha Long on land” with a vast lake area and charming scenery. Lam Binh is rich in nature with fauna and flora, many large and small waterfalls hidden in the great forest, along with many national-level historical and cultural relics. Ethnic minorities account for 95% of the population, giving Lam Binh a diverse indigenous culture with traditional festivals such as “Long Tong” festival, Tet dance festival, “Cap Sac” ceremony ... Although Lam Binh has a great potential , tourism development in recent years has not effective because of not creating a highlight in exploitation and development. The goal by 2020, the district will welcome 15,000 visitors. In order to achieve that result, Lam Binh has linked with many organizations, authorities, research agencies, scientists to open seminars and workshops, pilot traditional tourism models and products, so that the tourism industry can sustainably develop. Originating from the tourism development needs, some solutions are proposed to develop tourism in Lam Binh more sustainable and effective.

### Keywords

Tourism development, potential, solutions, Lam Binh district.



## PHÁT TRIỂN DU LỊCH HOMESTAY GẮN VỚI BẢO TỒN BẢN SẮC VĂN HÓA DÂN TỘC Ở HUYỆN LÂM BÌNH, TỈNH TUYÊN QUANG

Đàm Thị Thanh Thủy<sup>98</sup>

Nguyễn Phương Thảo<sup>99</sup>

*Trường Đại học Tân Trào*

### Tóm tắt

Du lịch homestay Lâm Bình tuy mới hình thành và phát triển trong một vài năm trở lại đây nhưng ngày càng khẳng định được sức hút đối với du khách trong và ngoài nước đến với Lâm Bình. Việc phát triển du lịch gắn với bảo tồn bản sắc văn hóa dân tộc cần phải có những giải pháp phù hợp. Bài viết này phân tích, làm rõ một số vấn đề về tiềm năng, thế mạnh phát triển du lịch homestay ở Lâm Bình, Tuyên Quang. Qua đó, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm góp phần phát triển du lịch homestay gắn với bảo tồn bản sắc văn hóa dân tộc.

### Từ khóa

Phát triển du lịch homestay, homestay Lâm Bình, homestay Tuyên Quang, giá trị bản sắc văn hóa dân tộc.

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Homestay ở Việt Nam được khởi nguồn từ nhu cầu của những vị khách “Tây ba lô”. Đây là loại hình du lịch dành cho những du khách thích khám phá, trải nghiệm và tìm hiểu phong tục, tập quán của nhiều nền văn hóa khác nhau. Nghỉ tại nhà dân giúp họ hiểu hơn về cuộc sống và con người vùng đất đó bởi họ được “cùng ăn, cùng ở, cùng làm” với gia đình chủ nhà trong không khí ấm cúng và thân thiện. Hơn nữa, hình thức lưu trú này cũng khá hợp lý về giá cả.

Những năm gần đây, loại hình du lịch homestay tương đối phát triển trên địa bàn tỉnh, tiêu biểu như ở các huyện Lâm Bình, Na Hang, Sơn Dương, Yên Sơn, đã thu hút đông đảo du khách trong và ngoài nước. Tuy mới hình thành trong thời gian ngắn nhưng cũng khá hấp dẫn đối với du khách. Bởi Tuyên Quang có 22 dân tộc anh em cùng sinh sống với truyền thống văn hóa đa dạng, phong phú và giàu bản sắc.

Loại hình du lịch homestay đã được tỉnh Tuyên Quang tập trung quy hoạch, xây dựng và đã khai thác, tạo thành dịch vụ du lịch “ăn khách”, thu hút đông đảo du khách trong, ngoài tỉnh và cả khách nước ngoài, từ đó mang lại nguồn thu cho địa phương, nhất là cho người dân bản địa.

Tại huyện Lâm Bình hiện có 04 điểm du lịch cộng đồng tại thôn Nà Tông, thôn Nà Đông (xã Thượng Lâm), thôn Nà Muông (xã Khuôn Hà) và thôn Nặm Đíp (xã Lăng Can). Các điểm du lịch cộng đồng đều có điểm chung là có đông đồng bào dân tộc sinh sống với những mái nhà sàn truyền thống và phong tục, tập quán được bảo tồn. Tại đây, du khách được tham gia, tìm hiểu, học hỏi, trải nghiệm một số hoạt động của người dân bản địa; tham quan phong cảnh; tìm hiểu cuộc sống, những nét sinh hoạt của người dân nơi đây; đặc biệt là được trải nghiệm nghề dệt thổ

<sup>98</sup> Phòng Tổ chức - Chính trị, Trường Đại học Tân Trào

<sup>99</sup> Trung tâm Tin học – Ngoại Ngữ, Trường ĐH Tân Trào

cẩm; hát Then; mặc thử trang phục truyền thống của dân tộc Tày, Dao, Pà Thẻn...; ăn các món ăn đặc trưng, truyền thống vùng cao đa dạng, phong phú... Vì vậy, du lịch homestay là loại hình du lịch gắn liền với các giá trị văn hóa bản địa thông qua việc sinh sống với gia đình người dân địa phương trong suốt thời gian chuyến đi.

Tuy nhiên, trên thực tế hoạt động du lịch homestay tại tỉnh Tuyên Quang nói chung và ở huyện Lâm Bình nói riêng mặc dù có nhiều tiềm năng nhưng hiệu quả khai thác vẫn còn thấp, chưa mang tính bền vững, ổn định. Một trong những nguyên nhân chính là do địa phương chưa khai thác được nhiều các giá trị văn hóa bản địa, chưa huy động được nhiều các nguồn lực để biến các tiềm năng, lợi thế về bản sắc văn hóa thành sản phẩm du lịch đặc trưng. Bên cạnh đó, mặc dù được tập huấn, học tập kinh nghiệm từ các homestay khác trong và ngoài tỉnh, song vốn xuất phát từ tự phát của các hộ gia đình là chủ yếu nên nếu không có những định hướng đúng và phù hợp thì sẽ có tác động tiêu cực đến việc bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc. Bởi các giá trị văn hóa bản địa đặc sắc với vai trò chủ đạo cũng là mục tiêu quan tâm đặc biệt của khách du lịch muốn hướng đến khi tham gia du lịch homestay. Vì vậy để loại hình du lịch này phát triển bền vững cần phải có chiến lược khai thác và bảo tồn bản sắc văn hóa dân tộc.

## 2. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

### 2.1. Về tiềm năng, lợi thế phát triển du lịch homestay

Lâm Bình là huyện vùng sâu, vùng xa, vùng cao phía bắc của tỉnh Tuyên Quang, diện tích tự nhiên 78.152,17ha; phía Đông giáp huyện Nà Hang (Tuyên Quang), Đông Bắc giáp huyện Bắc Mê (Hà Giang); Tây và Tây Bắc giáp huyện Vị Xuyên và huyện Bắc Quang (Hà Giang); Nam giáp huyện Chiêm Hóa (Tuyên Quang). Huyện Lâm Bình cách Hà Nội khoảng 280km; cách thành phố Tuyên Quang khoảng 120km; cách Cao nguyên đá Hà Giang khoảng 150km; cách hồ Ba Bể, huyện Pác Nặm, tỉnh Bắc Kạn khoảng 130km và cách hồ Núi Cốc tỉnh Thái Nguyên 180km.

Lâm Bình có 08 đơn vị hành chính cấp xã, 70 thôn, bản; dân số toàn huyện gần 34 nghìn người, với trên 12 dân tộc cùng chung sống, dân tộc thiểu số chiếm trên 95%, trong đó: Dân tộc Tày chiếm 62%, Dao trên 25%, Mông 6%, Pà Thẻn 2% còn lại là các dân tộc khác. Đặc biệt, duy nhất ở Việt Nam, tại thôn Thượng Minh, xã Hồng Quang, huyện Lâm Bình có tộc người Thủy sinh sống; tộc người Thủy có tiếng nói, trang phục, văn hóa tín ngưỡng, phong tục tập quán, nguồn gốc riêng biệt.

Thiên nhiên ban tặng cho Lâm Bình nhiều danh lam, thắng cảnh đẹp như: Danh thắng Quốc gia 99 ngọn núi Thượng Lâm huyền thoại, nơi được coi là Vịnh Hạ Long cạn giữa đại ngàn; Phong cảnh, núi non Khuôn Hà, Lãng Can, Bình An, Thổ Bình, Hồng Quang, Xuân Lập, Phúc Yên; hòn Cọc Vải (cọc buộc trâu của chàng khổng lồ Tài Ngào), Núi Đổ địa phận giáp ranh giữa huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang và huyện Bắc Mê, tỉnh Hà Giang; Đèo Ái Au, xã Thượng Lâm; đèo Kéo Nàng, xã Lãng Can; đèo Tát Nga, Khau Cau, xã Phúc Yên... Mỗi danh lam, thắng cảnh đều có vẻ đẹp tự nhiên, kỳ vĩ và chứa đựng những sự tích, huyền thoại, gắn với sinh hoạt, đời sống ngàn đời của đồng bào các dân tộc nơi đây, trong đó có truyền thuyết về 99 con phượng hoàng về đậu trên 99 ngọn núi ở Thượng Lâm, sự tích về Đèo Ái Au, Đèo Kéo Nàng gắn với câu chuyện tình éo le của những chàng trai, cô gái, họ yêu nhau nhưng không nên vợ, nên chồng, để lại niềm day dứt khôn nguôi, hay sự tích về một bà tiên hiền lành, tốt bụng đã dạy người dân Lãng Can nghề trồng bông, dệt vải,...

Lâm Bình có nhiều thác nước đẹp với nhiều tầng thác, nguyên sơ: Thác Bản Lò, Nặm Me, Khuổi S.Thung, Tát Ngà,... trên khu vực Hồ Lâm Bình; Thác Vàng Dân, Tát Trà, xã Lăng Can; Thác Khuổi Cho, xã Hồng Quang; Thác Hang, xã Phúc Yên,... Mỗi con thác đều gắn với một truyền thuyết về nguồn gốc sinh ra và có vẻ đẹp riêng: Thác Nặm Me với 5 tầng thác dạt dào, nhẹ nhàng, tình cảm như dòng suối mẹ; Thác Khuổi Thung lúc mạnh mẽ nơi lưng trời, lúc ẩn mình trong lòng núi; Thác Bản Lò hùng vĩ, ngày đêm đổ ào ạt xuống mặt hồ xanh thẳm; thác Khuổi Nhi nhẹ nhàng xóa trắng xóa, nơi có hàng vạn con cá sẵn sàng làm nhiệm vụ Massage cho du khách; Thác Hang, xã Phúc Yên luôn chảy trong lòng núi hơn 500 m, lúc nhẹ nhàng, êm ái, lúc gầm gào giận dữ, tạo cảm giác như lạc vào mê cung mà không tìm thấy lối ra,... Và rất nhiều các con thác đẹp khác nữa, đang chờ du khách đến trải nghiệm và khám phá.

Mới đây Lâm Bình phát hiện một quần thể hang động rộng lớn, nguyên sơ, hầu như chưa có dấu chân con người. Từng hang động có vẻ đẹp kỳ vĩ khác nhau, nhưng đều chung một điểm lòng hang rộng từ 50 đến 200 m; trần hang cao từ 20 đến 50 m; độ dài của hang từ 500 đến 1.500 m; nhiều thạch nhũ lung linh, kỳ ảo, biến hóa, được các chuyên gia đánh giá rất cao về giá trị khảo cổ, địa chất và giá trị du lịch cần được tìm hiểu, khám phá, tiêu biểu trong số đó là hang Khuổi Pín, hang Nặm Thuôm, hang Giếng trời, hang Khuổi Poóng, động Song Long,... [10][11].

Ngoài ra Lâm Bình còn có các di tích lịch sử, khảo cổ, tâm linh: Di tích Quốc gia Đền Pú Bảo, Chùa Phúc Lâm, Xưởng Quân Khí H52 của Anh hùng Lao động Ngô Gia Khảm, Đền Pác Vãng, Đền Bà Chúa (Bà Chúa); Chùa Ông, Chùa Bà, Đền Nà Thêm, Hang Xum Lôm, Hang Phia Vài (nơi phát hiện 02 ngôi mộ táng có niên đại trên dưới 12 nghìn năm).

Là vùng đất đa sắc tộc, nhân dân huyện Lâm Bình luôn gìn giữ, phát triển vốn văn hóa truyền thống mang tính bản địa, từ tiếng nói, chữ viết, trang phục, tín ngưỡng, tri thức dân gian, nghề truyền thống (nghề dệt thổ cẩm, nghề thêu, nghề rèn, mây giang đan, nghề làm bún cổ truyền,...), các làn điệu dân ca, dân vũ (hát Then, hát Quan Lãng, hát Páo Dung, hát Cọi, Múa Khèn,...), trò chơi dân gian, kiến trúc nhà ở (nhà sàn của người Tày, nhà đất của người Dao, Pà Thên, nhà trình tường của người Mông...). Đến với Lâm Bình, du khách sẽ cùng hòa mình vào các lễ hội mang đậm màu sắc dân gian, độc đáo, thu hút đông đảo du khách tham gia như: Lễ hội Lồng tồng của dân tộc Tày, Lễ hội Nhảy lửa của dân tộc Pà Thên, lễ cấp sắc của người Dao, Lễ giã cơm, Lễ mừng cơm mới,... Mỗi lễ hội có một ý nghĩa, nét đẹp văn hóa độc đáo khác nhau, song đều thể hiện khát vọng của người dân cầu trời đất, các bậc thánh thần, tổ tiên phù hộ cho sức khỏe, làm ăn ngày càng phát đạt, bản làng yên vui, hạnh phúc.

Lâm Bình không chỉ được biết đến với nhiều thắng cảnh đẹp, nhiều lễ hội và phong tục độc đáo mà còn là nơi chứa đựng nét văn hóa ẩm thực truyền thống độc đáo hết sức lý thú và hấp dẫn du khách. Nhiều sản phẩm đặc sản của địa phương như: mật ong, nấm hương rừng, chè Khau mút, rượu ngô, rượu thóc men lá, cá đặc sản lòng hồ,... và các món ăn đặc sản địa phương như: Thắng cố, mèn mèn, thịt chua, cá chua, cá mắm ruộng, xôi ngũ sắc, thịt lợn bí, cá khuy suối lam ống nứa, bánh trứng kiến, bún cổ truyền, ốc suối, rêu suối, rau rừng, thịt trâu gác bếp, da trâu khô, các loại rau rừng: nõ chuối rừng, bắp bi chuối rừng, rau Bò Khai, rau ngót rừng,... thảo dược từ rừng: giao cổ lam, sâm đá, sâm cau, tầm gửi,... cùng với hương vị rượu ngô, rượu thóc men lá,...

Hệ động, thực vật đa dạng, phong phú, quý hiếm, cảnh quan núi, rừng, lòng hồ hoang sơ, hùng vĩ là điều kiện quan trọng để Lâm Bình phát triển nhiều loại hình du lịch. Cùng với bản sắc văn hóa truyền thống các dân tộc cơ bản được lưu giữ, người dân thân thiện, chân thành, giàu lòng mến khách, đây chính là tiềm năng và lợi thế giúp cho huyện Lâm Bình phát triển du lịch homestay, tạo những điểm nhấn, sản phẩm riêng có mà ít có địa phương nào có được.

## 2.2. Thực trạng phát triển du lịch homestay Lâm Bình

Bắt đầu từ cuối năm 2016, loại hình du lịch cộng đồng nghỉ tại nhà dân (homestay) phát triển và để lại những dấu ấn đặc biệt trong lòng du khách khi đặt chân đến huyện vùng cao Lâm Bình. Tại đây, du khách được khám phá, trải nghiệm và tận hưởng cuộc sống thanh bình với những người dân miền núi - những nông dân lần đầu biết làm du lịch. Đến nay huyện Lâm Bình có 04 điểm du lịch cộng đồng (homestay) với 24 hộ tham gia mô hình tại: thôn Nà Tông, Nà Đông (xã Thượng Lâm), thôn Nà Muông (xã Khuôn Hà), thôn Nặm Đíp (xã Lăng Can) và thôn Bản Bon, xã Phúc Yên (Lâm Bình). Doanh thu năm 2018 ước đạt 2.500 triệu đồng. Những hộ này đã cải tạo ngôi nhà của mình hoặc xây mới và tự trang bị cho khách những đồ dùng cần thiết để phục vụ tốt cho những sinh hoạt cá nhân của khách. Mỗi hộ gia đình ở đây có thể đáp ứng được đoàn khách khoảng 100 người [10][11].

Khách đến homestay Lâm Bình là những người yêu thích du lịch trải nghiệm. Du khách được tìm hiểu văn hóa truyền thống của đồng bào dân tộc Tày, Dao, Mông, Pà Thẻn, Tộc người Thủy (cuộc sống sinh hoạt hàng ngày: bắt ốc, hái rau rừng, câu cá, bắt cua đá, chần trâu,...); cùng thưởng thức các làn điệu dân ca, dân vũ, trò chơi dân gian truyền thống của các dân tộc (hát quan làng, then, cọi, Páo Dung, bắn nỏ, đẩy gậy, đi cà kheo, Múa Khèn, đánh cù,...), nghề dệt truyền thống, nghề làm bún cổ truyền, Lễ cấp sắc của đồng bào Dao, Lễ hội Lồng tồng của đồng bào Tày, Lễ hội Nhảy lửa huyền bí của đồng bào Pà Thẻn,...

Du khách được hòa mình vào không gian thiên nhiên tươi đẹp, núi non trùng điệp của danh thắng Thượng Lâm - 99 ngọn núi, thắng cảnh tại các xã Khuôn Hà, Lăng Can, Phúc Yên,... đi xe đạp, đi bộ tham quan bản làng văn hóa; được sống trong các ngôi nhà sàn truyền thống hàng trăm tuổi của đồng bào Tày, ngôi nhà trình tường của đồng bào Mông,... để tìm hiểu, khám phá cuộc sống sinh hoạt hàng ngày và văn hóa của nhân dân các dân tộc huyện Lâm Bình.

Đến Lâm Bình du khách có thể lựa chọn Du thuyền hoặc chèo thuyền KAYAK đi bè mảng tham quan hồ Tuyên Quang. Tại đây họ sẽ có cơ hội hòa mình vào với thiên nhiên hùng vĩ, nơi được mệnh danh như “Hạ Long Chạm giữa đại ngàn”; tham quan, chụp ảnh Cọc Vải Phạ - Cọc buộc trâu trời (biểu tượng của Lâm Bình), nhà bè nuôi cá trên hồ và rất nhiều hòn đảo lớn nhỏ khác. Khám phá vẻ đẹp nguyên sơ, mê hoặc của thác Khuổi Nhi, Khuổi Súng, Nặm Me, thác Hang,... Đặc biệt du khách sẽ được hưởng dịch vụ massage miễn phí với hàng ngàn chú cá luôn sẵn sàng massage khi khách ngâm mình xuống dòng nước trong xanh, mát lạnh tại thác Khuổi Nhi. Đây là dịch vụ massage mà chỉ duy nhất nơi đây mới có. Đi bộ trekking, khám phá rừng nguyên sinh, khám phá hệ thống hang động còn nguyên sơ và du khách sẽ là những người đầu tiên khám phá các hang, động: Khuổi Pín, Nặm Thuôm, Giếng Trời, Lũng Nhòì,...); đi câu đêm và ngủ trên lòng hồ Tuyên Quang,... Thưởng thức các món ẩm thực truyền thống, bảo đảm ngon, an toàn thực phẩm. Du khách có thể đặt mua các sản phẩm trên về làm quà cho gia đình, bạn bè và người thân. Trên hành trình trải nghiệm, du khách có thể đến tham quan và chiêm bái nơi tâm linh - Di tích Quốc gia - Chùa Phúc Lâm, Đền Pú Bảo, di tích Xưởng Quân khí H52 của anh hùng Ngô Gia Khảm, hang Phia Vải nơi phát hiện 02 ngôi mộ táng có niên đại trên dưới 12 nghìn năm,...

Tại các khu du lịch trên địa huyện Lâm Bình, múa Sạp, hát Then... Thú vị hơn, du khách được trò chuyện và thưởng thức ẩm thực, học cách làm hay tự tay vào bếp chế biến các món ăn đặc sản vùng miền.

Khi tham gia các loại hình du lịch này, du khách sẽ cùng sống, sinh hoạt trong các gia đình để tìm hiểu những phong tục tập quán của người dân nơi đây, cùng tham gia vào các hoạt động

của người dân như đốt lửa trại, nhảy sạp, giao lưu văn nghệ... Tôi đến, trong những nếp nhà sàn truyền thống, du khách được trò chuyện và thưởng thức ẩm thực, học cách làm hay tự tay vào bếp chế biến các món ăn truyền thống của người dân bản địa vô cùng hấp dẫn như: Thịt trâu hun khói, cá nướng, măng đắng, lợn rừng quay... trong tiếng hát Then, đàn Tính, ngất ngây trong men rượu ngô thơm ngọt và ánh mắt, nụ cười đắm say của các cô gái miền sơn cước.

Từ những lợi thế này, Lâm Bình xác định chọn "Du lịch là mũi nhọn tăng trưởng của nền kinh tế". Trong đó đặc biệt chú ý về bản sắc văn hóa của 22 dân tộc anh em, xem đây là nguồn lực nhân văn quan trọng để phát triển du lịch.

Chủ trương phát triển văn hóa gắn với bảo tồn văn hóa vùng miền được tỉnh Tuyên Quang chú trọng. Tỉnh đã ban hành Kế hoạch phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang giai đoạn 2016 - 2020; đồng thời bảo tồn, phục dựng và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh gắn với phát triển du lịch giai đoạn 2016 - 2020 huyện Lâm Bình... Qua đó, huyện Lâm Bình chú trọng công tác sưu tầm, khôi phục và bảo tồn, giữ gìn văn hóa vật thể, phi vật thể, những phong tục tập quán đặc sắc của đồng bào các dân tộc như tiếng nói, làn điệu dân ca, dân vũ, nhạc cụ, trang phục truyền thống, lễ hội, trò chơi dân gian, nhà sàn...

Để công tác phát triển du lịch gắn với bảo tồn văn hóa được hiệu quả, huyện Lâm Bình đã tổ chức cho các hộ đi tham quan, học hỏi kinh nghiệm phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Hà Giang; tuyên truyền các hộ dân giữ nguyên cảnh quan, kiến trúc, trang phục truyền thống, tạo không gian văn hóa đậm đà bản sắc; hướng dẫn khách du lịch tham gia trải nghiệm dệt thổ cẩm; thành lập câu lạc bộ văn nghệ biểu diễn các làn điệu dân ca, dân vũ, nhạc cụ, các trò chơi dân gian truyền thống... Qua đó, góp phần giới thiệu, quảng bá văn hóa truyền thống độc đáo của các dân tộc đến với du khách thập phương.

### **2.3. Tác động của sự phát triển du lịch homestay đến bản sắc văn hóa dân tộc**

Việc khai thác tài nguyên để phát triển du lịch homestay vừa góp phần bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống, vừa đa dạng hóa hoạt động, tăng thu nhập cho người dân. Tuy nhiên, khi khai thác tài nguyên để phát triển loại hình du lịch homestay này nếu không kiểm soát chặt chẽ tại một số điểm du lịch và sự thiếu ý thức của một số du khách sẽ tác động tiêu cực đến môi trường, hệ sinh thái, hủy hoại cảnh quan thiên nhiên, mai một các giá trị văn hóa truyền thống.

#### **Tác động tích cực**

Du lịch homestay góp phần gìn giữ, bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa bản địa. Là loại du lịch có sức hấp dẫn rất lớn đối với du khách trong và ngoài nước bởi những nét mới lạ, độc đáo và mang tính nhân văn của mỗi dân tộc, mỗi vùng miền. Chẳng hạn như: trang phục truyền thống của cô gái Tày được làm từ những tấm vải thô nhuộm chàm đen bóng rồi cắt may thành quần áo, không thêu thùa nhiều hoa văn, ngoài viền áo màu đỏ và đôi đai xanh, tím được thắt ở lưng, khi mặc kết hợp với cổ đeo vòng bạc trắng toát lên vẻ kiêu sa. Hay kiến trúc của những ngôi nhà sàn cổ của người Tày Lâm Bình có những nét đặc trưng riêng: ngay cửa ra vào ở phía đầu hồi được đặt một chiếc cầu thang, thường có 9 bậc; những ngôi nhà sàn ở đây được thiết kế theo kiến trúc cổ; nhà rộng thì 5 gian 4 mái hoặc 4 gian 3 mái; hẹp hơn thì làm 3 gian 2 mái lợp ngói máng; Bếp lửa luôn được đặt ở gian chính giữa, tạo nên một không gian ấm cúng trong mỗi ngôi nhà của người Tày..., đây chính là mong muốn của du khách khi họ đến các bản của người dân tộc Tày tận mắt được nhìn thấy, được ở trong ngôi nhà sàn đó và được trải nghiệm cuộc sống của một người Tày với những giá trị văn hóa đặc sắc, làm sống lại làm sống lại bản sắc văn hóa truyền thống các dân tộc và giáo dục thế hệ trẻ không ngừng phát huy những giá trị văn hóa mà cha ông đã để lại.

### Tác động tiêu cực

Bên cạnh những tác động tích cực thì việc phát triển loại hình du lịch homestay cũng có những tác động tiêu cực đến văn hóa bản địa, được thể hiện qua các khía cạnh như sau:

Thứ nhất, việc thương mại hóa mạnh mẽ sẽ ít nhiều mất dần tính đặc sắc, tính chất riêng của homestay là “sinh hoạt, ngủ nghỉ, ăn ở của người dân bản xứ”.

Thứ hai, việc sử dụng các thiết bị hiện đại như bình tắm nóng lạnh, điều hòa nhiệt độ, thiết bị công nghệ thông minh... sẽ làm mất đi nét tự nhiên vốn có trong sinh hoạt của người dân bản địa.

Thứ ba, các hoạt động vui chơi, giải trí ồn ào, khó kiểm soát được của du khách sẽ làm mất dần đi những giá trị văn hóa đặc sắc của vùng miền.

Thứ tư, tính tự phát trong khai thác, tính đồng bộ trong kết nối và sự hỗ trợ từ những chính sách sẽ là những thách thức không nhỏ với mô hình kinh doanh này.

## 2.4. Một số giải pháp góp phần phát triển du lịch homestay gắn với bảo tồn bản sắc dân tộc tại huyện Lâm Bình

### 2.4.1. Nâng cao hiệu quả công tác quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn

Thường xuyên tập huấn, hướng dẫn về du lịch cộng đồng, tổ chức cho đại diện các hộ đi học tập kinh nghiệm mô hình du lịch cộng đồng ở các địa phương thực hiện có hiệu quả. Tập huấn về kỹ năng giao tiếp, ứng xử, phục vụ du khách; kỹ năng nấu ăn. Tập huấn đội ngũ thuyết minh viên; kỹ năng hướng dẫn du khách thực hiện các công việc hàng ngày của gia đình, của cộng đồng. Tập huấn nâng cao nhận thức và hiểu rõ bản chất của du lịch cộng đồng, để từ đó thay đổi hành vi.

Tổ chức các hội nghị triển khai kế hoạch du lịch cộng đồng hàng năm; tạo cơ chế thuận lợi để khuyến khích các hộ đăng ký tham gia và ký cam kết làm du lịch homestay; thống nhất mức hỗ trợ và các công việc cụ thể, phương án thực hiện ở từng hộ, nhất là các nội dung, công việc từng hộ dân phải tự thực hiện. Lập dự toán kinh phí, xây dựng bảng giá các dịch vụ phục vụ du khách, cơ chế chia sẻ quyền lợi giữa người dân làm du lịch và các công ty du lịch, lữ hành.

Tiếp tục cải tiến và phát huy vai trò của Tổ công tác cấp huyện, cấp xã (mỗi tổ công tác từ 05 đến 10 thành viên), trực tiếp hướng dẫn, tư vấn các hộ, nhóm hộ tham gia thực hiện việc chỉnh trang nhà cửa, khuôn viên, bổ sung cơ sở vật chất và các điều kiện cần thiết khác phục vụ du khách. Thành lập tổ điều phối cấp xã để hướng dẫn, phân khách, tư vấn các địa điểm khách tham quan du lịch.

### 2.4.2. Định hướng nhận thức của người dân về du lịch homestay gắn với bảo tồn bản sắc văn hóa dân tộc

Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị đã xác định “Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, có tính liên ngành, liên vùng, xã hội hóa và hội nhập quốc tế cao, mang nội dung văn hóa sâu sắc”<sup>100</sup>. Theo Dương Văn Sáu (2017) để làm được điều đó, cần phải đổi mới nhận thức, tư duy về phát triển du lịch, đó là: (i) Biến di sản thành tài sản; (ii) Biến văn hóa thành hàng hóa; (iii) Biến tài nguyên thành tài chính; (iv) Biến nguồn lực thành động lực; (v) Biến môi trường thành thị trường; (vi) Biến giá trị thành giá cả. Đồng thời, phải tuyên truyền, vận động các hộ dân gìn giữ không gian văn hóa đặc sắc của dân tộc, giữ nguyên hiện trạng, cảnh quan, kiến trúc truyền

<sup>100</sup> Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn

thống,... tại các điểm du lịch cộng đồng; kiên quyết không để các hộ xây dựng, chỉnh trang nhà cửa, các công trình phụ,... không đúng với bản sắc truyền thống, làm phá vỡ cảnh quan, môi trường xung quanh [1].

Giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc trong kinh doanh lưu trú du lịch cần đảm bảo 3 nguyên tắc cơ bản: (i) Việc xây dựng các homestay không chỉ đạt chuẩn, đảm bảo tiện nghi mà còn khẳng định tính và thể hiện phong cách kiến trúc độc đáo, ấn tượng, tăng tính hấp dẫn đối với khách du lịch; (ii) Tổ chức các dịch vụ có chất lượng cao, hàm lượng văn hóa sâu, dung lượng văn hóa lớn để khẳng định và tôn vinh đẳng cấp, thương hiệu của tour, tuyến du lịch thông qua sản phẩm đặc trưng, mang giá trị văn hóa đặc sắc; (iii) Khai thác và bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống của đồng bào các dân tộc huyện Lâm Bình.

#### *2.4.3. Xây dựng, cải tạo khuôn viên nhà ở, không gian sinh hoạt tiện nghi như phải phù hợp với thực tiễn môi trường sinh thái cộng đồng*

Vận động, khuyến khích người dân giữ gìn nhà sàn truyền thống của dân tộc, gắn với phát triển du lịch cộng đồng homestay. Đặc điểm này làm nên nét đặc trưng rất riêng biệt trong văn hóa dựng nhà của người Tày nơi đây với các dân tộc, vùng miền khác. Bên cạnh đó, xây dựng quy ước về trách nhiệm vệ sinh đường làng, ngõ, xóm, khu vực sinh hoạt cộng đồng, khu vực công cộng, bảo đảm giữ gìn môi trường, cảnh quan sạch, đẹp và an toàn tuyệt đối cho du khách.

Thực hiện việc chỉnh trang nhà cửa, khuôn viên bảo đảm ngăn nắp, mỹ quan, vệ sinh môi trường; xây mới hoặc nâng cấp nhà vệ sinh nhưng không làm phá vỡ cảnh quan, môi trường và hệ thống quy hoạch; bổ sung những trang thiết bị, phương tiện cần thiết và các công cụ, dụng cụ phục vụ sinh hoạt, vui chơi, lao động trải nghiệm để phục vụ khách du lịch.

#### *2.4.4. Phục dựng, tái hiện các ngành nghề truyền thống gắn với đời sống sinh hoạt và truyền thuyết cộng đồng*

Tái hiện nghề dệt truyền thống; tập huấn để các hộ biết hướng dẫn cho khách các công đoạn nghề dệt; từng bước khôi phục nghề trồng bông, dệt vải, tạo sản phẩm từ bông nguyên bản bán cho du khách; vận động nhân dân mặc trang phục dân tộc trong giao tiếp, sinh hoạt và lao động sản xuất; khuyến khích nhân dân trồng trọt, chăn nuôi, tạo ra sản phẩm nông sản sạch, tại chỗ phục vụ khách.

Sưu tầm các dụng cụ lao động sản xuất, tái tạo hình tượng các mô hình sản xuất, hái lượm, săn bắn, phát triển các câu chuyện cổ tích, truyền thuyết dân gian, chọn lọc, biên soạn thành lời và in thành tập giới thiệu với du khách.

#### *2.4.5. Phát triển các sản phẩm thủ công nghiệp, nghề truyền thống, sản phẩm nông, lâm nghiệp, thủy sản là đặc sản của địa phương*

Triển khai thực hiện có hiệu quả Kế hoạch số 90/KH-UBND ngày 20 tháng 8 năm 2019 của Ủy ban nhân dân huyện Lâm Bình về việc thực hiện Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” đến năm 2020 trên địa bàn huyện Lâm Bình.

Phát triển các sản phẩm thủ công nghiệp, nghề truyền thống, sản phẩm nông, lâm nghiệp, thủy sản là đặc sản của địa phương, có chất lượng phục vụ phát triển kinh tế và du lịch: Sản phẩm rượu ngô men lá chất lượng cao huyện Lâm Bình, cá đặc sản (cá bống), gà ta địa phương, lợn đen, thịt trâu khô, rượu thóc Lâm Bình, dê núi, lạc, chè Shan Khau Mút, măng tre, rau bò khai, rau giảo cổ lam; nghề dệt của dân tộc Pà Thẻn, đan lát tại xã Hồng Quang; dệt thổ cẩm của dân tộc Tày tại xã Thượng Lâm, Khuôn Hà, Lãng Can; nghề thêu tại xã Phúc Yên, Xuân Lập. Phát triển các sản phẩm rau bò khai, giảo cổ lam và các sản phẩm khác mà huyện có lợi thế.

#### 2.4.6. Phát triển các loại hình văn hóa, văn nghệ truyền thống đặc sắc của người dân bản địa

Các loại hình văn hóa là sản phẩm văn hóa. Sản phẩm văn hóa chỉ biến thành sản phẩm du lịch khi nó tham gia vào các quá trình hoạt động kinh doanh du lịch, phục vụ các nhu cầu khác nhau của khách du lịch. Là một ngành kinh tế dịch vụ, du lịch có những sản phẩm được tạo ra từ kết quả của các dịch vụ để đáp ứng và làm thỏa mãn các nhu cầu của du khách. Mỗi một vùng du lịch thường lại có sản phẩm du lịch đặc trưng của vùng. Chính sản phẩm du lịch đặc trưng sẽ tạo nên sự khác biệt giữa các vùng du lịch, tạo ra sự khác biệt, tạo sức hút của điểm đến du lịch.

Để phát triển các loại hình văn hóa, văn nghệ truyền thống đặc sắc riêng của mỗi dân tộc, cần tiếp tục kiện toàn, củng cố các đội văn nghệ thôn bản, tổ chức tập luyện các làn điệu dân ca, dân vũ, nhạc cụ, các trò chơi dân gian truyền thống để phục vụ khách du lịch. Bên cạnh đó, từng bước khôi phục nét văn hóa truyền thống như: tín ngưỡng, nghi lễ truyền thống, cưới hỏi, ẩm thực,... bảo đảm phù hợp với quy định hiện hành, gìn giữ thuần phong mỹ tục; sử dụng công cụ, dụng cụ lao động, sinh hoạt, sản xuất hàng ngày, truyền thống. Tiếp tục tổ chức các sự kiện du lịch thường niên để thu hút, phục vụ khách du lịch: Lễ hội Lồng tồng và ngày hội văn hóa các dân tộc; Lễ hội Nhảy lửa của dân tộc Pà Thẻn...

#### 2.4.7. Bảo tồn, tôn tạo các di tích, di sản văn hóa và danh lam thắng cảnh

Triển khai thực hiện có hiệu quả các nội dung tại Kế hoạch số 71/KH-UBND ngày 03/6/2016 của Ủy ban nhân dân huyện về bảo tồn, phục dựng và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh gắn với phát triển du lịch giai đoạn 2016-2020. Phục dựng, bảo tồn văn hóa truyền thống, nghi lễ, kiến trúc nhà sàn cổ của người Tày, nhà ở của đồng bào dân tộc Pà Thẻn và tộc người Thủy.

Bảo tồn, tôn tạo các di tích, di sản văn hóa, danh lam thắng cảnh để phát huy giá trị khai thác phục vụ du lịch như: Đền Nà Thêm, xã Khuôn Hà; Chùa Phúc Lâm, xã Thượng Lâm; Đền Pú Bảo, xã Lăng Can; hạ tầng tại bến thủy khu vực lòng hồ: Xây dựng bãi đỗ phương tiện bộ và bến neo đậu phương tiện thủy tại bến thủy xã Thượng Lâm, đường lên hang Khuổi Pín, Hang Phia Vài, thác Khuổi Nhi, đường nội bộ khu vực thôn Nặm Đíp, xã Lăng Can; thôn Nà Muông, xã Khuôn Hà; thôn Nà Đông, xã Thượng Lâm,...

#### 2.4.8. Xây dựng hệ thống du lịch thông minh, cơ sở hạ tầng và phương án bảo đảm an ninh trật tự, an toàn cho du khách

Xây dựng kế hoạch cụ thể tổ chức thực hiện Đề án du lịch thông minh của tỉnh giai đoạn 2019 - 2025 phù hợp với thực tiễn Lâm Bình. Hoàn thiện các tour tuyến, chỉ dẫn tour tuyến, giới thiệu và kết nối với các điểm du lịch trong và ngoài huyện. Xây dựng chương trình hoạt động của du khách thành nhiều chương trình khác nhau: 01 đêm, 02 ngày; 02 đêm, 03 ngày hoặc du lịch kết hợp nghỉ dưỡng, chương trình cắm trại, phượt, trải nghiệm khám phá lòng hồ. Du khách sẽ ăn, ngủ tại nhà sàn homestay; ban ngày du khách có thể đi bộ, hoặc thuê xe đạp, đi xe trâu của người dân địa phương đi tham quan bản làng văn hóa tại các thôn; buổi tối tham gia thưởng thức và giao lưu văn nghệ, đốt lửa trại,...).

Để làm được điều đó, cần có những khảo sát, phân tích, đánh giá thực trạng cơ sở hạ tầng chung (bãi đỗ xe, đường giao thông nội bộ, bến thủy, các khu vực tổ chức các hoạt động chung,...); hạ tầng viễn thông, tài chính, ngân hàng, điện, nước sạch, vệ sinh môi trường. Khảo sát, đánh giá chi tiết hiện trạng về cơ sở vật chất (nhà ở, bếp, nơi đón tiếp, ăn, nghỉ, chăn màn, nhà tắm, nhà vệ sinh, khu chăn nuôi,...) nhân lực, không gian cảnh quan, khuôn viên và các điều kiện cần thiết khác phục vụ du lịch cộng đồng tại các hộ gia đình, dự kiến các hộ gia đình có khả năng thực hiện.



Xây dựng phương án bảo đảm an toàn vệ sinh thực phẩm; phương án bảo đảm về công tác y tế; phương án cung cấp nước sạch; phương án cung cấp dịch vụ viễn thông, Internet, các điểm rút tiền qua ngân hàng.

#### 2.4.9. Tiếp tục chú trọng tuyên truyền, quảng bá về du lịch của huyện nói chung và du lịch cộng đồng nói riêng

Duy trì và nâng cao chất lượng, hiệu quả quảng bá du lịch trên Trang thông tin điện tử của huyện, các website, mạng xã hội. In ấn các tờ rơi hướng dẫn du lịch, bản đồ du lịch bằng hai thứ tiếng (Việt, Anh), các biên chỉ dẫn, các video, clip,... Tăng cường thông tin, quảng bá hình ảnh về miền đất, văn hóa, con người Lâm Bình; chú trọng tổ chức các sự kiện văn hóa, thể thao, du lịch cấp huyện; khảo sát xây dựng các tua, tuyến, điểm du lịch.

Tham gia các sự kiện du lịch của tỉnh nhằm tuyên truyền, quảng bá, xúc tiến thương mại, giới thiệu văn hóa du lịch của huyện. Tăng cường, nâng cao số lượng, chất lượng các tin, bài, chuyên mục, chuyên đề tuyên truyền quảng bá, xúc tiến du lịch trên các phương tiện thông tin đại chúng của huyện và của tỉnh. Đẩy mạnh khai thác, phối hợp với các công ty lữ hành để quảng bá về du lịch Lâm Bình.

Đẩy mạnh liên kết và hợp tác phát triển du lịch với các huyện trong và ngoài tỉnh, như: huyện Chiêm Hóa, Na Hang tỉnh Tuyên Quang; huyện Ngọc Minh, Bắc Mê, Bắc Quang tỉnh Hà Giang ; huyện Ba Bể tỉnh Bắc Kạn... để phát triển các tua, tuyến du lịch liên vùng, liên tỉnh.

### 3. KẾT LUẬN

Du lịch homestay ở Lâm Bình hiện đã và đang dần được nhiều người biết đến và là một trong những dịch vụ du lịch được nhiều du khách lựa chọn khi đến với Tuyên Quang. Đóng vai trò hạt nhân trong loại hình du lịch này chính là các giá trị bản sắc văn hóa dân tộc đặc sắc của cộng đồng các dân tộc huyện Lâm Bình. Với nhiều ưu điểm nổi bật của loại hình du lịch này từ chi phí đến tiện ích, bản sắc văn hóa, trải nghiệm vùng miền, loại hình du lịch homestay giúp chuyển đi của du khách khi đến với Lâm Bình trở nên hấp dẫn và thú vị hơn. Homestay Lâm Bình sẽ mang đến cho du khách một ngôi nhà thứ hai với chủ nhà thân thiện dễ mến, những bữa ăn ấm cúng bên gia đình cùng những câu chuyện đời thường dân dã, mộc mạc, giản dị. Du khách sẽ hòa mình trở thành một thành viên chính thức trong một ngôi nhà chung, đây là trải nghiệm đem đến cho du khách những kỷ niệm khó quên. Vì vậy để du lịch homestay ở huyện Lâm Bình phát triển bền vững, thực sự trở thành ngành kinh tế quan trọng cần phải có các giải pháp phù hợp nhằm góp phần phát triển du lịch homestay gắn với bảo tồn bản sắc văn hóa dân tộc.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Dương Văn Sáu (2017), Giáo trình Văn hóa Du lịch, Nhà xuất bản lao động, Hà Nội, 2017.
2. Ban Thường vụ Tỉnh ủy (2016), Kết luận số 28-KL/TU ngày 18/5/2016 về nhiệm vụ, giải pháp tiếp tục đẩy mạnh phát triển du lịch giai đoạn 2016-2020.
3. Bộ Chính trị (2017), Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.
4. UBND tỉnh Tuyên Quang (2016), Kế hoạch số 51/KH-UBND ngày 23/6/2016 về phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang giai đoạn 2016-2020.
5. UBND huyện Lâm Bình (2016), Kế hoạch số 117/KH-UBND ngày 12/10/2016 Kế hoạch phát triển du lịch huyện Lâm Bình giai đoạn 2016-2020.

6. UBND huyện Lâm Bình (2019), Kế hoạch số 50/KH-UBND ngày 26/4/2019 về Kế hoạch phát triển du lịch huyện Lâm Bình giai đoạn 2019-2020.

7. UBND huyện Lâm Bình (2019), Kế hoạch số 90/KH-UBND ngày 20/8/2019 về việc thực hiện Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” đến năm 2020 trên địa bàn huyện Lâm Bình;

8. UBND tỉnh Tuyên Quang (2013), Quyết định số 28/QĐ-UBND ngày 28/01/2013 về phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang đến năm 2020, định hướng đến năm 2030.

9. UBND huyện Lâm Bình (2016), Kế hoạch số 93/KH-UBND ngày 11/8/2016 về việc sưu tầm các công cụ, dụng cụ sinh hoạt, lao động sản xuất, các giá trị văn hóa, tín ngưỡng truyền thống các dân tộc trên địa bàn.

10. UBND huyện Lâm Bình (2016), Kế hoạch số 117/KH-UBND ngày 12/10/2016 về việc phát triển du lịch huyện Lâm Bình.

11. UBND huyện Lâm Bình (2019), Báo cáo số 192/BC-UBND ngày 17 tháng 6 năm 2019 về kết quả thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế xã hội, bảo đảm quốc phòng, an ninh 6 tháng đầu năm.

12. UBND huyện Lâm Bình (2017), Báo cáo tiềm năng và tình hình phát triển du lịch cộng đồng huyện Lâm Bình.

## **DEVELOPING HOMESTAY TOURISM IN ASSOCIATION WITH PRESERVING IDENTITY CULTURAL ETHNIC IN LAM BINH DISTRICT, TUYEN QUANG PROVINCE**

**Dam Thi Thanh Thuy, Nguyen Phuong Thao**

*Tan Trao University*

### **Abstract**

Although homestay tourism in Lam Binh has just formed and developed in recent years, it has increasingly affirmed the attraction for domestic and foreign tourists coming to Lam Binh. The development of tourism in association with preserving national cultural identity requires appropriate solutions. This article analyzes and clarifies some potential issues and strengths of homestay tourism development in Lam Binh district, Tuyen Quang province. Thereby, the author proposes a number of solutions to contribute to the development of homestay tourism associated with preserving the national cultural identity.

### **Keywords**

Developing homestay tourism, Lam Binh homestay, Tuyen Quang homestay, values of national cultural identity.

## BẢO TỒN NGÔN NGỮ DÂN TỘC TÀY GẮN LIỀN VỚI PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TẠI HUYỆN LÂM BÌNH

Hà Thị Chuyên

Trường Đại học Tân Trào

### Tóm tắt

Hiện nay, du lịch cộng đồng đang được coi là loại hình du lịch mang lại nhiều lợi ích phát triển kinh tế bền vững. Lâm Bình (Tuyên Quang) là huyện có tiềm năng phát triển du lịch, trong đó nổi bật là du lịch cộng đồng. Dân tộc Tày chiếm 60% dân số của huyện. Đồng bào có đời sống văn hóa vô cùng phong phú, trong đó ngôn ngữ là một phần quan trọng của văn hóa. Ngôn ngữ Tày, với vai trò là công cụ truyền tải văn hóa đã và đang góp phần thúc đẩy sự phát triển của du lịch cộng đồng tại Lâm Bình.

### Từ khóa

Du lịch, cộng đồng, ngôn ngữ Tày, Lâm Bình, phát triển.

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Lâm Bình (Tuyên Quang) là huyện có tiềm năng phát triển du lịch, nhất là du lịch sinh thái kết hợp với du lịch cộng đồng. Để phát triển du lịch cộng đồng cần bảo tồn văn hóa bản địa. Dân tộc Tày chiếm 60% dân số của huyện. Đồng bào có đời sống văn hóa vô cùng phong phú. Do vậy, bảo tồn những nét văn hóa bản địa của người Tày nhằm phục vụ hoạt động du lịch là một hướng đi cần được chú trọng. Trong văn hóa Tày ngôn ngữ là một phần không thể thiếu. Vì vậy, bảo tồn ngôn ngữ dân tộc Tày chính là bảo tồn văn hóa Tày.

### 2. NỘI DUNG VẤN ĐỀ

#### 2.1. Vai trò của ngôn ngữ dân tộc Tày với việc phát triển du lịch cộng đồng

“Du lịch cộng đồng là một loại hình du lịch do chính cộng đồng người dân phối hợp tổ chức, quản lý và làm chủ để đem lại lợi ích kinh tế và bảo vệ được môi trường chung thông qua việc giới thiệu với du khách các nét đặc trưng của địa phương (phong cảnh, văn hoá...)”[1]. Hiện nay du lịch cộng đồng đang được coi là loại hình du lịch mang lại nhiều lợi ích phát triển kinh tế bền vững nhất cho bản địa. Du lịch cộng đồng không chỉ giúp người dân bảo vệ tài nguyên môi trường sinh thái, mà còn là dịp để bảo tồn và phát huy những nét văn hóa độc đáo của địa phương.

Ngôn ngữ và văn hóa đều mang bản chất xã hội và cùng thuộc về xã hội loài người. Do vậy, chúng có quan hệ hữu cơ với nhau. Ngôn ngữ được xem như một bộ phận hữu cơ của văn hóa, đồng thời cũng là công cụ quan trọng nhất để chuyển tải văn hóa. Sự hình thành ngôn ngữ là tiền đề đa diện để hình thành văn hóa. Do vậy, mối quan hệ giữa ngôn ngữ và văn hóa được xác định là vô cùng chặt chẽ, tới mức mà ta không thể hiểu và đánh giá đúng được cái này nếu không có kiến thức về cái kia. Thậm chí ngôn ngữ là một phần của văn hóa và đến lượt mình văn hóa cũng là một phần của ngôn ngữ, cả hai đan xen, không tách rời nhau. Do vậy, bảo tồn ngôn ngữ đồng nghĩa với bảo tồn văn hóa của một dân tộc.

Các chuyên gia du lịch khuyến cáo: muốn du lịch cộng đồng phát triển cần giữ nguyên gốc, nguyên sơ, chất phác chân thực văn hóa bản địa, đó là cốt lõi của văn hóa bản địa. Để giữ

được nguyên gốc, nguyên sơ, chất phác thì những văn hóa cần không gian sinh tồn và thực hành. Do vậy, các khu du lịch cộng đồng chính là không gian thúc đẩy việc bảo tồn ngôn ngữ Tày. Bởi tại đây các hoạt động văn hóa dân gian được phục dựng để làm phong phú sản phẩm du lịch. Việc thực hành ngôn ngữ Tày qua các hoạt động văn hóa phục vụ du lịch cộng đồng không chỉ mang lại lợi ích kinh tế cho những người có thể sử dụng ngôn ngữ Tày mà còn nâng cao lòng tự tôn, tự hào về văn hóa của đồng bào dân tộc Tày. Đồng thời qua đó tăng thêm sự gắn bó đoàn kết trong cộng đồng, khơi dậy tình yêu bản làng, quê hương đất nước, giúp đồng bào dân tộc Tày tự bảo vệ và phát triển những di sản văn hóa độc đáo của chính dân tộc mình, góp phần tô thắm thêm rừng hoa muôn màu trong vườn hoa các dân tộc Việt Nam.

Ngôn ngữ là công cụ quan trọng để chuyển tải văn hóa. Vì vậy, muốn đưa văn hóa của người Tày đến với du khách một cách sinh động, hấp dẫn không thể chuyển tải bằng ngôn ngữ của dân tộc khác. Một điệu hát Then của người Tày nếu hát bằng một ngôn ngữ khác thì giá trị của điệu hát ấy đã giảm đi rất nhiều. Trong các khu du lịch cộng đồng, các sản phẩm du lịch văn hóa được phục dựng để phục vụ du lịch nếu không gắn với ngôn ngữ thì những hoạt động ấy chỉ mang tính chất dàn dựng. Nó sẽ không mang hồn cốt của văn hóa.

Như vậy, ngôn ngữ Tày là một phần quan trọng trong văn hóa Tày. Muốn phát triển du lịch cộng đồng cần phải bảo tồn các giá trị văn hóa nguyên sơ. Do đó bảo tồn ngôn ngữ Tày có vai trò vô cùng quan trọng trong việc phát triển du lịch cộng đồng.

## 2.2. Thực trạng việc sử dụng ngôn ngữ dân tộc Tày trong phát triển du lịch cộng đồng

Đồng bào Tày nói chung và người Tày ở Lâm Bình nói riêng có đời sống văn hóa vô cùng phong phú. Trong đó nổi bật với các sinh hoạt văn hóa dân gian như hát Then, Cọi, Quan làng, Phong Slur... Các hoạt động văn hóa này gắn liền với ngôn ngữ Tày. Bởi ngôn ngữ là phương tiện chính để truyền tải các hoạt động này. Hiện nay để phát triển du lịch cộng đồng, đồng bào dân tộc Tày tại huyện Lâm Bình đang cố gắng khôi phục và duy trì các hoạt động hát Then, Cọi, Quan làng, Phong Slur. Tuy nhiên do nhiều yếu tố khách quan nên trong hoạt động này chủ yếu mới khai thác có hiệu quả ở hát Then. Những năm qua, các tổ, đội văn nghệ, câu lạc bộ hát Then của huyện rất phát triển. Đến nay, toàn huyện đã thành lập và duy trì được 5 câu lạc bộ hát Then; 3 đội văn nghệ homestay phục vụ khách du lịch; gần 100 đội văn nghệ ở các thôn, bản, trường học. Nhờ vậy, hát Then ngày càng được nhiều người dân ở mọi lứa tuổi tham gia tập luyện, góp phần giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc Tày trên địa bàn. Tuy nhiên việc sử dụng ngôn ngữ Tày trong hát Then vẫn còn nhiều hạn chế. Trước hết là do các nghệ nhân đặc biệt là những người trẻ tuổi có thể sử dụng tiếng Tày để hát số lượng rất hạn chế. Thậm chí một số chỉ có thể hát lời Việt mà không còn khả năng hát bằng ngôn ngữ dân tộc Tày. Ngoài ra đối tượng thường thức là du khách thuộc nhiều dân tộc khác nhau, thậm chí có cả khách nước ngoài nên khả năng hiểu ngôn ngữ Tày còn hạn chế. Do vậy, để phục vụ du khách các nghệ nhân dân gian Tày phải hát song hành cả ngôn ngữ Tày và lời phiên dịch sang tiếng Việt.

Lời các bài hát Then trong quá trình chuyển ngữ mặc dù các tác giả đã cố gắng chuyển nghĩa cho thật sát với nguyên tác nhưng vẫn không tránh những rào cản về ngôn ngữ và văn hóa. Ví dụ bài hát then “*Đường về Lâm Bình*” của tác giả Ma Văn Đức lời Tày “*Lâm Bình ơi bấu lao quay lì. Văn nẩy lai bjoóc phong phù thung. Bjoóc lôm tòa, bjoóc nặm phú phú. Móc liếng tênh khai phja, cần nà. Chập nong khua nhum nhum*”. Dịch nghĩa “*Đường về Lâm Bình không sợ xa. Ngày hôm nay nhiều hoa nở trên thung lũng. Hoa dổi tỏa, hoa đào rung rinh. Mây vờn trên rừng núi đã, bờ ruộng. Gặp em cười chum chím*”. Nhưng khi dịch sang lời Việt “*Lâm Bình ơi có đâu*

xa vời. Hoa nở thơm ngát hương mùa xuân. Gió lồng ngát ngào nắng chiều tím biếc mây trắng vờn quanh bản làng. Gặp lại dáng người thướt tha người ơi". Như vậy phần dịch nghĩa tiếng Việt tuy mượt mà nhưng chưa thể hiện được hết nội dung mà tác giả người Tày gửi gắm.

Từ năm 2017, huyện Lâm Bình đã triển khai mô hình du lịch cộng đồng bước đầu hoạt động này đã có hiệu quả thiết thực trong việc bảo tồn văn hóa, giữ gìn cảnh quan cũng như tạo thêm thu nhập cho nhiều hộ gia đình. Các mô hình này chủ yếu hướng tới tạo cảnh quan gắn với những ngôi nhà sàn tiện nghi, xây dựng thực đơn các bữa cơm đơn giản đậm chất vùng cao, hướng du khách tham gia các hoạt động thường nhật của người dân hay đắm mình trong không gian của những làn điệu múa, những câu hát giao duyên mang đậm đà bản sắc dân tộc. Tuy nhiên trong các hoạt động văn hóa tại các mô hình du lịch cộng đồng chưa tạo ra được đặc trưng riêng. Bởi trong cùng một buổi diễn thường có sự đan xen văn hóa của nhiều dân tộc như với làn điệu Páo dung của đồng bào dân tộc Dao, nhảy sạp, lượn cọi, hát then đàn tính của dân tộc Tày, nhảy lửa của người Pà Thẻn... Do vậy, ngôn ngữ sử dụng trong các hoạt động văn hóa có sự đan xen của nhiều dân tộc.

Huyện Lâm Bình có 13 dân tộc anh em cùng sinh sống, trong đó dân tộc Tày chiếm 60% dân số. Đồng bào hiện nay cư trú phân tán xen kẽ với các dân tộc khác, nghĩa là số lượng người nói một ngôn ngữ trong một đơn vị địa lý, hành chính không cao và không tập trung. Số người nói được các ngôn ngữ dân tộc Tày thường thuộc lứa tuổi già và trung niên, còn lứa tuổi thanh niên biết tiếng "mẹ đẻ" ít hơn, thậm chí nhiều trẻ em không biết tiếng mẹ đẻ của mình... Theo lẽ tự nhiên, các ngôn ngữ có số lượng người nói ít, lại phân tán, không có nhiều độ tuổi sử dụng thì nguy cơ mai một càng nhanh. Do vậy, ngôn ngữ Tày tại huyện Lâm Bình đang đứng trước thách thức không hề nhỏ.

Người Tày ở Việt Nam nói chung, đồng bào dân tộc Tày ở Lâm Bình nói riêng rất trân trọng những nét bản sắc văn hóa do cha ông truyền lại, trong đó có tiếng mẹ đẻ. Tuy nhiên, vì nhiều nguyên nhân khác nhau, chủ yếu vì lý do kinh tế, các bậc cha mẹ phải hướng con cái tới việc nắm vững tiếng Việt và các ngoại ngữ (Anh, Pháp, Trung, Nhật Bản...) để tìm kiếm việc làm, bảo đảm đời sống. Vì vậy, ngôn ngữ của dân tộc Tày có hiện tượng mượn hệ thống vốn từ của các ngôn ngữ khác. Từ đó, những nét văn hóa bản địa đặc trưng của người Tày đang sẽ có hiện tượng pha tạp. Do vậy, việc phát triển du lịch cộng đồng sẽ rất khó khai thác được các nét văn hóa bản địa.

Hoạt động tuyên truyền bảo tồn ngôn ngữ dân tộc Tày tại huyện Lâm Bình hiện nay vẫn còn chung chung, chưa có chương trình phát thanh, truyền hình riêng. Đài phát thanh truyền hình tỉnh Tuyên Quang mặc dù đã có chương trình phát thanh bằng ngôn ngữ Tày tuy nhiên nội dung phát bằng tiếng Tày chưa nhiều, thời gian phát chưa phù hợp với tập quán, điều kiện sản xuất và sinh hoạt của người Tày ở Lâm Bình.

Như vậy, ngôn ngữ dân tộc Tày đã được vận dụng phục vụ cho hoạt động du lịch cộng đồng tại huyện Lâm Bình. Hoạt động này bước đầu đã tạo được không gian văn hóa của đồng bào dân tộc Tày tuy nhiên nó vẫn chưa được khai thác triệt để nhằm mang lại những giá trị cao hơn cho hoạt động du lịch cộng đồng tại nơi đây.

### **2.3. Biện pháp bảo tồn ngôn ngữ dân tộc Tày gắn với du lịch cộng đồng**

Ngôn ngữ là một thành tố trong văn hóa, đồng thời là một phương tiện bảo tồn và phát triển nhiều thành tố văn hóa khác của các dân tộc. Để bảo tồn ngôn ngữ dân tộc Tày trước tiên cách cấp lãnh đạo của huyện Lâm Bình nói riêng và tỉnh Tuyên Quang nói chung phải có chiến

lược nhằm bảo tồn ngôn ngữ dân tộc Tày hướng tới gắn hoạt động bảo tồn này với hoạt động du lịch cộng đồng.

Để hoạt động bảo tồn ngôn ngữ Tày phục vụ hiệu quả cho hoạt động du lịch cộng đồng cần tạo không gian cho ngôn ngữ Tày được phát triển. Hiện nay mặc dù ở huyện Lâm Bình đã hình thành khá nhiều khu du lịch cộng đồng, trong đó các nhà quản lý đã chú trọng tới việc phát triển các hoạt động dân gian như múa hát sử dụng tiếng Tày nhưng số lượng chưa nhiều. Đặc biệt hoạt động này chủ yếu mang tính nhỏ lẻ do cá nhân các khu du lịch cộng đồng tự biên tự diễn. Do vậy cần có một đơn vị hướng dẫn và định hướng cho các cơ sở du lịch để tạo sự thống nhất và phát huy được những nét văn hóa đặc trưng.

Các cơ sở kinh doanh du lịch cộng đồng ở Lâm Bình hiện nay vì muốn phong phú các hoạt động văn hóa nên thường lồng ghép các hoạt động văn hóa của nhiều dân tộc. Đây là cơ hội quảng bá sự phong phú các loại hình văn hóa của huyện nhưng nó cũng có những mặt hạn chế nhất định. Vì trong cùng một không gian diễn ra hoạt động văn hóa của nhiều dân tộc khác nhau nên ngôn ngữ được sử dụng sẽ rất phong phú. Điều này khiến du khách khó nhận diện ngôn ngữ và văn hóa của dân tộc Tày. Đồng thời những nét đặc trưng của văn hóa Tày sẽ không được khắc sâu trong cảm nhận của du khách. Do vậy, để tạo ra không gian riêng cho ngôn ngữ và văn hóa Tày thì các cơ sở du lịch cộng đồng cần được phân định theo khu gắn từng dân tộc. Hoạt động văn hóa tại các khu phải mang đặc trưng của dân tộc đó. Để quảng bá sự phong phú văn hóa của huyện các cơ sở du lịch có thể liên kết để tạo ra không gian giao lưu văn hóa chung.

Ngôn ngữ nếu không được thực hành nó sẽ dần bị mai một. Do vậy, để việc bảo tồn ngôn ngữ dân tộc Tày phục vụ cho hoạt động du lịch cộng đồng, thì các cấp chính quyền cần quan tâm đến đội ngũ truyền dạy ngôn ngữ. Bởi hiện nay, các nghệ nhân có thể sử dụng ngôn ngữ Tày vào các hoạt động văn hóa dân gian ngày càng ít. Để khắc phục thực tế này, các cấp chính quyền cần có chế độ khuyến khích các nghệ nhân truyền dạy cho thế hệ trẻ. Qua đó hình thành lớp nghệ nhân kế cận.

Để giữ gìn và bảo tồn ngôn ngữ dân tộc Tày thì việc tạo ra không gian sinh hoạt cho ngôn ngữ cũng là một hướng cần được xem xét. Như chúng ta đã biết ngôn ngữ dân tộc Tày ngày càng bị thu hẹp phạm vi sử dụng vì chính những người nói tiếng Tày đang thiếu dần đi không gian sử dụng. Nhằm tăng cường không gian sử dụng chúng ta có thể khuyến khích tổ chức các cuộc thi sử dụng ngôn ngữ Tày, hoặc thành lập các câu lạc bộ ngôn ngữ Tày qua đó thu hút sự quan tâm của giới trẻ dân tộc Tày.

Ngoài ra việc tuyên truyền cho giới trẻ về vai trò quan trọng của tiếng Tày trong việc giữ gìn văn hóa dân tộc Tày. Từ đó khơi dậy tình yêu ngôn ngữ của dân tộc Tày trong cộng đồng con em đồng bào dân tộc Tày. Qua đó góp phần nâng cao ý thức sử dụng và giữ gìn ngôn ngữ dân tộc mình. Khơi dậy sức sáng tạo chủ động của đồng bào dân tộc Tày trong các hình thức sinh hoạt cộng đồng nhằm đáp ứng nhu cầu hoạt động văn hóa trong thời kỳ mới. Giữ gìn truyền thống sử dụng ngôn ngữ trong gia đình, trong làng, bản của người Tày.

Để phát triển du lịch cộng đồng của người Tày tại huyện Lâm Bình các cấp chính quyền cần tuyên truyền cho đồng bào các dân tộc Tày biết tự hào và trân trọng những giá trị trong ngôn ngữ của mình. Xây dựng và thực hiện quy ước văn hóa trên cơ sở kết hợp những yếu tố truyền thống tốt đẹp. Tổ chức hình thức hoạt động văn hóa lành mạnh gắn với việc sử dụng ngôn ngữ Tày để thu hút đồng bào dân tộc Tày nói riêng và đồng bào các dân tộc khác cùng tham gia.

Như vậy, việc bảo tồn ngôn ngữ dân tộc Tày để phục vụ hoạt động du lịch cộng đồng tại huyện Lâm Bình cần sự chung tay của chính quyền sở tại và cả cộng đồng.

### 3. KẾT LUẬN

Ngôn ngữ là một phần của văn hóa, bảo tồn ngôn ngữ Tày tại huyện Lâm Bình gắn với hoạt động du lịch cộng đồng đang là hướng đi mang lại những hiệu quả nhất định. Việc bảo tồn ngôn ngữ Tày được lồng ghép trong các hoạt động văn hóa dân gian như hát Then, Quan làng, Cọn, Phong Slur... qua đó hình thành không gian mang đậm màu sắc văn hóa Tày. Tuy nhiên việc sử dụng ngôn ngữ Tày vào hoạt động du lịch cộng đồng còn nhiều hạn chế đòi hỏi các nhà quản lý, nhà chuyên môn cần nghiên cứu đồng thời cần có sự chung tay của cộng đồng dân tộc Tày sống tại Lâm Bình, nhằm nâng cao hơn nữa hiệu quả của hoạt động du lịch cộng đồng.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Viện Nghiên cứu và Phát triển Ngành nghề nông thôn Việt Nam (2012), *Tài liệu hướng dẫn phát triển du lịch cộng đồng*, Hà Nội.
2. <http://vtr.org.vn/huyen-lam-binh-tuyen-quang-co-them-2-homestay-di-vao-hoat-dong.html>
3. <http://www.baotuyenquang.com.vn/van-hoa/tinh-hoa-van-hoa/lam-binh-giu-gin-ban-sac-van-hoa-dan-toc-tay-118323.html>

## CONSERVING THE LANGUAGE OF TAY ETHNIC TO APPLY FOR COMMUNITY TOURISM DEVELOPMENT IN LAM BINH DISTRICT

**Ha Thi Chuyen**  
*Tan Trao University*

### Abstract

The current, community Base on Tourism is being considered tourism has many benefits for sustainable economic development. Lam Binh (Tuyen Quang) is a district with potential for tourism development, which highlights community Base on Tourism. The Tay ethnic group accounts for 60% of the district's population. They have extremely rich cultural life, in which language is an important part of culture. The Tay language, as a cultural transmission tool, has been contributing to the development of community base on Tourism in Lam Binh.

### Keywords

Tourism, community, Tay language, Lam Binh, development.

## NHỮNG THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH VĂN HÓA HUYỆN LÂM BÌNH - TỈNH TUYÊN QUANG

Bùi Thị Hồng Thoa

Trường Đại học Hải Phòng

### Tóm tắt

Du lịch văn hóa là loại hình du lịch dựa trên tài nguyên chủ yếu là những sản phẩm văn hóa của con người, đó có thể là những sản phẩm văn hóa vật chất, hay những sản phẩm văn hóa tinh thần, nó mang đặc trưng dấu tích văn hóa gắn với cộng đồng địa phương. Là một huyện miền núi nhưng Lâm Bình có nhiều điều kiện phát triển loại hình du lịch văn hóa. Tuy nhiên, để đánh giá khách quan những thuận lợi và khó khăn trong phát triển du lịch văn hóa huyện Lâm Bình, tác giả tiếp cận nội dung nghiên cứu thông qua các tài liệu giấy: các sách báo, các công trình đã công bố trên các tạp chí khoa học, các bài viết trong các hội thảo. Bên cạnh đó, tác giả đã tiếp cận các bài viết trên các trang mạng xã hội, các trang website du lịch, văn hóa của tỉnh Tuyên Quang nói chung và huyện Lâm Bình nói riêng. Các phương pháp tiếp cận như: phương pháp thu thập thông tin và phân tích tài liệu: cập nhật các thông tin từ các nguồn khác nhau, có thêm nguồn dữ kiện tham khảo, mở rộng kiến thức xem xét, đánh giá, nhìn nhận, đối chiếu các luận cứ, luận điểm với nhau. Phương pháp phân tích, đánh giá, quy nạp, diễn dịch được sử dụng trong bài.

Từ thực tế nghiên cứu, kết hợp sử dụng các phương pháp là cơ sở để tác giả nhận định về những thuận lợi và khó khăn trong phát triển du lịch văn hóa huyện Lâm Bình. Trước hết huyện Lâm Bình có thuận lợi về nguồn tài nguyên nhân văn như: hệ thống các di tích, lịch sử, giá trị văn hóa của các tộc người và hệ thống các lễ hội dân gian; Lâm Bình có nhiều điều kiện đáp ứng nhu cầu du lịch của du khách. Lâm Bình có nhiều chính sách khuyến khích cho hoạt động du lịch văn hóa của địa phương phát triển. Bên cạnh những thuận lợi, Lâm Bình còn có những khó khăn trong phát triển du lịch văn hóa như: khó khăn trong liên kết các tài nguyên văn hóa của địa phương; khó khăn trong đồng bộ cơ sở vật chất- dịch vụ; khó khăn từ nhận thức của cộng đồng dân cư; khó khăn trong làm mới các sản phẩm văn hóa.

Như vậy, kết quả nghiên cứu trong bài viết là cơ sở để chính quyền địa phương, các cơ quan, tổ chức du lịch đẩy mạnh khai thác những thuận lợi và khắc phục những hạn chế trong phát triển loại hình du lịch văn hóa tại địa phương.

### Từ khóa

Du lịch, du lịch văn hóa, loại hình du lịch văn hóa, du lịch văn hóa huyện Lâm Bình.

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Việt Nam là điểm đến an toàn, thân thiện cho du khách quốc tế. Những năm gần đây, du lịch Việt Nam đã có nhiều khởi sắc, doanh thu và những tác động của ngành Du lịch đến các mặt trong đời sống xã hội là không nhỏ, nhất là việc nâng cao trình độ, nhận thức, đời sống của người dân nơi có hoạt động du lịch phát triển. Chính vì vậy, việc đưa du lịch vào phát triển kinh tế của các địa phương là điều quan trọng, nhất là đối với những tỉnh có nhiều tiềm năng.



Những năm trở lại đây, con người bước vào kinh tế theo hướng hiện đại, việc ứng dụng khoa học kỹ thuật trong sản xuất đã góp phần nâng cao đời sống người dân, nhưng bên cạnh đó nó lại tạo nên môi trường sống với những áp lực, nếp sống đô thị hóa, sự xuất hiện của những trào lưu văn hóa mới đang ảnh hưởng mạnh mẽ đến văn hóa truyền thống các vùng miền, quốc gia. Do đó, việc bảo tồn, khai thác và đưa những giá trị văn hóa truyền thống góp phần phát triển kinh tế mỗi địa phương hiện nay là việc cần thiết.

Là một huyện nằm phía Bắc của tỉnh Tuyên Quang, Lâm Bình được biết đến là nơi còn lưu giữ nhiều di tích lịch sử văn hóa như: Đền Pú Bảo thuộc thôn Bản Kè (B); di tích xưởng quân khí H52; di tích hang Phia Vài của xã Khuông Hà; di tích chùa Phúc Lâm... Bên cạnh đó, huyện Lâm Bình là địa bàn sinh sống của 13 dân tộc anh em, các tộc người sinh sống tại đây luôn đoàn kết và có ý thức trong việc bảo tồn bản sắc văn hóa dân tộc. Lâm Bình còn là nơi lưu giữ nhiều những lễ hội dân gian đặc sắc như: Lễ hội Lồng tồng của người Tày, lễ hội cấp sắc của người Dao, Lễ hội Nhảy lửa của người Pà thên. Như vậy, giá trị văn hóa- lịch sử, giá trị văn hóa tộc người không chỉ là niềm tự hào của người dân nơi đây, mà còn là cơ sở để Lâm Bình đẩy mạnh phát triển loại hình du lịch văn hóa, góp phần nâng cao đời sống người dân địa phương. Việc phát triển du lịch văn hóa ở huyện Lâm Bình là cơ sở cho việc quảng bá văn hóa địa phương, bảo tồn và phát huy văn hóa truyền thống, nâng cao đời sống văn hóa cộng đồng, đồng thời hướng đến phát triển kinh tế bền vững. Tuy nhiên, để huyện Lâm Bình phát triển loại hình du lịch văn hóa, thiết nghĩ cần phải đánh giá chính xác những điều kiện thuận lợi, những khó khăn qua đó giúp địa phương đưa ra các giải pháp, chiến lược đồng bộ góp phần khai thác hiệu quả loại hình du lịch văn hóa.

## 2. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

### 2.1. Cơ sở lý luận về du lịch văn hóa

#### 2.1.1. Khái niệm du lịch văn hóa

Theo nhóm tác giả Trần Thúy Anh trình bày trong giáo trình Văn hóa du lịch - Những vấn đề lý luận và ứng dụng có viết: “*Du lịch văn hóa là một loại hình chủ yếu hướng vào việc quy hoạch, lập trình, thiết kế các tour lữ hành thăm quan các công trình văn hóa cổ kim*”.<sup>[101]</sup>

Theo Huỳnh Quốc Thắng: “*Du lịch văn hóa là du lịch dựa trên các chương trình, sản phẩm du lịch chủ yếu khai thác các giá trị, các loại hình văn hóa như di tích, lễ hội, nghệ thuật, tín ngưỡng, tôn giáo, ẩm thực... nhằm tạo điều kiện cho du khách tìm hiểu, khám phá các nền văn minh, văn hóa dân tộc, địa phương vùng miền... Hệ thống giá trị lịch sử - văn hóa của các địa danh như đã nêu trên rõ ràng là cơ sở nền tảng vững chắc để có thể “thiết kế” thành những điểm đến hấp dẫn với những chương trình sản phẩm dịch vụ du lịch mang hàm lượng văn hóa cao*”.<sup>[102]</sup>

Du lịch văn hóa hay văn hóa du lịch là hai phạm trù khác nhau, trong đó du lịch văn hóa theo Luật Du lịch Việt Nam “*Du lịch văn hóa được xem là hình thức du lịch dựa vào bản sắc văn hóa dân tộc với sự tham gia của cộng đồng nhằm bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc*”.

Theo tổ chức Du lịch Thế giới (WTO) “*Du lịch văn hóa bao gồm hoạt động của những người với động cơ chủ yếu là nghiên cứu khám phá về văn hóa như các trưng trình nghiên cứu,*

<sup>101</sup> Trần Thúy Anh (chủ biên) (2014): Giáo trình văn hóa du lịch. Những vấn đề lý luận và ứng dụng, NXB. Giáo dục Việt Nam, tr.22.

<sup>102</sup> Huỳnh Quốc Thắng (2015): Địa danh với toàn cầu hóa và địa phương hóa du lịch”, in trong Toàn cầu hóa du lịch và Địa phương hóa du lịch, NXB Đại học Quốc gia TP. HCM, tr.165.

tìm hiểu về nghệ thuật biểu diễn, về các lễ hội hay các sự kiện văn hóa khác, thăm các di tích và đền đài, du lịch nghiên cứu thiên nhiên, văn hóa hoặc nghệ thuật dân gian và hành hương”.

Theo tổ chức ICOMOS cho rằng “Du lịch văn hóa là loại hình du lịch mà mục tiêu là khám phá những di tích và di chỉ. Nó mang lại những ảnh hưởng tích cực bằng việc đóng góp vào việc duy tu, bảo tồn. Loại hình du lịch này trên thực tế đã chứng minh cho những nỗ lực bảo tồn và tôn tạo đáp ứng nhu cầu của cộng đồng vì những lợi ích văn hóa - kinh tế - xã hội”.

Như vậy, du lịch văn hóa là loại hình du lịch dựa trên tài nguyên chủ yếu là những sản phẩm văn hóa của con người, đó có thể là những sản phẩm văn hóa vật chất, hay những sản phẩm văn hóa tinh thần, nó mang đặc trưng dấu tích văn hóa gắn với cộng đồng địa phương. Chính văn hóa của cộng đồng địa phương là yếu tố tạo nên sự khác biệt cũng như thu hút du khách khi đến thăm quan và trải nghiệm. Bên cạnh đó, mục đích của loại hình du lịch văn hóa là góp phần quảng bá văn hóa của địa phương, mở rộng sự hội nhập và giao lưu văn hóa, nhưng bên cạnh đó nó góp phần vào việc bảo tồn bản sắc văn hóa của địa phương nơi có hoạt động du lịch phát triển.

### 2.1.2. Sản phẩm du lịch văn hóa

Theo Luật Du lịch của Việt Nam ban hành năm 2005 thì: “*Sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ cần thiết để thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch trong chuyến đi du lịch*”.

Từ cách hiểu sản phẩm du lịch, chúng ta có những căn cứ để hiểu hơn về sản phẩm du lịch văn hóa. Trước tiên muốn có sản phẩm du lịch văn hóa cần phải có tài nguyên văn hóa. Song để những tài nguyên văn hóa này trở thành sản phẩm du lịch thì nó phải được tham gia vào các hoạt động kinh doanh du lịch và phục vụ cho những nhu cầu khác nhau của khách du lịch. Tuy nhiên, không phải bất kỳ giá trị văn hóa nào cũng trở thành sản phẩm du lịch văn hóa nếu như nó không có sự tác động, kết hợp của các yếu tố sau: Nhu cầu văn hóa và tinh thần của chủ thể du lịch (du khách), nội dung và giá trị văn hóa của khách thể du lịch (là tài nguyên du lịch có thể thỏa mãn sự hưởng thụ tinh thần và vật chất của người du lịch), ý thức và tổ chức văn hóa của người môi giới phục vụ du lịch (hướng dẫn viên, thuyết minh viên, người thiết kế sản phẩm, nhân viên phục vụ...).

Như vậy, việc tạo ra một sản phẩm du lịch đòi hỏi phải có những yếu tố bổ trợ khác nhau, trong đó yếu tố tạo nên tính độc đáo nằm ở chính giá trị của sản phẩm văn hóa, bên cạnh đó nó cần có sự tham gia của các cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch, sự trải nghiệm của khách du lịch và hệ thống nhân viên phục vụ trong ngành Du lịch.

## 2.2. Những điều kiện thuận lợi trong phát triển du lịch văn hóa huyện Lâm Bình

### 2.2.1. Nguồn tài nguyên nhân văn

#### a. Hệ thống các di tích lịch sử văn hóa

##### \*Di tích hang Phia Vài

Hang Phia Vài hay còn gọi là hang Khuông Hà, di tích này nằm trên địa phận của huyện Lâm Bình. Đây là di tích đã được Bảo tàng huyện Tuyên Quang và Viện Khảo cổ học tiến hành khai quật vào năm 2005.

Quá trình tìm kiếm những hiện vật trong hang động đã giúp các nhà khoa học giải mã được những đặc điểm về đời sống văn hóa của cư dân Hòa Bình. Đặc biệt trong hang động, các nhà nghiên cứu đã tìm thấy di cốt người trong tư thế bó gối. Đây là hình thức mai táng dưới thời kỳ văn hóa Hòa Bình, bên cạnh đó người ta còn tìm thấy hai con ốc được đặt trong hốc mắt. Việc

tìm thấy ốc ở đây, đặc biệt là vị trí đặt của chúng đã khiến cho nhiều nhà nghiên cứu đặt ra những giả thuyết khác nhau. Tuy nhiên, di vật tìm thấy là bằng chứng về tục ăn ốc của cư dân văn hóa Hòa Bình, chính vì vậy người ta quen gọi họ là cư dân ăn ốc. Bên cạnh đó, các nhà nghiên cứu còn tìm thấy những công cụ lao động và đặc biệt người ta còn tìm thấy bếp lửa. Bếp lửa có diện tích không lớn, theo sự suy luận của một số nhà nghiên cứu thì bếp lửa này dùng để sưởi ấm, hay dùng để nấu chín thức ăn theo phương thức nướng. Song di tích bếp lửa không cùng niên đại với di cốt người tìm thấy ở đây, theo các nhà nghiên cứu nó có niên đại khoảng 8000 năm<sup>[103]</sup>.

Như vậy, với những di vật được tìm thấy trong hang Phia Vài càng chứng tỏ đây là nơi sớm có con người sinh sống, quá trình sinh sống của con người ở vùng đất này mang tính liên tục. Do đó, di tích hang Phia Vài là địa chỉ hấp dẫn cho các nhà lịch sử, các nhà thám hiểm, các bạn học sinh, sinh viên học tập và nghiên cứu.

#### *\*Di tích Xưởng quân khí H52*

Di tích Xưởng quân khí H52 tọa lạc trên đồi Pác Á, thuộc địa phận bản Nà Tông, xã Thượng Lâm (xưa kia là Bản Cài, xã Xuân Tiến). Di tích nằm trên địa bàn khá đặc biệt, phía trước là cánh đồng Lãng Lườn, bên cạnh là dòng suối nên thuận lợi cho hoạt động sinh hoạt và sản xuất của cán bộ và công nhân Xưởng Quân khí H52 thời bấy giờ.

Trong công cuộc kháng chiến chống Pháp giai đoạn 1950-1954, Xưởng Quân khí H52 là cơ sở quan trọng chuyên khai thác và sản xuất diêm tiêu làm thuốc súng phục vụ cho công cuộc kháng chiến chống thực dân Pháp từ năm 1950-1954.

Ban đầu khi xây dựng cơ sở vật chất, xưởng còn gặp nhiều khó khăn nên toàn bộ cán bộ và công nhân của xưởng đã ở tại gia đình của bà Nông Thị Ngoạt<sup>[104]</sup> người dân tộc Tày. Sau một thời gian hoạt động, xưởng dần đi vào ổn định cộng với sự giúp đỡ của chính quyền, nhân dân địa phương, Xưởng Quân khí H52 đã hoàn tất nơi ở mới bao gồm các công trình: nhà của đồng chí Ngô Gia Khảm, nhà hội trường, nhà ở của cán bộ công nhân, nhà xưởng, nhà kho, nhà ăn, nhà bếp, lò rèn.

Xưởng Quân khí H52 là một di tích quan trọng, lưu giữ nhiều hiện vật có giá trị lịch sử. Chính vì vậy, năm 2009 Xưởng Quân khí H52 được công nhận là di tích lịch sử cấp quốc gia.

#### *\*Đền thờ Pú Bảo*

Đền thờ Pú Bảo tọa lạc trên địa bàn thôn Bản Kè B, xã Lãng Can. Ngôi đền được nhân dân địa phương lập nên thờ tự Quận công Nguyễn Thế Quàn (hay còn được người dân địa phương gọi là Đức Quận công Thiệu Bảo).

Đền thờ Pú Bảo là ngôi đền duy nhất được xây dựng ở huyện Lâm Bình. Vị trí xây dựng đền được xem là nơi đắc địa, có sự kết hợp hài hòa âm dương. Bờ đền được tọa lạc giữa cánh đồng Na Thoa bằng phẳng, xung quanh đền được bao bọc bởi những dãy núi cao, cửa đền quay theo hướng Bắc, phía trước là cánh đồng rộng lớn, phía sau là dòng suối Nậm Luông.

Đến với đền thờ Pú Bảo, du khách không chỉ cảm nhận được sự trong lành, mát mẻ của vùng đất nơi đây, mà còn cảm nhận những giá trị văn hóa tâm linh, được nghe những câu chuyện kể về ba anh em dòng họ Nguyễn Thế, đặc biệt là nghe kể về công lao to lớn của Siêu nhạc Nguyễn Thế Quàn. Ông là người tài đức vẹn toàn, chính vì vậy khi ông mất nhân dân nơi đây đã

<sup>103</sup> . <http://nahang.tuyenquang.gov.vn/Gioi-thieu/Lich-su-van-hoa/DI-TICH-HANG-PHIA-VAI>

<sup>104</sup> . <http://dulichlambinh.gov.vn/DetailView/2788/44/Di-tich-lich-su.html>

lập đền thờ. Hiện nay, tại di tích vẫn còn giữ bản sắc phong vào ngày mùng Chín, tháng Tám, năm Cảnh Hưng thứ 11 (năm 1780) với nội dung sau: “*Vị Xuyên châu, Lang Can xã, siêu nhạc Nguyễn Thế Quân vì dĩ phiên thân phụ đạo, công thảo Tuyên Quang Đạo, phả hữu công tích, dĩ kinh chi chuẩn, ung phòng ngự Liêm sự (Thiêm sự) chức, khả vì quả cảm tướng quân. Quân dân phòng ngự, sử ti phòng ngự Liêm sự (Thiêm sự) Siêu nhạc bá hạ ban.*”

### **Cổ sắc**

#### ***Cảnh Hưng thập nhật, niên bát, nguyệt sơ cửu nhật***

Được dịch là: Siêu nhạc bá Nguyễn Thế Quân, xã Lang Can, châu VỊ Xuyên vì có nhiều công tích trong việc đánh dẹp loạn ở đạo Tuyên Quang với tư cách là một phụ đạo ở đất phiên thân; đã từng được chiếu chỉ chuẩn cho làm chức Phòng sự Liêm sự (Thiêm sự), là vị tướng quân quả cảm. Quân dân phòng ngự sử ti Phòng ngự Liêm sự (Thiêm sự) Siêu Nhạc Bá được mức lương hạ ban. Cho nên ban sắc này. *Ngày mùng 9 tháng 8 năm Cảnh Hưng thứ mười một* <sup>[105]</sup>.

Tại đền thờ Pú Bào, mỗi độ xuân về người dân nơi đây lại tổ chức Lễ hội Lồng Tồng, nhằm cầu cho mùa màng tươi tốt, nhân an, vật thịnh, đồng thời là dịp để người dân giao lưu các hoạt động văn hóa, văn nghệ.

### **\*Chùa Phúc Lâm**

Chùa Phúc Lâm là một trong những ngôi chùa có lịch sử lâu đời ở vùng đất Tuyên Quang, tên đầy đủ là Phúc Lâm Tự. Chùa tọa lạc tại thôn Nà Tông, xã Thượng Lâm, đây là một gò đất cao, rộng và bằng phẳng. Chùa quay theo hướng Tây Nam, theo triết lý của nhà Phật là bát nhã, trước mặt của chùa là cánh đồng của bản Nà Tông, bao quanh là dãy núi Thượng Lâm.

Có nhiều quan điểm cho rằng chùa được xây dựng vào thời kỳ Lý – Trần vào thế kỷ XII-XIV <sup>[106]</sup>. Tuy nhiên, giá trị kiến trúc của ngôi chùa cổ nay chỉ còn một số hiện vật như: tầng kê chân cột được làm bằng đá xanh, những mảnh trang trí bằng đất nung, những mảng tháp cũ cùng với một số hệ thống tượng thờ.

Năm 2011, chùa đã được phục dựng bằng gỗ ngay trên khuôn viên của ngôi chùa cũ. Chùa được phụng dựng theo hình chữ nhật, bao gồm một gian hai chái. Chùa Phúc Lâm gắn liền với những sinh hoạt văn hóa của người dân nơi đây, bởi vào các dịp lễ tết, hội hè người dân thường đến chùa lễ Phật và cầu mong những điều may mắn, an lành cho gia đình, bản làng.

### **b. Giá trị văn hóa tộc người**

Tính đến năm 2013, huyện Lâm Bình có trên 6.990 hộ, toàn huyện hiện nay có 13 dân tộc sinh sống trong đó có người dân tộc Tày là 19.354 người; dân tộc Dao là 8.438 người; dân tộc Kinh là 1.060 người; dân tộc H'Mông là 2.135 người; dân tộc Pà Thẻn là 419 người, ngoài ra còn có những tộc người nhưng chiếm số lượng ít. Là một huyện nhỏ nhưng Lâm Bình lại là nơi có nhiều tộc người sinh sống, dẫn đến bức tranh văn hóa của huyện phong phú và đa dạng hơn. Song trong định hướng phát triển kinh tế, huyện luôn quan tâm đến việc gìn giữ văn hóa truyền thống của các tộc người thiểu số. Do đó, đây là cơ sở, tiền đề cho việc phát triển hoạt động du lịch văn hóa.

Nói đến giá trị văn hóa tộc người, là nói đến những sinh hoạt văn hóa thường nhật như văn hóa chợ. Có lẽ đối với mỗi du khách, những phiên chợ vùng cao sẽ mang lại cho họ những trải nghiệm vô cùng thú vị và hấp dẫn như: cảm nhận từ sự thay đổi trong thói quen mua bán, đến

<sup>105</sup> <http://lehoithanhtuyen.com.vn/DetailView/3555/6/DI-TICH-QUOC-GIA-DEN-PU-BAO.html>

<sup>106</sup> <http://dulichtuyenquang.gov.vn/DetailView/2797/4/2/Tiem-nang-du-lich-Lam-Binh.html>

cảm nhận giá trị hàng hóa. Những phiên chợ vùng cao còn là nơi diễn ra các hoạt động trao đổi, mua bán theo đúng chức năng vốn có của nó mà chợ còn là nơi diễn ra các hoạt động giao lưu văn hóa cộng đồng.

Trên địa bàn huyện Lâm Bình hiện nay có ba chợ lớn như: chợ Thượng Lâm, họp tại trung tâm xã Lăng Can, chợ này chỉ họp vào thứ năm và chủ nhật hàng tuần. Chợ Lăng Can họp tại trung tâm xã Lăng Can, chợ được họp vào chiều thứ bảy hàng tuần. Chợ Hồng Quang, họp tại trung tâm xã Hồng Quang và cũng được họp vào thứ năm hàng tuần. Như vậy, huyện Lâm Bình tồn tại chủ yếu là những chợ phiên, chợ quê với các mặt hàng nông sản quen thuộc của những người nông dân. Song những hàng nông sản, cùng với những sản phẩm thủ công truyền thống của đồng bào nơi đây lại có sức hút đối với du khách khi đến thăm quan và trải nghiệm tại vùng đất yên bình này.

Giá trị văn hóa tộc người ở huyện Lâm Bình còn được lưu giữ thông qua những phong tục, tập quán, nếp sống của đồng bào các dân tộc nơi đây. Trong số những tộc người sinh sống ở Lâm Bình, tộc người Tày chiếm 60% dân số. Là tộc người có dân số đông nên văn hóa truyền thống của tộc người này đã ảnh hưởng nhiều đến đời sống văn hóa của các tộc người khác sinh sống trên địa bàn huyện. Người Tày luôn có ý thức trong việc bảo tồn những giá trị văn hóa của họ như: việc lưu giữ lễ hội dân gian truyền thống - Lễ hội Lòong Tồng; các hình thức diễn xướng dân gian như hát then, các nghề thủ công truyền thống. Trong khi đó, người H'Mông mặc dù chiếm số lượng ít hơn người Tày, sống trong môi trường khó khăn nhưng không vì vậy mà họ đánh mất đi những giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc mình. Cụ thể trong quá trình sinh sống tại huyện Lâm Bình, tộc người H'Mông luôn duy trì những tục lệ cổ trong hôn nhân, lưu giữ những làn điệu dân ca, hình thức hát đối đáp giao duyên, múa khèn. Cùng với đó, trong dịp lễ tết những món ăn truyền thống vẫn được họ lưu giữ và phát huy như: mèn mèn, thắng cố, rượu ngô, thịt treo gác bếp. Còn đối với người Dao họ luôn giữ cho mình điệu hát Pao dung, tộc người Pà Thẻn lưu truyền với lễ nhảy lửa độc đáo và đặc sắc.

Như vậy, cùng với quá trình sinh cư, lập nghiệp, các tộc người thiểu số sinh sống tại Lâm Bình luôn giữ gìn và phát huy những giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc mình. Do đó, đây là yếu tố quan trọng góp phần phát triển loại hình du lịch văn hóa của địa phương. Việc gìn giữ những giá trị văn hóa truyền thống còn là cơ sở thu hút sự quan tâm, kích thích sự tò mò và mong muốn được trải nghiệm của du khách. Bởi lẽ, du lịch là hoạt động mà du khách rời khỏi nơi cư trú của mình để đi đến một nơi khác với cuộc sống hàng ngày của họ, được trải nghiệm, được cảm nhận sự khác biệt về văn hóa, lịch sử.

### *c. Lễ hội truyền thống*

Lâm Bình hiện còn bảo lưu được các lễ hội dân gian truyền thống gắn với những sinh hoạt văn hóa của các tộc người nơi đây, tiêu biểu phải kể đến Lễ hội Lòong tồng của người Tày, Lễ Nhảy lửa của người Pà Thẻn.

Lễ hội Lòong tồng là lễ hội truyền thống của người Tày, theo tiếng Tày Lễ hội Lòong tồng là lễ xuống đồng. Lễ hội Lòong tồng tổ chức là dịp để người Tày cảm tạ trời đất, thần linh, tổ tiên đã mang lại cho họ những điều may mắn trong lao động sản xuất và cầu mong cho mùa màng bội thu.

Lễ hội Lòong tồng ở Lâm Bình được diễn ra từ ngày mùng mười đến ngày mười sáu tháng Giêng (âm lịch). Lễ hội được diễn ra hàng năm tại sân vận động bản Kè B, xã Lăng Can. Lễ hội bao gồm hai phần: phần lễ mang tính trang nghiêm, trọng thể, phần hội mang tính vui tươi. Đối với phần nghi lễ, mở đầu là nghi thức rước lễ từ đền thờ Pú Bảo đến sân vận động nơi tổ chức lễ hội. Mâm lễ là những sản vật của địa phương được bàn tay khéo léo của con người nơi đây

chuẩn bị dâng cúng trời đất, thần linh. Sau nghi lễ rước là phần lễ “tịch điền”. Phần hội là nơi diễn ra các trò chơi dân gian truyền thống, thu hút sự tham gia của đông đảo người dân như trò đánh yến, đánh bam, kéo co, đẩy gậy, trò chơi đi cà kheo, trò bắt cá. Hòa cùng không khí vui tươi của phần hội là những làn điệu dân ca truyền thống. Tất cả đã tạo cho Lễ hội Lồng tồng một không gian linh thiêng nhưng không kém phần vui tươi, náo nhiệt.

Lễ hội Nhảy lửa của người Pà Thẻn được tổ chức tại xã Hồng Quang, huyện Lâm Bình. Trong một thời gian dài, lễ hội này đã bị mai một đi, nhưng trong những năm trở lại đây khi đời sống người dân dần được cải thiện, cùng với sự quan tâm của chính quyền địa phương, Lễ hội Nhảy lửa đã được khôi phục trở lại. Hiện nay, quy mô tổ chức Lễ hội Nhảy lửa của người Pà Thẻn tại xã Hồng Quang không dừng lại ở phạm vi cấp xã mà nó đã được mở rộng ở phạm vi cấp huyện.

Lễ hội Nhảy lửa được tổ chức gắn với chu kỳ lao động sản xuất sau khi kết thúc một năm, thời gian tổ chức của lễ hội giao động từ tháng Mười (âm lịch) năm trước sang tháng Giêng (âm lịch) của năm sau.

Lễ hội bao gồm hai phần, phần lễ mở đầu là nghi thức cúng của thầy mo. Lễ vật chuẩn bị cho phần nghi lễ bao gồm: Lợn, gà, rượu, hương, tiền. Trong phần lễ các thầy mo sẽ làm phép nhập đồng cho những nam giới, thông thường họ là những người có căn số. Thời gian làm lễ kéo dài từ một tiếng cho đến hai tiếng. Sau khi làm lễ xong họ sẽ tiến hành nhảy lửa. Dưới than hồng, những người làm lễ nhảy lửa không cảm nhận cái nóng mà đối với họ đó là những giây phút họ được thăng hoa. Sau phần lễ là phần hội với các hoạt động ca múa nhạc, trình diễn trang phục truyền thống, đặc biệt là phần thi kéo chày.

Lễ hội Nhảy lửa của người Pà Thẻn là lễ hội biểu dương sức mạnh của con người trong quá trình lao động sản xuất, cũng như thể hiện khát vọng của con người trong chế ngự thiên nhiên.

### 2.2.2. Nhu cầu của du khách

Du lịch là hoạt động tất yếu của con người trong xã hội phát triển. Bởi những năm trở lại đây, hoạt động kinh tế phát triển, kéo theo đó là những áp lực trong công việc, những căng thẳng khiến con người cảm thấy mệt mỏi. Do đó việc thay đổi môi trường sống, nhu cầu nghỉ ngơi nhằm tái lại sức lao động là một nhu cầu thiết yếu và đây là một trong những nguyên nhân kích cầu cho hoạt động du lịch phát triển. Tuy nhiên, ở mỗi nhóm khách, mỗi cá nhân lại lựa chọn cho mình những hình thức trải nghiệm khác nên dẫn đến sự ra đời những loại hình du lịch khác nhau.

Ở Việt Nam hiện nay, tồn tại nhiều loại hình du lịch. Mỗi loại hình du lịch đều có những đặc điểm riêng, trong từng thời điểm sẽ thích hợp với những đối tượng khách khác nhau. Tuy nhiên, trong xã hội hiện đại khi con người phải chịu nhiều tác động từ các yếu tố như những áp lực của cuộc sống, áp lực trong công việc, sự thay đổi về môi trường văn hóa đã khiến cho nhiều người muốn tìm về những giá trị văn hóa cổ xưa, muốn khám phá và hiểu hơn về đời sống thường nhật, những nếp sống văn hóa truyền thống còn lưu lại đâu đây ở các tộc người, các vùng miền. Xuất phát từ nhu cầu trên mà những năm gần đây du lịch văn hóa ở Việt Nam có cơ hội được phát triển. Du khách có nhu cầu đi du lịch văn hóa phổ biến trong các dịp đầu năm và cuối năm. Hầu hết du khách lựa chọn các điểm di tích một phần để du xuân, thưởng ngoạn, bên cạnh đó họ muốn gửi gắm niềm tin, ước nguyện đến các vị thần linh.

Bên cạnh đó, đầu năm còn là thời điểm du khách có nhu cầu tham gia vào các lễ hội dân gian truyền thống. Những lễ hội cổ xưa, những lễ hội độc đáo và những lễ hội mang tính tâm linh luôn có sức hút và sự chú ý của du khách. Bởi đến với lễ hội họ cảm nhận sợi dây của sự

liên kết đối với các vị thần linh. Trong khi đó, Lâm Bình lại là nơi còn lưu giữ những lễ hội dân gian truyền thống, nên đây là cơ sở để địa phương đẩy mạnh phát triển loại hình du lịch văn hóa.

Lâm Bình còn là nơi có nhiều tộc người thiểu số sinh sống, hiện nay các tộc người sinh sống tại địa phương họ luôn có ý thức trong việc bảo vệ truyền thống văn hóa của tộc người. Tại các điểm du lịch vùng Tây Bắc, hay vùng Việt Bắc những năm gần đây thu hút được sự quan tâm của du khách trong nước và ngoài nước. Bởi vẻ đẹp tự nhiên của miền sơn cước cùng với những nét đẹp văn hóa truyền thống của các đồng bào sinh sống tại đây đã thu hút và lôi cuốn họ tham gia trong các chuyến hành trình. Nên nhu cầu được khám phá và trải nghiệm văn hóa cộng đồng là nhu cầu thiết yếu của du khách hiện nay.

### 2.2.3. Chính sách phát triển của địa phương

Là một huyện miền núi vẫn còn nhiều khó khăn trong phát triển kinh tế, tuy nhiên trong những năm gần đây, bằng những sự vận động và quan tâm của Nhà nước, Lâm Bình đã được đầu tư kinh phí cho phát triển cơ sở hạ tầng và sản xuất. Cụ thể năm 2018, thực hiện chương trình 135, Lâm Bình đã được hỗ trợ 12 tỷ đồng, trong đó có hơn 10 tỷ đồng là vốn đầu tư cho cơ sở vật chất, số còn lại là vốn hỗ trợ cho sản xuất.<sup>[107]</sup> Tuy nhiên trong chính sách phát triển kinh tế, huyện Lâm Bình luôn đặt mục tiêu phát triển kinh tế đi đôi với giữ gìn và bảo vệ truyền thống văn hóa các tộc người thiểu số sinh sống tại địa phương. Chính vì vậy, nhiều chương trình giao lưu văn hóa, văn nghệ của các tộc người đã được địa phương tổ chức, một mặt để tạo sân chơi lành mạnh cho đồng bào, mặt khác đây là cơ hội để các tộc người luôn ý thức về giá trị văn hóa truyền thống, bên cạnh đó đẩy mạnh hoạt động giao lưu văn hóa giữa các tộc người với nhau.

Ngoài việc tổ chức các chương trình giao lưu văn hóa văn nghệ, huyện còn đẩy mạnh việc tuyên truyền, khôi phục lại những sản phẩm văn hóa truyền thống. Ví như đối với tộc người H'Mông, đây là một trong những tộc người sinh sống lâu đời tại địa phương. Song cùng với xu hướng phát triển chung, tộc người này đang dần mai một đi những giá trị văn hóa truyền thống. Bằng chính sách vận động, khuyến khích chính quyền địa phương đã giúp tộc người H'Mông khôi phục lại những sản phẩm văn hóa đặc trưng của họ như: khôi phục lại những tục lệ đám cưới cổ truyền, các làn điệu dân ca truyền thống, dạy con em biết dệt những trang phục truyền thống, dạy làm khèn và múa khèn...

Bên cạnh đó, trong chiến lược phát triển kinh tế, huyện Lâm Bình chú trọng phát triển hoạt động du lịch. Huyện đã đưa ra định hướng phát triển du lịch nói chung và du lịch văn hóa nói riêng tính đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030. Trong chiến lược phát triển hoạt động du lịch, huyện đã xác định cần phải khôi phục và bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống của địa phương, có như vậy mới thu hút đông đảo du khách, đồng thời góp phần cho phát triển hoạt động du lịch bền vững. Các chương trình, hoạt động đã được địa phương triển khai thêm như: thường xuyên tổ chức các sự kiện văn hóa, khôi phục lại các lễ hội truyền thống như Lễ hội Lồng tồng của tộc người Tày, Lễ hội Nhảy lửa của tộc người Pà Thẻn. Các lễ hội trên đã được tái hiện với đầy đủ những nghi lễ vốn có của nó, đồng thời tái hiện lại những trò chơi dân gian cho đồng bào và du khách cùng tham dự. Bên cạnh đó, những lễ hội trên không chỉ dừng lại ở quy mô cấp xã mà đã được phát triển ở cấp huyện.

Với sự nỗ lực của địa phương mà hoạt động du lịch của Lâm Bình đã khởi sắc bằng chứng là khách du lịch đã đến đây tăng dần theo các năm. Cụ thể năm 2011 huyện đã đón được 3.500

<sup>107</sup> <http://baotuyenquang.com.vn/!trang-dia-phuong/lam-binh/lam-binh-thuc-hien-hieu-qua-chinh-sach-dan-toc-108162.html>

lượt khác, đến năm 2014, tổng lượng khách đạt 8.000.<sup>[108]</sup> Như vậy, với sự quan tâm của chính quyền địa phương, đây là một trong những yếu tố thuận lợi để loại hình du lịch văn hóa ở Lâm Bình có điều kiện phát triển.

### 2.3. Những khó khăn trong phát triển du lịch văn hóa huyện Lâm Bình

#### 2.3.1. Khó khăn trong liên kết các tài nguyên văn hóa của địa phương

Phát triển du lịch nói chung hay phát triển một loại hình du lịch gắn với địa phương cần có sự kết hợp của nhiều yếu tố khác nhau như nguồn lực con người, cơ sở vật chất kỹ thuật, các hoạt động dịch vụ và bản thân các nguồn tài nguyên du lịch. Với những yếu tố kể trên thì Lâm Bình được đánh giá là huyện có nguồn tài nguyên cho phát triển cả loại hình du lịch văn hóa lẫn du lịch tự nhiên. Tuy nhiên, nhìn trên phương diện tổng quát thì các tài nguyên du lịch đó lại chưa có sự đồng bộ và thiếu sự gắn kết với nhau.

Huyện Lâm Bình mặc dù đã đưa ra những chính sách, những định hướng nhằm đẩy mạnh phát triển hoạt động du lịch trong đó có du lịch văn hóa. Tuy nhiên, trên thực tế thì địa phương chưa xây dựng được một chương trình du lịch văn hóa, xây dựng tour du lịch, các tuyến du lịch cụ thể mà những hoạt động du lịch được khai thác hiện nay vẫn mang tính tự phát, chưa có một kế hoạch rõ ràng. Thực tế trên một phần là do sự thiếu đồng bộ, thiếu sự liên kết chặt chẽ giữa các xã nơi có các di tích hay những sản phẩm văn hóa độc đáo của địa phương tồn tại. Nguyên nhân, một phần từ do thiếu sự liên kết trong chính sách phát triển kinh tế tại các xã và bản thân các địa phương vẫn tồn tại tư duy kinh tế cũ theo kiểu mạnh ai người đẩy làm.

Bên cạnh đó, Lâm Bình là huyện miền núi, điều kiện giao thông còn gặp nhiều khó khăn, khoảng cách giữa các điểm nơi có những di tích văn hóa- lịch sử, hay những sản phẩm văn hóa gắn với tộc người thường xa. Chính vì vậy, hoạt động đi lại của du khách trong một thời gian ngắn là điều khó khăn. Như vậy, đây cũng là một trong những nguyên nhân gây khó khăn khi kết hợp các điểm di tích trong xây dựng các tour du lịch của địa phương.

Tiếp đến, bản thân các sản phẩm văn hóa thường bị chi phối bởi yếu tố thời gian. Ví như các lễ hội truyền thống trên địa bàn huyện Lâm Bình chỉ diễn ra trong một thời gian nhất định, nên việc khai thác những lễ hội truyền thống cho du lịch cũng diễn ra mang tính thời vụ. Trong khi đó, cùng với thời điểm những lễ hội truyền thống được diễn ra tại huyện Lâm Bình thì trên cả nước nhiều lễ hội khác cũng được diễn ra. Tuy nhiên, trên thực tế địa phương chưa đẩy mạnh hoạt động quảng bá trên các trang mạng xã hội, hay trên các phương tiện thông tin truyền thông nên dẫn đến việc thu hút sự quan tâm của du khách đối với lễ hội truyền thống của địa phương còn có nhiều hạn chế. Không những vậy, các sinh hoạt văn hóa của một số đồng bào dân tộc thiểu số sinh sống tại Lâm Bình không thường xuyên diễn ra, các hoạt động chỉ được tái hiện trong các chương trình giao lưu văn hóa, văn nghệ. Nên cơ hội để du khách được khám phá, được trải nghiệm đời sống văn hóa của đồng bào nơi đây là vấn đề khó khăn.

#### 2.3.2. Khó khăn trong sự đồng bộ cơ sở vật chất, các dịch vụ bổ sung

Cơ sở vật chất, dịch vụ bổ sung là một trong những yếu tố quan trọng nhằm đáp ứng nhu cầu của du khách. Chính vì vậy, trong những năm vừa qua huyện Lâm Bình đã thực hiện nhiều dự án để đầu tư và nâng cấp cơ sở hạ tầng của địa phương trong đó có đầu tư cho giao thông. Đến nay, trên địa bàn của huyện Lâm Bình đã hoàn thành và đưa vào sử dụng những công trình giao thông quan trọng với các tuyến đường chính như: tuyến Thổ Bình- Thượng Lâm, tuyến qua

<sup>108</sup> . <http://dulichtuyenquang.gov.vn/DetailView/2797/4/2/Tiem-nang-du-lich-Lam-Binh.html>



đèo Khau Lắc, tuyến Thượng Lâm- Lăng Can, tuyến lên trung tâm huyện, đoạn đường Xuân Lập- Khuổi Trang. Bên cạnh đó một số chương trình giao thông trọng điểm của địa phương cũng được chú trọng đầu tư. Như vậy, trên thực tế huyện Lâm Bình đã nhận thấy tầm vai trò quan trọng của việc cải thiện và nâng cấp hệ thống giao thông. Song do kinh phí còn hạn hẹp nên việc đầu tư, khai thông các tuyến đường giao thông mới chỉ thực hiện ở những tuyến trung tâm, trọng điểm. Trong khi đó những tuyến đường đi vào các di tích hay vào đến bản của các tộc người thiểu số sinh sống vẫn chưa được đầu tư, nên dẫn đến việc đi lại cho khách thăm quan sẽ gặp những khó khăn. Ngoài ra, ở những tuyến đường chính các biển báo giao thông chưa được lắp đặt đầy đủ, công tác chỉ dẫn đường còn hạn chế, điều này gây khó khăn cho việc đi lại với những đoàn khách lần đầu tiên đến với Lâm Bình.

Hệ thống thông tin liên lạc, điện, nước còn chưa đồng bộ. Mặc dù ở các xã đã được trang bị các điểm bưu điện, điện đã về đến bản nhưng công suất còn thấp. Vấn đề nước sinh hoạt, đồng bào vẫn giữ thói quen sử dụng nguồn nước tự nhiên từ sông suối, nên không đảm bảo về công tác vệ sinh trong sinh hoạt và ăn uống.

Hệ thống các chợ, hiện nay trên địa bàn huyện Lâm Bình có những chợ lớn như chợ Thượng Lâm, chợ Lăng Can... Song những chợ này không được họp liên tục trong các ngày mà vẫn tồn tại theo hình thức chợ phiên. Các chợ cũng chỉ ở các khu vực trung tâm, dẫn đến ảnh hưởng nhu cầu mua sắm của du khách.

Các dịch vụ ăn uống, lưu trú ở Lâm Bình chưa được đầu tư nhiều. Hiện nay, mặc dù ở Lâm Bình đang tồn tại hình thức du lịch homestay và có 15 hộ kinh doanh. Tuy nhiên, ở các mùa cao điểm trong du lịch thì địa phương không đáp ứng được hết nhu cầu ăn, nghỉ của du khách. Đặc biệt là các điểm ăn gần với nơi thăm quan thường không có.

### 2.3.3. *Khó khăn về sự nhận thức của cộng đồng dân cư*

Một địa phương muốn phát triển du lịch bền vững thì cần phải có sự tham gia của cộng đồng địa phương. Phát triển du lịch văn hóa đòi hỏi rất nhiều vào sự tham gia của cộng đồng địa phương, bởi chính họ là người tạo ra sản phẩm du lịch, là người truyền tải cảm hứng, cung cấp trực tiếp những sản phẩm văn hóa đến du khách. Trên thực tế, huyện Lâm Bình đã thu hút một bộ phận người dân tham gia chương trình du lịch homestay. Tuy nhiên, do là một huyện miền núi, đại bộ phận dân cư sinh sống ở đây là đồng bào các dân tộc thiểu số cho nên trình độ văn hóa, dân trí còn chưa cao. Vì vậy, đây là vấn đề khó khăn trong công tác đào tạo, bồi dưỡng kiến thức nghiệp vụ du lịch, văn hóa đến người dân địa phương.

Bên cạnh đó, nhiều tộc người sinh sống ở Lâm Bình họ chưa quen với việc tiếp xúc với người lạ, đặc biệt là họ còn giữ những nếp sống văn hóa riêng. Cho nên sự thích ứng với những nếp sống văn hóa mới từ nhóm du khách khác nhau sẽ là vấn đề khó khăn đối với họ. Không những vậy, nếu như không có kỹ năng, sự thích ứng tốt họ sẽ ảnh hưởng nếp sống văn hóa của du khách. Vì vậy, định hướng phát triển du lịch văn hóa bền vững của địa phương sẽ bị ảnh hưởng.

Trong thời đại toàn cầu hóa và địa phương hóa về du lịch nên đòi hỏi chất lượng dịch vụ du lịch cũng phải đạt tiêu chuẩn toàn cầu và chất lượng này được làm nên từ chính những người dân địa phương. Bên cạnh đó, du khách khi đến với một điểm du lịch họ luôn có nhu cầu được người dân địa phương tiếp đón niềm nở, được chia sẻ những kinh nghiệm sống của họ, chia sẻ vốn văn hóa như những phong tục, tập quán, các nếp sống văn hóa tiêu biểu. Song với những khó khăn về nguồn nhân lực, huyện Lâm Bình vẫn chưa tổ chức các lớp tập huấn về kỹ năng nghiệp vụ cho đông đảo người dân địa phương, mà mô hình này mới chỉ được áp dụng ở một số

gia đình điển hình. Như vậy, sự thiếu đồng bộ cùng với sự nhận thức hạn chế sẽ là vấn đề khó khăn để Lâm Bình có thể đáp ứng tốt những nhu cầu, nguyện vọng của du khách.

Trong quá trình triển khai, phát triển hoạt động du lịch tại địa phương thì một số bộ phận dân cư, họ thờ ơ, chưa hiểu rõ về du lịch văn hóa là phải làm như thế nào, bởi họ vẫn giữ hình thức kinh tế cũ là phát triển nông nghiệp và lâm nghiệp. Do đó, những bộ phận dân cư này khi tham gia vào chương trình du lịch văn hóa sẽ gặp nhiều vấn đề khó khăn, thậm chí chính họ sẽ bất hợp tác với chính quyền địa phương và phản đối sự có mặt của du khách đi đến đây. Họ cho rằng, khách du lịch là những người sẽ ảnh hưởng đến cuộc sống, công việc của họ. Như vậy, để có thể phát triển được loại hình du lịch văn hóa, địa phương cần đẩy mạnh hoạt động tuyên truyền, khai thông tư tưởng và phân tích rõ những lợi ích về kinh tế, văn hóa đối với nhóm dân cư này.

#### 2.3.4. *Khó khăn trong việc làm mới các sản phẩm du lịch văn hóa*

Các sản phẩm du lịch văn hóa bao gồm hệ thống các di tích lịch sử văn hóa, các lễ tết, lễ hội, những nếp sống văn hóa tiêu biểu của cộng đồng dân cư... Những sản phẩm văn hóa này bản thân nó mang tính cố hữu, ít mang tính động, nó ăn sâu vào trong tiềm thức của người dân. Chính vì vậy, việc làm mới và biến đổi nó là một vấn đề khó khăn. Bên cạnh đó, việc tạo ra một sản phẩm du lịch văn hóa cũng đã là một vấn đề khó khăn bởi từ nguyên liệu văn hóa đến sản phẩm du lịch là một quá trình kết hợp và sàng lọc các giá trị. Muốn các giá trị văn hóa trở thành sản phẩm du lịch văn hóa thì đòi hỏi những người làm du lịch văn hóa phải biết kết hợp các yếu tố du lịch và văn hóa bao gồm: nhu cầu văn hóa và tinh thần của chủ thể du lịch, nội dung và giá trị văn hóa của khách thể du lịch, ý thức và tố chất văn hóa của người môi giới phục vụ du lịch. Như vậy, việc tạo ra một sản phẩm du lịch văn hóa đã là vấn đề khó khăn nên việc thường xuyên làm mới những sản phẩm này đòi hỏi nhiều yếu tố. Bên cạnh đó, huyện Lâm Bình là một huyện mới nên còn gặp nhiều khó khăn trong công tác đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, khó khăn về nguồn kinh phí. Do đó, việc thay đổi một vấn đề nào đó đối với địa phương là bài toán mà nhiều khi khó có lời giải đáp. Việc địa phương bảo tồn, phục dựng các sản phẩm văn hóa gắn với đời sống của cộng đồng dân cư đã là vấn đề khó khăn, nên việc thường xuyên kết hợp để làm mới những sản phẩm du lịch văn hóa lại càng khó khăn hơn.

Tiếp đến trong định hướng phát triển du lịch huyện Lâm Bình đã đưa ra chủ trương, phát triển du lịch những vẫn phải bảo tồn truyền thống văn hóa của địa phương. Đây không chỉ là chủ trương riêng của huyện Lâm Bình mà nó là định hướng chung của các địa phương nơi có hoạt động du lịch phát triển. Có như vậy, du lịch mới phát triển mang tính bền vững và không làm ảnh hưởng đến môi trường sống của con người trên cả hai phương diện tự nhiên và xã hội.

Như vậy, từ bản chất của sản phẩm văn hóa, du lịch văn hóa, từ chính sách và khó khăn chung của địa phương là nguyên nhân dẫn đến việc làm mới các sản phẩm du lịch văn hóa là vấn đề khó khăn. Trong khi đó, một sản phẩm du lịch nếu không được làm mới thì khó có thể thu hút sự quay trở lại của du khách. Vì vậy, địa phương cần đưa ra chiến lược hợp lý trong khai thác và phát triển loại hình du lịch văn hóa hiện nay.

## KẾT LUẬN

Phát triển du lịch văn hóa là một hướng đi hợp lý trong phát triển kinh tế huyện Lâm Bình. Bởi Lâm Bình là huyện còn lưu giữ nhiều di tích lịch sử văn hóa, các tập tục, lễ hội truyền thống cùng với những cảnh sắc thiên nhiên thật sự độc đáo. Bên cạnh đó, trong chiến lược phát triển kinh tế, địa phương chú trọng khai thác những sản phẩm văn hóa nhằm thúc đẩy hoạt động du lịch, góp phần cải thiện và nâng cao chất lượng sống của người dân. Song để du lịch văn hóa phát triển mang tính bền vững thì địa phương cần quan tâm đến những vấn đề sau.

Xây dựng các tour du lịch cụ thể trong đó có tour du lịch văn hóa. Để xây dựng được các tour du lịch, trước tiên địa phương cần hình thành sự liên kết về khâu quản lý. Cần có sự phối hợp nhịp nhàng trong công tác quản lý, hướng dẫn du khách tại các điểm. Khi xây dựng các tour du lịch, địa phương cần có sự tính toán về khoảng cách, sự phối hợp về các sản phẩm du lịch văn hóa và bên cạnh đó cần chú ý đến việc bổ sung các dịch vụ phục vụ nhu cầu ăn, nghỉ của du khách. Tại các di tích, lễ hội, hay nơi ở của cộng đồng dân cư, chính quyền địa phương cần quan tâm đến việc đào tạo các cán bộ quản lý. Cán bộ quản lý vừa là người hướng dẫn người dân, đồng thời là những hướng dẫn viên cho du khách.

Địa phương cần chú trọng đến hoạt động quảng bá sản phẩm du lịch văn hóa. Quảng bá sản phẩm du lịch văn hóa là việc gửi đến khách hàng những thông điệp, sự mời gọi để du khách đến tham quan, trải nghiệm, khám phá những nét đẹp văn hóa của địa phương. Do vậy, trong chiến lược quảng bá huyện Lâm Bình cần phải xây dựng và lựa chọn những thông tin có ý nghĩa, ngắn gọn, đầy đủ nội dung cơ bản. Tiếp đến Lâm Bình cần lựa chọn hình thức quảng bá như thông qua các kênh truyền thông: báo, đài, tạp chí du lịch. Do là một huyện còn gặp nhiều khó khăn nên trong chiến lược quảng cáo, địa phương cần tính toán, sử dụng những hình thức quảng cáo chi phí ít nhưng đạt hiệu quả cao như thông qua Facebook, Whatsupp, Skype, Google, Youtube...

Bên cạnh đó, địa phương cần có những chính sách hợp lý để kêu gọi các nhà đầu tư, xây dựng và hoàn thiện hệ thống cơ sở hạ tầng, các dịch vụ nhằm phục vụ tốt nhất những nhu cầu cơ bản của du khách. Chú trọng đến công tác bồi dưỡng cán bộ, nâng cao nhận thức của cộng đồng địa phương. Như vậy, phát triển loại hình du lịch văn hóa là hướng đi phù hợp trong chiến lược phát triển kinh tế của huyện Lâm Bình hiện nay. Chính vì vậy, trong bài viết này, người viết đã đưa ra những đánh giá chủ quan của cá nhân khi phân tích những thuận lợi và khó khăn trong phát triển du lịch văn hóa huyện Lâm Bình. Để bài viết được hoàn thiện, rất mong được sự góp ý và bổ sung của các nhà nghiên cứu, bạn đọc.

## ADVANTAGES AND DISADVANTAGE DEVELOPING CULTURAL TOURISM IN LAM BINH DISTRICT - TUYEN QUANG PROVINCE

**Bui Thi Hong Thoa**  
*Hai Phong University*

### **Abstract**

Cultural tourism is a type of resource-based tourism, mainly human cultural products, which can be material cultural products, or cultural and spiritual products, which are characterized by Cultural vestiges associated with the local community. As a mountainous district, Lam Binh has many conditions to develop cultural tourism. However, to assess objectively the advantages and difficulties in developing cultural tourism in Lam Binh district, The author approaches the research content through paper documents: publications, works published in scientific journals, articles in seminars. Besides, the author has approached articles on social networking sites, tourism and cultural websites of Tuyen Quang province in general and Lam Binh district in particular. Approaches such as: method of information collection and document analysis; update information from different sources, have more sources of reference data, expand knowledge to review, evaluate, recognize and compare arguments and arguments with each other. Methods of analysis, evaluation, inductive, interpretation are used in the lesson

From the fact of research, combining the use of methods is the basis for the author to identify advantages and disadvantages in developing cultural tourism in Lam Binh district. Firstly, Lam Binh district has advantages in human resources such as: the system of relics, history, cultural values of ethnic groups and the system of folk festivals. Lam Binh has many conditions to meet tourists' travel needs. Lam Binh has many incentive policies for developing local cultural tourism activities. Besides the advantages, Lam Binh also has difficulties in developing cultural tourism such as: difficulty in linking local cultural resources, Difficult in synchronous facilities - services, difficulties from the awareness of the community; difficulties in refreshing cultural products

Thus, the research results in the article are the basis for local authorities, tourism agencies and organizations to promote the exploitation of advantages and overcome the limitations in developing the type of cultural tourism at local.

### **Keywords**

Tourism, cultural tourism, types of cultural tourism, cultural tourism in Lam Binh district.

## PHÁT TRIỂN KHÔNG GIAN DU LỊCH LÂM BÌNH - NA HANG, TỈNH TUYÊN QUANG

Phạm Thị Minh Nguyệt, Dương Thu Hà,  
Nông Thị Phương Thu, Nguyễn Thị Thanh Thắm  
*Trường Cao đẳng Kinh tế - Tài chính Thái Nguyên*

### TÓM TẮT

Lâm Bình và Na Hang là hai huyện thuộc tỉnh Tuyên Quang với nhiều danh lam thắng cảnh và những bản sắc văn hóa dân tộc bản địa... có khả năng tạo ra những sản phẩm du lịch đặc sắc. Với vị trí địa lý tiếp giáp và tiềm năng phát triển du lịch lớn việc phát triển không gian du lịch Lâm Bình - Na Hang là hết sức cần thiết góp phần phát triển hoạt động du lịch của hai huyện nói riêng và của tỉnh Tuyên Quang nói chung. Bài viết phân tích hoạt động du lịch cộng đồng của hai huyện Lâm Bình và Na Hang tỉnh Tuyên Quang, cụ thể về tiềm năng phát triển, về địa bàn thực hiện du lịch cộng đồng trong huyện,... Xác định các nguyên nhân ảnh hưởng đến phát triển du lịch và không gian du lịch. Qua đó, nêu lên những kết quả đạt được, những khó khăn hạn chế và đề xuất một số giải pháp đẩy mạnh phát triển không gian du lịch Lâm Bình - Na Hang trong thời gian tới.

### Từ khóa

Không gian du lịch, huyện Na Hang, Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang.

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Mỗi địa phương đều có nhiều loại hình, sản phẩm hoặc một vài điểm du lịch tạo điểm nhấn trong thương hiệu du lịch của tỉnh. Du lịch cộng đồng là loại hình du lịch dành cho những du khách thích khám phá, trải nghiệm và tìm hiểu về phong tục tập quán của người dân địa phương, cũng bước đầu phát triển ở huyện Lâm Bình và huyện Na Hang, tỉnh Tuyên Quang. Thời gian vừa qua hai huyện Lâm Bình và Na Hang đều rất chú trọng tới phát triển du lịch cộng đồng. Tuy nhiên còn gặp phải vướng mắc như giữ gìn bảo tồn bản sắc văn hóa dân tộc, khách nội địa chưa được thu hút, công tác an ninh quốc phòng còn vướng mắc, sự liên kết phát triển còn lỏng lẻo,... Đặc biệt chưa thực sự quan tâm tới việc liên kết để phát triển không gian du lịch giữa hai huyện. Những vấn đề này ảnh hưởng đến phát triển du lịch cộng đồng nói riêng, ảnh hưởng đến phát triển du lịch và kinh tế - xã hội của huyện nói chung đòi hỏi đặt ra nhiều vấn đề cần giải quyết.

### 2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG VÀ KHÔNG GIAN DU LỊCH LÂM BÌNH - NA HANG TỈNH TUYÊN QUANG

#### 2.1. Tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng và không gian du lịch Lâm Bình - Na Hang tỉnh Tuyên Quang

*Tài nguyên thiên nhiên*

Huyện Lâm Bình ở vùng cao phía Bắc tỉnh Tuyên Quang, phía Đông giáp huyện Na Hang (Tuyên Quang), Đông Bắc giáp huyện Bắc Mê (Hà Giang); Tây và Tây bắc giáp huyện Vị Xuyên và huyện Bắc Quang (Hà Giang); Nam giáp huyện Chiêm Hóa (Tuyên Quang). Huyện Na Hang nằm ở vùng cao phía Bắc tỉnh Tuyên Quang, phía Bắc giáp với tỉnh Hà Giang và Cao

Bằng, phía Nam và phía Tây giáp huyện Chiêm Hóa, huyện Lâm Bình tỉnh Tuyên Quang, phía Đông giáp huyện Chợ Đồn tỉnh Bắc Kạn. Na Hang và Lâm Bình là hai huyện có địa hình đa dạng vùng núi có cảnh quan đẹp, địa hình Karst kết hợp với hai con sông Năng và sông Gâm cùng các con suối nhỏ tạo thành các cảnh quan hùng vĩ thu hút khách du lịch.

Lâm Bình - Na Hang có độ cao trung bình từ 200 đến 800 m so với mặt biển, có nhiệt độ trung bình hàng năm khoảng 23,6°C, lượng mưa trung bình khá ổn định. Khí hậu này lý tưởng cho sự phát triển của hệ thảm thực vật, là môi trường tốt cho các hệ sinh thái phát triển và có lợi cho sức khỏe con người. Đây là điều kiện thuận lợi cho phát triển du lịch.

Điều kiện tự nhiên của Lâm Bình có cả núi, rừng, sông, suối, hang động với nhiều cảnh quan tuyệt đẹp được xếp hạng danh thắng cấp Quốc gia như hang Phia Vài, động Song Long, thác Nặm Me, thắng cảnh Thượng Lâm; hồ thủy điện Tuyên Quang rộng 3.500 ha với trữ lượng thủy sản dồi dào, nổi tiếng với những đặc sản như cá bỗng, cá quả, cá lăng; hệ thống rừng nguyên sinh với 68.985,15 ha, rừng có nhiều loài cây gỗ quý: đinh hương, trai, sến, nghiến,... và có nhiều loại thú quý hiếm, trong đó có loài Voọc mũi hếch, nằm trong danh mục đỏ của thế giới cần được bảo vệ; Tại Na Hang, hồ sinh thái Na Hang diện tích hơn 8.000 ha kết nối các tuyến đường thủy từ thị trấn Na Hang với 8 xã khu C của huyện và các xã của huyện Lâm Bình; nối liền với khu danh thắng Quốc gia Ba Bể của tỉnh Bắc Kạn. Khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang với diện tích trên 33.000 ha nằm trên địa bàn xã Thanh Tương, Sơn Phú, Khâu Tinh, Côn Lôn và thị trấn Na Hang, giáp với các xã của huyện Chiêm Hóa, Lâm Bình và huyện Chợ Đồn (Bắc Kạn). Hệ sinh thái ở khu du lịch sinh thái Na Hang khá đa dạng, hệ thực vật có trên 2000 loài, hệ động vật gồm thú 76 loài, chim 263 loài, rắn 25 loài, ếch nhái 35 loài, côn trùng trên 500 loài... Đây là tài nguyên du lịch mang tính nguyên sơ vô cùng quý giá.

#### *Tài nguyên du lịch nhân văn*

Lâm Bình và Na Hang là hai huyện có khoảng 15 dân tộc sinh sống, nhưng chủ yếu là người Tày và người Dao, còn lại các dân tộc khác chiếm tỷ lệ nhỏ sống xen lẫn nhau trong các thôn, bản. Văn hóa người Tày chiếm ưu thế và tạo ra nét đặc trưng văn hóa cho khu vực như nếp nhà sàn, trang phục, các món ăn truyền thống, phong tục tập quán hay các lễ hội, điệu hát...

Ngoài những danh lam thắng cảnh nổi tiếng thì du lịch văn hóa tâm linh là một trong những tiềm năng lớn của huyện Lâm Bình - Na Hang. Hiện trên địa bàn còn lưu giữ được những ngôi đền, chùa có niên đại từ khá lâu, mang đậm nét văn hóa của đồng bào dân tộc vùng cao trong đó phải kể đến là ngôi đền Pú Bảo, chùa Phúc Lâm, huyện Lâm Bình; đền Pác Tạ, Pác Vãng, huyện Na Hang cũng được trùng tu, khôi phục đã đáp ứng phần nào việc tham quan, thưởng ngoạn các thắng cảnh và du lịch tâm linh của du khách.

Nhà sàn của người dân huyện Lâm Bình và Na Hang: Trong khi nhiều nơi có đồng bào dân tộc đã thay đổi cơ bản cấu trúc cũng như cách làm nhà sàn truyền thống cho phù hợp với điều kiện kinh tế và sinh hoạt thì tại một số địa phương ở đây, đồng bào dân tộc Tày vẫn giữ được nét nhà sàn xưa. Bố trí không gian sử dụng trong ngôi nhà của người Tày ở Na Hang cũng có điểm khác biệt so với một số địa phương khác: Trước nhà đối diện với cầu thang thường là một máng nước bằng gỗ, thân vầu hoặc bằng đá dùng để đựng nước rửa chân trước khi lên nhà. Cầu thang lên nhà bằng gỗ thường gồm 9 bậc, có một số ít nhà làm 7 bậc, không có tay vịn... Với họ, nhà sàn chính là tài sản vô giá cả về ý nghĩa vật chất và tinh thần, là nét văn hóa truyền thống độc đáo của cha ông lưu truyền qua nhiều thế hệ. Người dân Na Hang quan niệm nhà sàn là nơi sinh hoạt gia đình thiêng liêng, chính vì thế không gian ấy luôn luôn phải được bền vững.

Các lễ hội truyền thống của người dân các huyện Lâm Bình, Na Hang độc đáo, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc của địa phương như các lễ hội Lồng tồng xã Thượng Lâm, Lăng Can, Lễ hội Nhảy lửa của đồng bào dân tộc Pà Thẻn xã Hồng Quang, Lâm Bình; Lễ hội Lồng tồng đầu năm tại thị trấn Na Hang, xã Năng Khả, Yên Hoa; Lễ hội Lồng tồng xã Đà Vị gắn với hội thi trâu bò khỏe đẹp; Lễ hội Giã cốm xã Côn Lôn. Các yếu tố văn hóa cộng đồng này tạo thành nguồn tài nguyên du lịch nhân văn hấp dẫn, đặc biệt là trong phát triển du lịch cộng đồng.

Làng nghề truyền thống của người dân huyện các huyện Lâm Bình, Na Hang: Làng nghề thủ công truyền thống ở nơi đây là nơi lưu giữ những giá trị văn hóa vật chất và tinh thần quý giá của mỗi dân tộc. Những sản phẩm được tạo ra chủ yếu là những sản phẩm thủ công, kết quả của bàn tay và khối óc tài hoa của các thế hệ gắn bó với nghề, với làng bản, với cộng đồng. Lâm Bình, Na Hang có rất nhiều nghề và những làng nghề truyền thống được lưu giữ, trong đó đặc biệt phải kể đến những nghề như: dệt thổ cẩm, nghề nấu rượu, nghề mộc, mây tre đan,... Tuy không phát triển trên diện rộng, nhưng những nghề thủ công truyền thống này vẫn đang được một bộ phận đồng bào duy trì để tự phục vụ cho cuộc sống.

Ẩm thực Lâm Bình, Na Hang mang nét đặc trưng tiềm năng du lịch hấp dẫn cho các du khách thích khám phá, trải nghiệm. Đặc biệt, xôi ngũ sắc và bún khô là hai trong số rất nhiều món đặc sản của đồng bào Tày như: cơm lam, thịt chua, măng rừng, rượu ngô... thực sự là một trải nghiệm thú vị cho du khách khi một lần đặt chân đến mảnh đất này.

Cộng đồng người Tày và Dao vẫn giữ nguyên ngôn ngữ gốc của mình. Đồng bào người Tày phổ biến chơi đàn tính và hát các làn điệu hát then, hát cọi, hát quan làng, đánh đàn tính, thổi kèn lá, múa khèn, múa chuông, múa sạp... Đặc biệt, người Dao có điệu hát Páo Dung gồm các loại hình: Páo Dung sinh hoạt (hát giao duyên, hát ru, hát đồng dao, hát răn dạy, hát than); Páo Dung nghi lễ, tín ngưỡng - phong tục (Hát trong đám cưới, hát trong lễ cấp sắc, hát cúng Bàn Vương, hát trong đám tang, vào nhà mới...); Páo Dung lao động sản xuất, nội dung đề cao tinh thần lao động sáng tạo, về thời tiết, mùa vụ được các thế hệ người Dao tích lũy và truyền dạy cho thế hệ sau.

## **2.2. Du lịch cộng đồng và không gian du lịch tại các huyện Lâm Bình, Na Hang, tỉnh Tuyên Quang**

Những năm qua, du lịch Lâm Bình, Na Hang nói riêng và du lịch Tuyên Quang nói chung so với các tỉnh khác còn khá mới. Mặc dù có nhiều tiềm năng trong phát triển du lịch cộng đồng nhưng khách du lịch chưa biết nhiều đến không gian du lịch này.

Du lịch cộng đồng ở huyện Lâm Bình và Na Hang đang được coi trọng việc bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống tiêu biểu của các dân tộc để phát triển du lịch bền vững trong tương lai. Đây chính là một trong những động lực quan trọng để đánh thức những tiềm năng, lợi thế của huyện trong việc giữ gìn và bảo tồn những giá trị văn hóa đang bị lãng quên hoặc mai một theo thời gian. Chính quyền địa phương đã xây dựng nhiều chương trình, hoạt động để phát triển du lịch địa phương nói chung và phát triển du lịch cộng đồng nói riêng.

Các cấp ủy, chính quyền huyện đã chỉ đạo và xây dựng kế hoạch triển khai thực hiện Công tác quy hoạch phát triển tổng thể du lịch của huyện đến năm 2015, huyện Lâm Bình, định hướng đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030. Theo đó, huyện đã triển khai khôi phục và duy trì và tổ chức các sự kiện văn hóa như Lễ hội Lồng tồng - Ngày hội văn hóa các dân tộc, nhảy lửa, các nét văn hóa truyền thống của dân tộc. Tại Na Hang, Chương trình hành động số 25-CTr/HU của Ban Thường vụ Huyện ủy về phát triển du lịch trở thành ngành mũi nhọn. Phát triển du lịch gắn với

gìn giữ bản sắc văn hóa của các dân tộc, trọng tâm là bảo vệ và phát huy giá trị các di tích, các lễ hội truyền thống; phối hợp Bảo tàng tỉnh hoàn thiện hồ sơ đo đạc, định vị, khoanh vùng bảo vệ các di tích trên địa bàn. Các Lễ hội Lồng Tồng của dân tộc Tày, hội bắt cá tại xã Năng Khả vào dịp Tết truyền thống hằng năm, lễ hội giã cốm, đua mảng ngọc, các câu lạc bộ hát then, đàn tính được duy trì tại huyện Na Hang. Điều này đã xây dựng và phát triển các sản phẩm du lịch có tiềm năng, lợi thế, nhất là du lịch cộng đồng.

Hoạt động quảng bá giới thiệu về du lịch các huyện Lâm Bình, Na Hang được đẩy mạnh trong những năm gần đây. UBND huyện Lâm Bình xây dựng chiến lược quảng bá du lịch tương đối bài bản, dài hơi, bằng nhiều hình thức khác nhau như tập trung thu hút doanh nghiệp đầu tư phát triển du lịch, xây dựng hạ tầng đáp ứng nhu cầu của du khách; xây dựng được nhiều trang quảng bá hình ảnh địa phương, như trang Du lịch Lâm Bình, homestay Nặm Đíp, Nà Muông, Nà Đông, Nà Tông... cập nhật thường xuyên hình ảnh, thông tin du lịch địa phương, từ danh lam thắng cảnh, các hoạt động trải nghiệm, đến cơ sở lưu trú... nhận được sự tương tác rất lớn từ phía cộng đồng; Trung tâm Xúc tiến đầu tư đang xây dựng chương trình kết nối với các công ty lữ hành. Trong đó, ngoài việc cung cấp tour tuyến, điểm du lịch cho các đơn vị này. Tại huyện Na Hang, năm 2018, huyện đã phối hợp với Đài Truyền hình Việt Nam xây dựng chương trình quảng bá danh lam thắng cảnh và ẩm thực với thời lượng 30 phút về Khu du lịch sinh thái Na Hang phát trên kênh VTV2, VTV4; xây dựng nội dung chương trình “S Việt Nam - Hương vị cuộc sống” để quảng bá, giới thiệu về tiềm năng, hình ảnh Khu du lịch sinh thái Na Hang phát sóng trên kênh VTV1. Huyện phối hợp với các cơ quan liên quan, các địa phương hoàn thiện hồ sơ, thủ tục trình UNESCO đưa hồ sơ Ba Bể - Na Hang vào danh mục hồ sơ di sản thế giới.

Hai huyện Lâm Bình, Na Hang đã chú trọng đến việc thu hút các doanh nghiệp vào khảo sát, đầu tư; khuyến khích các tổ chức và cá nhân phát triển các dịch vụ du lịch; phát triển các sản phẩm hàng hóa lưu niệm phục vụ du khách kết hợp các hoạt động xúc tiến thương mại, tiếp thị các sản phẩm hàng hóa là đặc sản của địa phương như: rượu ngô, chè shan tuyết, đậu xanh, đậu tương, thịt chua, thịt trâu khô... bên cạnh một số sản phẩm nông sản phục vụ du lịch như gạo nếp Côn Lôn, đậu tương, đậu xanh Yên Hoa, Thượng Nông, rau sạch Hồng Thái, ngỗng Côn Lôn đã bước đầu được hình thành. Hệ thống nhà hàng, khách sạn cũng đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của du khách. Đến nay, toàn huyện Na Hang có 12 nhà nghỉ, khách sạn với 127 phòng, 249 giường nghỉ, 9 nhà hàng ăn uống, 1 tàu cao tốc, 45 thuyền du lịch kết hợp với vận tải hàng hóa phục vụ du khách tham quan. [3]

Bên cạnh đó, các lớp đào tạo, bồi dưỡng, tập huấn nguồn nhân lực tại địa phương phục vụ phát triển du lịch cũng được quan tâm. Thời gian qua, huyện Lâm Bình đã tạo điều kiện cho các hộ gia đình làm du lịch cộng đồng đi học tập kinh nghiệm ở một số điểm du lịch cộng đồng của các tỉnh Hoà Bình, Hà Giang; tổ chức tập huấn, đào tạo nghề cho các hộ gia đình và người lao động ở nông thôn gắn với phát triển du lịch như phối hợp mở các lớp hướng dẫn viên du lịch, kỹ thuật chế biến các món ăn, dạy tiếng Anh giao tiếp miễn phí cho các hộ gia đình làm dịch vụ du lịch... Tại huyện Na Hang, Ông Hoàng Minh Đăng, Trưởng Phòng Văn hóa - Thông tin huyện cho biết, hiện toàn huyện chỉ có 3 cán bộ làm việc tại Phòng, chưa có cán bộ chuyên sâu về du lịch; năm 2017, huyện đã mời giảng viên Trường Đại học Văn hóa Hà Nội lên tập huấn nghiệp vụ hướng dẫn viên du lịch cho 74 học viên; phối hợp với Ban Quản lý du lịch sinh thái Na Hang thực hiện tốt việc quảng bá, tiếp, đón khách và nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch.

Hoạt động liên kết, hợp tác phát triển du lịch liên vùng, liên tỉnh được đẩy mạnh. Đặc biệt hai huyện Lâm Bình, Na Hang đã tích cực phối hợp các cơ quan chức năng của tỉnh Tuyên Quang



và tỉnh Bắc Cạn trong xây dựng và hoàn thiện hồ sơ đề nghị Thủ tướng Chính phủ xếp hạng Khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang - Lâm Bình là Danh lam thắng cảnh quốc gia đặc biệt; đề nghị UNESCO công nhận Khu di sản thiên nhiên Vườn quốc gia Ba Bể (tỉnh Bắc Cạn) - Na Hang (tỉnh Tuyên Quang) là Di sản thiên nhiên thế giới. Đồng thời, tạo ra sự kết nối các tuyến đường thủy từ Lâm Bình, Na Hang với các xã của huyện, nối liền với khu danh thắng quốc gia đặc biệt Ba Bể của tỉnh Bắc Cạn; huyện Bắc Mê của tỉnh Hà Giang.

Hoạt động du lịch nói chung và hoạt động du lịch cộng đồng nói riêng đã góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tạo việc làm, tăng thu nhập cho người dân, từng bước đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của huyện Lâm Bình và huyện Na Hang. Giai đoạn 2016 - 2018, khách đến tham quan, du lịch tại Na Hang đạt hơn 100.000 lượt, đạt 77% kế hoạch 5 năm. Tại Lâm Bình, chỉ 6 tháng đầu năm 2018 số lượng khách du lịch là 22.700 lượt khách, đạt 81% kế hoạch năm.

### *Khó khăn, hạn chế*

Ngoài những kết quả đạt được, du lịch cộng đồng và phát triển không gian du lịch Lâm Bình - Na Hang, tỉnh Tuyên Quang còn gặp những khó khăn:

Sự liên kết giữa hai huyện Lâm Bình và Na Hang trong phát triển du lịch còn hạn chế. Việc liên kết, hợp tác phát triển văn hóa, thể thao, du lịch giữa hai huyện còn ở mức độ phối hợp bề nổi, chưa có chiều sâu; cường độ phối hợp không thường xuyên, liên tục. Nguồn kinh phí tổ chức các hoạt động liên kết, hợp tác còn hạn chế; chưa có cơ chế chính sách phối hợp và liên kết vùng để làm khung căn cứ triển khai các hoạt động liên kết giữa các tỉnh. Việc phối hợp xây dựng sản phẩm du lịch chung của vùng chưa rõ nét. Nội dung các hoạt động liên kết ít được đổi mới, chưa phong phú, chưa tạo được sự hấp dẫn và chưa tạo điểm nhấn thu hút khách du lịch.

Doanh nghiệp đầu tư kinh doanh du lịch quy mô vẫn còn nhỏ. Do vị trí địa lý cách xa trung tâm tỉnh, trung tâm kinh tế xã hội của đất nước nên việc thu hút đầu tư vào khu du lịch còn nhiều khó khăn. Các điểm du lịch sinh thái, di tích lịch sử - văn hóa chưa được đầu tư xây dựng và nâng cấp quy mô, đồng bộ, chất lượng phục vụ du khách tại các điểm du lịch văn hóa cộng đồng chưa đa dạng, phong phú. Du lịch cộng đồng tại các thôn, bản còn có những hộ nghèo và cận nghèo, người dân không đủ vốn để đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng lưu trú cho du khách thuê. Chính vì vậy, lượng khách du lịch tự do, khách của các hãng lữ hành lập tour, tuyến thường xuyên là chưa có.

Chất lượng nhân lực tại điểm đến chưa đáp ứng được yêu cầu. Phòng Văn hóa Thông tin huyện chưa có cán bộ chuyên sâu về du lịch làm giảm chất lượng phục vụ du lịch cộng đồng tại địa phương. Bên cạnh đó, các cán bộ tại Khu du lịch trình độ cũng còn hạn chế về nghiệp vụ du lịch.

Hoạt động quảng bá, xúc tiến, tìm kiếm, khai thác thị trường còn thiếu đồng bộ và chưa chủ động. Du lịch cộng đồng tại Lâm Bình - Na Hang nói riêng, tỉnh Tuyên Quang nói chung vẫn trong tình trạng phát triển tự phát, sản phẩm dịch vụ du lịch chưa đa dạng, chất lượng chưa cao, khó tiêu thụ, không có điểm nhấn để thu hút du khách phát triển. Các dịch vụ na ná nhau, như: Ngủ nhà sàn, thưởng thức ẩm thực, văn nghệ...

Khó khăn về việc kiểm soát, quản lý du khách nước ngoài trên địa bàn cũng còn chưa chặt chẽ, đặc biệt du khách tới và lưu trú các thôn bản du lịch cộng đồng có dịch vụ homestay...

### 3. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG VÀ KHÔNG GIAN DU LỊCH TẠI LÂM BÌNH - NA HANG

Phát triển du lịch cộng đồng và không gian du lịch Lâm Bình - Na Hang nói riêng, tỉnh Tuyên Quang nói chung là một động lực quan trọng để xây dựng nông thôn mới, góp phần xóa đói, giảm nghèo. Nhưng muốn phát triển du lịch cộng đồng theo hướng bền vững đòi hỏi địa phương phải phát huy bản sắc văn hóa các dân tộc để xây dựng các sản phẩm du lịch mang tính đặc thù, phù hợp từng vùng, có quy hoạch và chọn lọc, hấp dẫn với từng đối tượng du khách. Đặc biệt chính quyền địa phương của tỉnh và hai huyện cần phải xây dựng một chiến lược liên kết phát triển du lịch cộng đồng hiệu quả, có những chính sách, cơ chế mang tính đặc thù và các giải pháp như sau:

*Một là, huy động sự tham gia tích cực của cộng đồng địa phương của hai huyện trong việc lập kế hoạch và quản lý du lịch.*

Một cộng đồng mạnh mẽ và gắn kết có cơ hội lớn hơn để thành công. Vai trò của Ban quản lý du lịch địa phương của hai huyện rất quan trọng trong việc đặt nền móng cho sự phát triển du lịch cộng đồng địa phương và không gian du lịch Lâm Bình - Tuyên Quang. Cần lựa chọn thành viên Ban quản lý là những người tâm huyết với phát triển du lịch cộng đồng, có uy tín với cộng đồng và có thời gian để triển khai các hoạt động của hai địa phương mang tính đồng bộ. Huy động sự tham gia nhiệt tình của cộng đồng dân cư nơi làm du lịch cộng đồng, giúp họ nhận thức đúng đắn tầm quan trọng của du lịch cộng đồng đối với sự phát triển kinh tế của địa phương. Trong quá trình hoạt động, cần xây dựng cụ thể bảng mô tả công việc cho mỗi thành viên, từ đó thống nhất phân công trách nhiệm và nghĩa vụ của từng thành viên trong cộng đồng.

*Hai là, phát triển các sản phẩm và dịch vụ độc đáo, đề cao giá trị văn hóa truyền thống của địa phương nhưng thích ứng với điều kiện của khách du lịch.*

Muốn du lịch cộng đồng phát triển cần giữ nguyên gốc, nguyên sơ, chất phác chân thực của văn hóa bản địa, đó là giá trị cốt lõi của cộng đồng. Phát triển du lịch phải có trách nhiệm với xã hội. Để phát triển kinh tế địa phương, tôn trọng những giá trị bản địa, giá trị cộng đồng thì loại hình du lịch cộng đồng là giải pháp để phát triển du lịch đúng hướng và bền vững. Một nền du lịch bền vững thì người dân phải được hưởng lợi từ sự phát triển du lịch của địa phương...

Các huyện Lâm Bình, Na Hang với các dân tộc thiểu số cùng sinh sống như Mông, Tày, Dao, Nùng... với các nét văn hóa đặc sắc thể hiện qua trang phục truyền thống, ẩm thực vùng miền cần duy trì và phát triển các nghề truyền thống mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc như: dệt thổ cẩm, làm cơm, làm bánh chuối, rượu ngô, chè shan tuyết, đậu xanh, đậu tương, thịt chua, thịt trâu khô... theo mô hình mỗi làng/ xã một sản phẩm du lịch đặc thù. Kết hợp với giữ gìn nét đẹp văn hóa của các dân tộc thiểu số với các nét văn hóa đặc sắc qua các điệu hát then, páo dung, quan làng...

Phát triển các sản phẩm và dịch vụ độc đáo đề cao giá trị văn hóa truyền thống của địa phương còn được thể hiện ở việc đầu tư vào phát triển nguồn nhân lực, phát triển đội ngũ những người sản xuất sáng tạo trong việc phát triển các sản phẩm và dịch vụ phục vụ cho du lịch một cách chủ động. Đồng thời, phối hợp với các công ty du lịch, công ty lữ hành để xây dựng các tour du lịch qua các điểm du lịch từ Lâm Bình tới Na Hang, khai thác triệt để những nét đặc trưng, riêng biệt trong từng sản phẩm du lịch của mỗi huyện.

*Ba là, phát triển nguồn nhân lực du lịch*

Tuyên Quang đã triển khai thực hiện đề án đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch; cử cán bộ Ban tham gia khóa đào tạo về bồi dưỡng nghiệp vụ du lịch; phối hợp với Trường Cao

đăng Du lịch Hà Nội tổ chức mở lớp bồi dưỡng nghiệp vụ bàn - buồng - pha chế đồ uống cho cán bộ, nhân viên các doanh nghiệp, hộ kinh doanh dịch vụ du lịch trên địa bàn hai huyện Na Hang và Lâm Bình.

Nguồn nhân lực cho phát triển du lịch cộng đồng địa phương bao gồm: các doanh nghiệp du lịch; hộ dân làm du lịch; ban quản lý dự án du lịch cộng đồng; các hướng dẫn viên du lịch... Việc nâng cao năng lực nguồn nhân lực du lịch địa phương là rất cần thiết vì đặc điểm của du lịch cộng đồng hoàn toàn phụ thuộc và người dân, các trải nghiệm của khách du lịch phụ thuộc vào chất lượng dịch vụ do người dân cung cấp.

Cần tiến hành đánh giá cụ thể năng lực, kỹ năng và kiến thức du lịch của nhân lực du lịch địa phương, xác định khoảng thiếu hụt về năng lực du lịch để có chính sách đào tạo phù hợp, từ đó nâng cao lòng tự tin và đam mê của người dân đối với phát triển du lịch cộng đồng.

*Bốn là, tăng cường thu hút đầu tư, liên kết để phát triển du lịch cộng đồng*

Kế hoạch phát triển du lịch cộng đồng tại địa phương cần được rà soát hàng năm căn cứ vào chính sách phát triển du lịch chung của tỉnh nhằm tận dụng tối đa các cơ hội phát triển du lịch địa phương do các chính sách hỗ trợ này đem lại. Nhiều lĩnh vực đầu tư cho du lịch cộng đồng có thể vượt quá khả năng của cộng đồng, ví dụ đầu tư phát triển hạ tầng để tạo thêm những tour du lịch mới trong cộng đồng dân cư như đầu tư vào xây dựng đường xá, cầu, nhà nghỉ... Ban quản lý du lịch cộng đồng địa phương cũng cần chủ động đề xuất các kế hoạch phát triển du lịch ở địa phương và liên kết du lịch giữa hai huyện Lâm Bình - Na Hang đến các cơ quan chức năng để tìm kiếm sự hỗ trợ đầu tư, tuy nhiên cần hết sức lưu ý trong việc giữ gìn các giá trị truyền thống, các giá trị cốt lõi để phân biệt tour du lịch cộng đồng ở địa phương mình so với các địa phương khác.

Ban Quản lý du lịch cộng đồng cần xây dựng mối quan hệ đối tác chiến lược với các công ty du lịch chuyên khai thác các tuyến trên địa bàn hoặc đi qua địa bàn như các tour du lịch Hồ thủy điện Tuyên Quang, du lịch Thác Mơ, tham quan khu di tích lịch sử Quốc gia Tân Trào, du lịch Thác Bản Ba... đem lại lợi ích lâu dài cho cả đôi bên.

Tiếp tục thực hiện liên kết, phối hợp với các huyện Na Hang, Lâm Bình (Tuyên Quang); Pác Nặm, Ba Bể (Bắc kạn); Bắc Mê (Hà Giang) triển khai Chương trình hợp tác phát triển du lịch theo đúng biên bản đã ký kết tại Hội nghị hợp tác phát triển du lịch năm 2018; Tổ chức Hội nghị hợp tác phát triển tuyến du lịch lòng hồ thủy điện Tuyên Quang với tỉnh Bắc Kạn, Hà Giang; Tiếp tục phối hợp với các công ty lữ hành trong nước và quốc tế triển khai nổi các tour, tuyến du lịch trong và ngoài tỉnh, đa dạng các loại hình du lịch để đáp ứng nhu cầu của khách du lịch.

*Năm là, tăng cường công tác quảng bá và xúc tiến du lịch*

Bên cạnh việc xây dựng mối quan hệ đối tác chiến lược với các công ty du lịch và tạo điều kiện để các thành phần kinh tế tại địa phương phát triển du lịch, Ban quản lý du lịch cộng đồng cần chủ động và không ngừng tăng cường công tác quảng bá và xúc tiến thương mại cho tour du lịch làng nghề tại địa phương mình đối với các nhóm khách hàng mục tiêu khác nhau (học sinh các trường học, các tổ chức đoàn thể xã hội như hội thanh niên, hội phụ nữ, hội người cao tuổi...) ở các địa phương khác.

Tăng cường các hoạt động phối hợp với Ủy ban nhân dân huyện Na Hang, Lâm Bình và các cơ quan, đơn vị trên địa bàn huyện tổ chức các lễ hội xuân, các sự kiện Văn hóa - Du lịch năm 2019 nhằm thu hút khách du lịch đến với Khu du lịch sinh thái Na Hang; Phối hợp với các

cơ quan thông tin đại chúng, Trung tâm xúc tiến đầu tư tỉnh Tuyên Quang tổ chức các hoạt động nhằm quảng bá, giới thiệu tiềm năng về Khu du lịch sinh thái Lâm Bình, Na Hang; tuyên truyền, quảng bá Khu du lịch sinh thái trên các phương tiện thông tin đại chúng để thu hút đầu tư, thu hút khách du lịch; xây dựng, sửa chữa biển quảng bá du lịch; chỉnh sửa, phát hành đĩa DVD, sách ảnh, ấn phẩm, bản đồ để giới thiệu về khu du lịch sinh thái; Tổ chức hoạt động quảng bá, liên kết, xúc tiến phát triển du lịch tại tỉnh nhà.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo “Kết quả thực hiện nhiệm vụ công tác năm 2018, phương hướng, nhiệm vụ công tác năm 2019” (2018), Ban quản lý Khu du lịch sinh thái Na Hang
2. Nguyễn Đức Khoa, “Du lịch cộng đồng, giải pháp phát triển kinh tế xã hội huyện Na Hang, tỉnh Tuyên Quang” số 372, Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật
3. <http://baotuyenquang.com.vn/!trang-dia-phuong/na-hang/buoc-phat-trien-cua-du-lich-na-hang-90769.html>
4. <http://lambinh.tuyenquang.gov.vn/tin-tuc-su-kien/du-lich-the-thao/du-lich-lam-binh-tiem-nang-va-dinh-huong-phat-trien-808.html>

## DEVELOPING LAM BINH - NA HANG TOURISM SPACE IN TUYEN QUANG PROVINCE

**Pham Thi Minh Nguyet, Duong Thu Ha,  
Nong Thi Phuong Thu, Nguyen Thi Thanh Tham**  
*Thai Nguyen College of Economics and Finance*

## ABSTRACT

Lam Binh and Na Hang are two districts in Tuyen Quang province with many beautiful scenic spots and cultural identities... where have capable of creating unique tourism products. With geographic location and great tourism development potential, the development of Lam Binh - Na Hang tourism is essential to contribute to the development of tourism activities of the two districts in particular and of Tuyen Quang province in generally. The article analyzes the community based tourism activities of the two districts of Lam Binh and Na Hang in Tuyen Quang province, specifically about the development potential, about the area where community tourism is implemented in the district, ... Identifying the causes affecting tourism development and tourism space. Thereby, highlighting the achieved results, the actual difficulties and proposing some solutions to promote the development of Lam Binh - Na Hang tourism space in the present..

## Keywords

Tourism space, Na Hang district, Lam Binh, Tuyen Quang province

# CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ DU LỊCH CỘNG ĐỒNG VÀ TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở HUYỆN LÂM BÌNH, TỈNH TUYÊN QUANG

Lê Thị Hồng Gái

*Viện Khoa học xã hội vùng Tây Nguyên*

## Tóm tắt

Thuật ngữ du lịch cộng đồng xuất phát từ hình thức du lịch làng bản ngay từ những năm 1970 ở các nước thuộc khu vực châu Âu, châu Mỹ và châu Úc và bắt đầu phát triển ở Việt Nam từ cuối những năm 1980 với những du khách đầu tiên đến từ khối Đông Âu cũ. Vào đầu những năm 1990, thị trường du lịch được mở để đón khách du lịch từ phương Tây và dần dần là khách nội địa. Hiện nay, mô hình này đã và đang được nhiều địa phương ở nước ta chú trọng, phát triển và huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang là một trong địa phương đang chủ trương phát triển mô hình này.

Với phương pháp phân tích, kế thừa nguồn tài liệu từ các nghiên cứu đi trước đã công bố, bài viết trình bày cơ sở lý luận về du lịch cộng đồng, các loại hình du lịch cộng đồng, nguyên tắc và điều kiện để phát triển du lịch cộng đồng, đồng thời, bài viết cũng đề cập đến tiềm năng phát triển du lịch sinh thái cộng đồng ở huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang.

## Từ khóa

Cộng đồng, du lịch cộng đồng, Lâm Bình, Tuyên Quang.

## 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ DU LỊCH CỘNG ĐỒNG

### 1.1. Khái niệm

Nguồn gốc của thuật ngữ Du lịch cộng đồng (*Community based tourism*) phát sinh từ các thuật ngữ có trước như “du lịch nông thôn”, “du lịch làng” vốn là những mô hình phát triển kinh tế nông thôn. Do nhu cầu ngày tăng về sự tham gia hiệu quả của cộng đồng vào những mô hình phát triển du lịch nông thôn nói trên, thuật ngữ “Du lịch cộng đồng” bắt đầu phát triển. Hiện nay, du lịch cộng đồng đã trở thành một thuật ngữ căn bản trong từ vựng chuyên ngành của du lịch và quy hoạch phát triển.

*Cộng đồng (Community)*: Một cộng đồng có thể định nghĩa là “một nhóm người có chung một đặc điểm, thường theo tiêu chí về địa lý. Vì mục đích phát triển du lịch, cộng đồng được áp dụng chủ yếu để nói về cộng đồng ở nông thôn, thành thị riêng biệt hoặc cộng đồng có kết nối về di sản hoặc văn hóa<sup>109</sup>”.

*Dựa vào (Based)*: Nhằm nhấn mạnh du lịch phát triển có nền tảng chắc chắn, dựa vào nguồn lực của cộng đồng. Cộng đồng có vai trò sau:

- Các thành viên trong cộng đồng đóng vai trò quyết định trong việc hoạch định, xây dựng, triển khai và quản lý các hoạt động du lịch.

<sup>109</sup> Bùi Thanh Hương và Nguyễn Đức Hoa Cường, (2007), *Nghiên cứu các mô hình du lịch cộng đồng ở Việt Nam*, Trường Đại học Hà Nội, tr.4.

- Cộng đồng với tư cách là một khối tập thể được coi là một yếu tố quan trọng của sức hấp dẫn và các hoạt động du lịch<sup>110</sup>.

*Du lịch (Tourism):* Du lịch là hoạt động chính được các cộng đồng dựa vào để tạo ra những thay đổi về kinh tế, xã hội thậm chí cả về văn hóa và môi trường. Trong bối cảnh của du lịch cộng đồng, du lịch cần được hiểu theo nghĩa rộng là bao gồm sự giải trí/ngủ nghỉ trong ngày, học hỏi, giáo dục, từ thiện và tình nguyện. Du lịch sau cùng là một loại hình kinh doanh, bất kể một chương trình du lịch nào cũng không thể thiếu tính khả thi về kinh tế<sup>111</sup>.

Thuật ngữ du lịch cộng đồng (DLCĐ) xuất phát từ hình thức du lịch làng bản ngay từ những năm 1970 ở các nước thuộc khu vực châu Âu, châu Mỹ và châu Úc. Mục đích khái niệm này đầu tiên do du khách đưa ra. Khách du lịch tham quan các làng bản, tìm hiểu về đời sống sinh hoạt, phong tục, tập quán, khám phá hệ sinh thái của vùng núi non, các cuộc du ngoạn này thường được tổ chức tại các vùng rừng núi. Phần lớn còn mang tính chất hoang dã, địa hình hiểm trở, nhưng lại rất thưa dân cư, các điều kiện đi lại, sinh hoạt gặp rất nhiều khó khăn. Những lúc như vậy, du khách cần tới sự giúp đỡ của những người dân bản địa như dẫn đường khỏi bị lạc, nơi nghỉ qua đêm,... Khách du lịch thường gọi những chuyến đi đó là những chuyến đi có sự hỗ trợ của người dân địa phương. Đây chính là tiền đề cho sự phát triển các loại hình DLCĐ như hiện nay. DLCĐ chính thức được hình thành và phát triển mạnh mẽ tại các nước Châu Phi, Châu Âu, Châu Mỹ, Châu Úc những năm 80 - 90 của thế kỷ trước. Sau đó lan rộng sang khu vực châu Á trong đó có các nước khu vực ASEAN như Indônêxia, Philippin, Thái Lan, Việt Nam,...

Ở Thái Lan, khái niệm Community - Based Tourism - Du lịch dựa vào cộng đồng được định nghĩa: “DLCĐ là loại hình du lịch được quản lý và có bởi chính cộng đồng địa phương, hướng đến mục tiêu bền vững về mặt môi trường, văn hóa và xã hội. Thông qua DLCĐ du khách có cơ hội tìm hiểu và nâng cao nhận thức về lối sống của cộng đồng địa phương” (REST, 1997)<sup>112</sup>.

Khái niệm này cũng được nhắc đến trong chương trình nghiên cứu của nhiều tổ chức xã hội trên thế giới. Pachamama (Tổ chức hướng đến việc giới thiệu và bảo tồn văn hóa bản địa khu vực Châu Mỹ) đã đưa ra quan điểm của mình về Community-Based Tourism như sau: “DLCĐ là loại hình du lịch mà du khách từ bên ngoài đến với cộng đồng địa phương để tìm hiểu về phong tục, lối sống, niềm tin và được thưởng thức ẩm thực địa phương. Cộng đồng địa phương kiểm soát cả những tác động và những lợi ích thông qua quá trình tham gia vào hình thức du lịch này, từ đó tăng cường khả năng tự quản, tăng cường phương thức sinh kế và phát huy giá trị truyền thống của địa phương”<sup>113</sup>.

Trong khi Tổ chức mạng lưới DLCĐ vì người nghèo đã nêu: “DLCĐ là một loại hình du lịch bền vững thúc đẩy các chiến lược vì người nghèo trong môi trường cộng đồng. Các sáng kiến của DLCĐ nhằm vào mục tiêu thu hút sự tham gia của người dân địa phương vào việc vận hành và quản lý các dự án du lịch nhỏ như một phương tiện giảm nghèo và mang lại thu nhập thay thế cho cộng đồng. Các sáng kiến của DLCĐ còn khuyến khích tôn trọng các truyền thống và văn hóa địa phương cũng như các di sản thiên nhiên”<sup>114</sup>.

<sup>110</sup> Bùi Thanh Hương và Nguyễn Đức Hoa Cường, (2007), Tlđđ, tr.4.

<sup>111</sup> Bùi Thanh Hương và Nguyễn Đức Hoa Cường, (2007), Tlđđ, tr.4..

<sup>112</sup> Phạm Quốc Tuấn (2015), *Nghiên cứu phát triển du lịch cộng đồng vùng ven biển – hải đảo tỉnh Khánh Hòa*, Luận văn Thạc sỹ Du lịch, Trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn Hà Nội, tr.12.

<sup>113</sup> Phạm Quốc Tuấn (2015), Tlđđ, tr.12.

<sup>114</sup> Phạm Quốc Tuấn (2015), Tlđđ, tr.12.

Tại Việt Nam, hàng loạt khái niệm về DLCĐ đã được đề cập. Tác giả Trần Thị Mai (2005) đã xây dựng nội dung cho khái niệm này như sau: “*DLCĐ là hoạt động tương hỗ giữa các đối tác liên quan, nhằm mang lại lợi ích về kinh tế cho cộng đồng dân cư địa phương, bảo vệ được môi trường và mang đến cho du khách kinh nghiệm mới, góp phần thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của địa phương có dự án*”<sup>115</sup>.

Bên cạnh nội dung xem xét phát triển DLCĐ là phương thức góp phần đẩy mạnh tính hiệu quả trong công tác bảo tồn, tác giả Bùi Thị Hải Yến (2012) còn đề cập đến việc tham gia của cộng đồng địa phương, với cách nhìn về DLCĐ: “*DLCĐ có thể hiểu là phương thức phát triển bền vững mà ở đó cộng đồng địa phương có sự tham gia trực tiếp và chủ yếu trong các giai đoạn phát triển và mọi hoạt động du lịch. Cộng đồng nhận được sự hợp tác, hỗ trợ của các tổ chức, cá nhân trong nước và quốc tế; của chính quyền địa phương cũng như chính phủ và nhận được phần lớn lợi nhuận thu được từ hoạt động du lịch nhằm phát triển cộng đồng, bảo tồn khai thác tài nguyên môi trường du lịch bền vững, đáp ứng các nhu cầu du lịch phong phú, có chất lượng cao và hợp lý của du khách*”<sup>116</sup>.

Nhìn chung, du lịch cộng đồng là một loại hình sản phẩm du lịch đặc biệt mà ở đó du khách sẽ được trải nghiệm về bản sắc của cộng đồng, do cộng đồng trực tiếp tham gia vào việc quản lý, sở hữu và hưởng thụ lợi ích kinh tế, đồng thời có trách nhiệm bảo vệ tài nguyên, văn hóa, bản sắc đó.

## 1.2. Các loại hình du lịch cộng đồng

Các loại hình du lịch sau đây phù hợp với du lịch cộng đồng bởi chúng được sở hữu và quản lý bởi cộng đồng: du lịch sinh thái, nông thôn du lịch, du lịch làng, du lịch nông nghiệp, du lịch dân tộc hay bản địa và du lịch văn hóa. Ngoài ra, việc thúc đẩy nghệ thuật và hàng thủ công địa phương có thể là một thành phần quan trọng trong các dự án Du lịch cộng đồng và trong các hình thức chủ đạo của ngành Du lịch.

*Du lịch sinh thái*: du lịch sinh thái là một hình thức du lịch diễn ra trong khu vực tự nhiên (đặc biệt là trong các khu vực cần được bảo vệ và môi trường xung quanh nó) và kết hợp tìm hiểu bản sắc văn hóa - xã hội của địa phương có sự quan tâm đến vấn đề môi trường. Nó thúc đẩy một hệ sinh thái bền vững thông qua một quá trình quản lý môi trường có sự tham gia của tất cả các bên liên quan.

*Du lịch văn hóa*: du lịch văn hóa là một trong những thành phần quan trọng nhất của du lịch dựa vào cộng đồng từ khi văn hóa, lịch sử, khảo cổ học, là yếu tố thu hút khách chủ yếu của cộng đồng địa phương. Ví dụ về du lịch dựa vào văn hóa bao gồm khám phá các di tích khảo cổ học, địa điểm tôn giáo nổi tiếng hay trải nghiệm cuộc sống địa phương tại một ngôi làng dân tộc thiểu số.

*Du lịch nông nghiệp*: đây là một hình thức du lịch tại các khu vực nông nghiệp như vườn cây ăn trái, trang trại nông lâm kết hợp, trang trại thảo dược và các trang trại động vật, đã được chuẩn bị phục vụ cho khách du lịch. Khách du lịch xem hoặc tham gia vào thực tiễn sản xuất nông nghiệp như làm việc với dụng cụ của nhà nông hoặc thu hoạch mùa mà không làm ảnh hưởng đến hệ sinh thái hoặc năng suất của gia đình chủ nhà. Một sản phẩm mới đặc biệt là nghỉ

<sup>115</sup> Đánh giá phát triển du lịch bền vững: Trường hợp mô hình du lịch dựa vào cộng đồng tại Bản Lác, xã Chiềng Châu, huyện Mai Châu, tỉnh Hòa Bình, tr.34.

<sup>116</sup> Phạm Quốc Tuấn (2015), Tlđđ, tr.13.

ngoi ở các trang trại hữu cơ, nơi du khách có thể tìm hiểu thêm về thiên nhiên và học tập các phương pháp canh tác không dùng thuốc trừ sâu.

*Du lịch văn hóa dân tộc thiểu số/bản địa:* Du lịch bản địa/Dân tộc đề cập đến một loại du lịch, nơi đồng bào dân tộc thiểu số hoặc người dân bản địa tham gia trực tiếp vào hoạt động du lịch, nền văn hóa vốn có của họ chính là yếu tố chính thu hút khách du lịch.

*Du lịch làng:* Khách du lịch chia sẻ các hoạt động trong cuộc sống thôn bản, và các làng nông thôn thu được lợi ích kinh tế từ các hoạt động du lịch. Dân làng cung cấp các dịch vụ ăn ở, nhà trọ cho khách nghỉ ngơi qua đêm. Nhà trọ chính chính là các điểm kinh doanh du lịch, trong đó du khách ở lại qua đêm trong những ngôi nhà làng, cùng với một gia đình. Khách du lịch có thể chọn nhà nghỉ, các nhà nghỉ này được hoạt động bởi một hợp tác xã, làng, hoặc cá nhân, cung cấp cho du khách không gian riêng tư hơn, thoải mái cho cả họ và đôi khi cũng là thoải mái hơn cho chủ nhà.

*Nghệ thuật và thủ công mỹ nghệ:* Nghệ thuật và sản xuất thủ công mỹ nghệ ở địa phương có một lịch sử lâu dài. Nó không phải là một hình thức độc lập của du lịch, mà chính là một thành phần của các loại hình khác nhau của du lịch. Du lịch không chỉ mang lại cơ hội kinh doanh tốt hơn cho ngành công nghiệp thủ công mỹ nghệ của khu vực, doanh số bán hàng của hàng thủ công mỹ nghệ cũng có thể giúp người dân địa phương để tìm hiểu thêm về di sản văn hóa và nghệ thuật phong phú và độc đáo của họ.

### 1.3. Nguyên tắc và điều kiện phát triển của du lịch cộng đồng

#### 1.3.1. Nguyên tắc phát triển du lịch cộng đồng

Các nguyên tắc chủ yếu cho phát triển du lịch cộng đồng được xác định dựa trên bản chất của DLCĐ bao gồm<sup>117</sup>:

- *Công bằng về mặt xã hội:* Các thành viên của cộng đồng sẽ tham gia vào việc lên kế hoạch, triển khai, kiểm soát các hoạt động du lịch tại cộng đồng. Thông qua sự tham gia của cộng đồng dân cư địa phương vào quá trình tổ chức và thực hiện các hoạt động du lịch, từ đó các lợi ích kinh tế sẽ được chia sẻ công bằng và rộng khắp, không chỉ riêng các công ty du lịch mà còn dành cho các thành viên của cộng đồng.

- *Tôn trọng các giá trị văn hóa của cộng đồng:* thực tế cho thấy chương trình du lịch nào cũng ảnh hưởng ít nhiều đến cộng đồng địa phương. Điều quan trọng là các giá trị văn hóa của cộng đồng phải được bảo vệ và giữ gìn với sự đóng góp tích cực của tất cả các thành phần tham gia vào hoạt động du lịch, đặc biệt là cư dân địa phương bởi không đối tượng nào có khả năng bảo vệ và duy trì các giá trị văn hóa tốt hơn chính họ. Cộng đồng địa phương phải nhận thức được vai trò và vị trí của mình cũng như những lợi, hại mà việc phát triển du lịch mang đến.

- *Chia sẻ lợi ích từ du lịch cho cộng đồng:* Theo nguyên tắc này cộng đồng cũng được hưởng lợi như các thành phần khác tham gia vào các hoạt động kinh doanh cung cấp các sản phẩm cho khách du lịch. Nguồn thu từ hoạt động du lịch được phân chia công bằng cho mọi thành viên tham gia hoạt động, đồng thời lợi ích đó cũng được trích một phần thông qua “Quỹ cộng đồng” để sử dụng cho lợi ích chung của cộng đồng: tái đầu tư cho cộng đồng xây dựng đường sá, cầu cống, điện và chăm sóc sức khỏe giáo dục,...

- *Xác lập quyền sở hữu và tham gia của cộng đồng* đối với việc bảo vệ tài nguyên thiên nhiên và văn hóa hướng tới sự phát triển bền vững.

<sup>117</sup> Phạm Trung Lương (2010), *Tài liệu giảng chuyên đề Du lịch cộng đồng*, tr.19.



### 1.3.2. Điều kiện phát triển du lịch cộng đồng

Để phát triển DLCĐ một cách hiệu quả thì đòi hỏi một số điều kiện cơ bản và đặc thù liên quan đến cộng đồng. Việc lựa chọn đúng điểm để triển khai dự án hay việc phân tích, đánh giá các điều kiện phát triển tại một địa phương là rất quan trọng. Với tư cách là một loại hình du lịch, việc phát triển loại hình DLCĐ cần quan tâm các điều kiện cụ thể như sau<sup>118</sup>:

- *Điều kiện thứ nhất: cần có nguồn tài nguyên tự nhiên và nhân văn hấp dẫn* có khả năng thu hút khách du lịch. Tài nguyên tự nhiên được hiểu là sự cộng sinh của các điều kiện địa lý, khí hậu khu vực và các động thực vật; tài nguyên nhân văn là các yếu tố văn hóa truyền thống đặc sắc, các công trình kiến trúc đặc trưng hay điều kiện sinh hoạt tại cộng đồng. Những điều kiện cơ bản trên là tiền đề cho các hoạt động tổ chức phát triển du lịch. Trong khi tài nguyên du lịch có tác dụng lớn trong việc thu hút du khách thì cộng đồng dân cư địa phương lại có vai trò duy trì và phát triển nguồn khách thông qua việc bảo tồn, tôn tạo những giá trị tài nguyên điểm đến.

- *Điều kiện thứ hai: cần có khả năng tiếp cận điểm đến du lịch cộng đồng.* Đây chính là điều kiện liên quan đến cơ sở hạ tầng, thông qua hệ thống giao thông giúp du khách dễ dàng và an toàn tiếp cận điểm đến. Các hoạt động phát triển du lịch không thể thực hiện được nếu không có hạ tầng tiếp cận điểm tài nguyên.

- *Điều kiện thứ ba: cần có sự hiện diện của cộng đồng dân cư sinh sống tại điểm đến hoặc tại khu vực liền kề phát triển du lịch.* Phong tục tập quán, lối sống, trình độ học vấn, quy mô cộng đồng, cơ cấu nghề nghiệp ... là những yếu tố cần được xác định và đánh giá rõ ràng trước khi quyết định xây dựng điểm đến du lịch cộng đồng.

- *Điều kiện thứ tư: cần có sự tự nguyện của cộng đồng* đối với đề xuất phát triển du lịch cộng đồng. Đây là điều kiện đặc thù rất quan trọng để có thể phát triển du lịch cộng đồng bởi loại hình du lịch này chỉ có thể phát triển cùng với sự nhận thức sâu sắc của cộng đồng về trách nhiệm và quyền lợi của họ khi tham gia vào hoạt động du lịch.

- *Điều kiện thứ năm: cần có nhu cầu đối với sản phẩm du lịch cộng đồng.* Phát triển du lịch nói chung và du lịch cộng đồng nói riêng phải phù hợp với quy luật “Cung - Cầu”. Thị trường khách đủ lớn về số lượng và đảm bảo chất lượng (khả năng chi trả), ổn định cho vùng, từ đó đảm bảo khối lượng công ăn việc làm cho cộng đồng, thu nhập đều đặn cho họ.

- *Điều kiện thứ sáu: điểm đến du lịch cộng đồng cần được quy hoạch* và đưa vào hệ thống tuyến điểm du lịch của lãnh thổ. Đây là điều kiện chung để phát triển bất kỳ một điểm đến du lịch nào, trong đó có điểm đến du lịch cộng đồng. Tuy nhiên trong trường hợp du lịch cộng đồng, điều kiện này trở nên quan trọng hơn bởi bản thân cộng đồng thường không có khả năng tự tổ chức quy hoạch và kết nối với hệ thống tuyến điểm du lịch của lãnh thổ.

Như vậy, để phát triển DLCĐ cần tuân theo những nguyên tắc và có điều kiện nhất định, có như thế thì loại hình du lịch mới tồn tại bền vững được trong cộng đồng.

## 2. LỊCH SỬ PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở NƯỚC TA

Du lịch cộng đồng bắt đầu phát triển ở Việt Nam từ cuối những năm 1980 với những du khách đầu tiên đến từ khối Đông Âu cũ. Vào đầu những năm 1990, thị trường du lịch được mở để đón khách du lịch từ phương Tây và dần dần là khách nội địa. Huyện Mai Châu (Hòa Bình) là địa phương đầu tiên phát triển du lịch cộng đồng từ những năm 1990 và đến nay huyện đã có 7

<sup>118</sup> Phạm Trung Lương (2010), Tlđd, tr.20.

điểm hoạt động và phát triển du lịch cộng đồng điển hình. Ở miền Nam, đảo Thoi Sơn ở Tiền Giang và Vĩnh Long đã tiếp đón khách du lịch ở Đông Âu ngay từ năm 1985. Cuối những năm 1990, theo dòng phát triển của khách quốc tế đến từ Tây Âu và Bắc Mỹ, du lịch cộng đồng được khởi xướng ở miền Bắc tại Sa Pa, một điểm du lịch giàu có về di sản văn hóa của các tộc người thiểu số. Du lịch cộng đồng được mở rộng tới các vùng khác gần Hội An, Huế và vùng đồng bằng sông Cửu Long. Do đó, du lịch cộng đồng không thể đặt ngoài xu hướng phát triển du lịch chung<sup>119</sup>. Tại nước ta hiện nay, có 3 điểm du lịch cộng đồng đã được trao giải thưởng Du lịch cộng đồng ASEAN là điểm du lịch cộng đồng xóm Pom Coong, thị trấn Mai Châu, huyện Mai Châu, Hòa Bình; điểm du lịch Thanh Toàn, xã Thanh Thủy, huyện Hương Thủy, Thừa Thiên - Huế; điểm du lịch cộng đồng làng Triêm Tây, huyện Điện Bàn, Quảng Nam.

Hiện nay, tại một số địa phương, DLCĐ đã đóng vai trò quan trọng trong việc thu hút khách du lịch và đem lại doanh thu cho điểm đến như tại Lai Châu, năm 2018 đón được 105.370 lượt khách doanh thu ước đạt 22,435 tỷ đồng; Mai Châu (Hòa Bình) năm 2017 đón 164.000 lượt khách, trong đó có trên 48.000 lượt khách quốc tế...; Quảng Nam đã đón được gần 6 triệu lượt khách; thu nhập du lịch đạt 9.200 tỷ đồng; tại Bến Tre, năm 2018, đón 840.000 lượt khách, doanh thu đạt 676 tỷ đồng...<sup>120</sup>. Dữ liệu này cho thấy, DLCĐ ngày càng thu hút khách du lịch trong bối cảnh hiện nay.

Ở một khía cạnh khác, DLCĐ đôi khi được coi là một sản phẩm du lịch sinh thái, du lịch mạo hiểm, du lịch làng hoặc du lịch bền vững. Chính vì vậy, nó ngày càng có vai trò quan trọng trong phát triển du lịch nói riêng và phát triển kinh tế nói chung.

### 3. TIỀM NĂNG VÀ ĐIỀU KIỆN PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG HUYỆN LÂM BÌNH, TUYÊN QUANG

Tuyên Quang là địa bàn cư trú của 22 dân tộc, với nền văn hóa đa dạng, giàu bản sắc. Các sản phẩm du lịch nổi trội ở đây là du lịch lịch sử, văn hóa, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch sinh thái, lễ hội. Cái riêng kết hợp cùng cái chung tạo thành nét độc đáo trong văn hóa tín ngưỡng. Giống như một bảo tàng văn hóa, kiến trúc nghệ thuật, tôn giáo, tín ngưỡng đã và đang là điểm đến ưa thích của khách du lịch tâm linh trong và ngoài nước. Xác định được thế mạnh của mình, trong Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang lần thứ XV, nhiệm kỳ 2010-2015 đã xác định: “*Phát triển kinh tế du lịch là một trong 4 lĩnh vực đột phá, từng bước đưa ngành Du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh*”, Nghị quyết Đại hội Đại biểu Đảng bộ tỉnh lần thứ XVI, nhiệm kỳ 2015 - 2020 tiếp tục xác định “*Khai thác tiềm năng để phát triển du lịch*” là 1 trong 3 khâu đột phá với mục tiêu đến năm 2020: Thu hút trên 1,7 triệu lượt khách du lịch; cơ sở hạ tầng kỹ thuật du lịch tương đối đồng bộ tại các khu, điểm du lịch trọng điểm của tỉnh; phân đầu xây dựng Khu du lịch lịch sử, văn hóa sinh thái Tân Trào trở thành Khu du lịch quốc gia...<sup>121</sup>. Các huyện như Lâm Bình, Na Hang, Chiêm Hóa,... là những huyện có tiềm năng, thế mạnh lớn trong phát triển du lịch cộng đồng.

Lâm Bình là vùng đất có cảnh quan thiên nhiên đẹp hiếm có trong khu vực miền núi phía Bắc. Đất Thượng Lâm với danh thắng 99 ngọn núi được ví như “vườn treo Babilon” hay “Vịnh

<sup>119</sup> Bùi Thanh Hương và Nguyễn Đức Hoa Cương, (2007), Tlđđ, tr.3 - tr.4.

<sup>120</sup> Tổng cục Du lịch, Vụ Lễ hành (2019), *Một số vấn đề đặt ra trong công tác quản lý các điểm du lịch cộng đồng*. Tài liệu lưu hành nội bộ tại Viện Khoa học xã hội vùng Tây Nguyên.

<sup>121</sup> Phạm Hương (2017), Khai thác tiềm năng phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang, <http://dulichtuyenquang.gov.vn/DetailView/2780/7/2/Khai-thac-tiem-nang-phat-trien-du-lich-tinh-Tuyen-Quang.html>. Truy cập ngày 10/7/2019.

Hạ Long giữa đại ngàn”. Vùng hồ sinh thái với những thắng cảnh như núi Cọc Vài, thác Khuổi Slung, động Song Long, hang Phia Vài... hay Khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang – đã được công nhận là danh thắng quốc gia. Nơi đây có rừng nguyên sinh với thảm thực vật phong phú, bảo tồn được nhiều loại động vật quý hiếm. Vùng đất Lâm Bình đậm đà bản sắc dân tộc, nhiều phong tục tập quán hết sức độc đáo của đồng bào dân tộc Tày, Dao, Mông còn được lưu giữ. Những năm gần đây, huyện Lâm Bình đã khôi phục các lễ hội truyền thống như Lễ hội Lồng tồng, Lễ hội Nhảy lửa của đồng bào dân tộc Pà Thẻn xã Hồng Quang. Các lễ hội của Lâm Bình mang đậm màu sắc dân gian độc đáo đã thu hút đông đảo du khách trong và ngoài tỉnh vào những dịp đầu xuân, trong đó Lễ hội Lồng tồng của dân tộc Tày được công nhận là di sản văn hóa phi vật thể cấp Quốc gia. Khách du lịch đến với Lâm Bình còn được thưởng thức những món ăn truyền thống của người Tày, người Dao như cơm lam, thịt chua, thịt trâu khô, cá đặc sản vùng lòng hồ, chè Khau Mút, rượu ngô, rượu thóc men lá,... Bên cạnh du lịch sinh thái, du lịch tâm linh cũng là một lợi thế của huyện. Hiện Lâm Bình còn lưu giữ được những ngôi đền, chùa có niên đại từ khá lâu, mang đậm nét văn hóa của đồng bào dân tộc vùng cao, trong đó phải kể đến là đền Pú Bảo, chùa Phúc Lâm đã được công nhận Di tích Quốc gia và trở thành điểm đến của đông đảo nhân dân địa phương và du khách gần xa.

Nhìn chung, Lâm Bình là huyện có đủ các điều kiện để phát triển loại hình DLCĐ, cụ thể:

*Điều kiện về tài nguyên thiên nhiên:* Lâm Bình là vùng đất có cảnh quan thiên nhiên đẹp hiếm có trong khu vực miền núi phía Bắc. Đất Thượng Lâm với danh thắng 99 ngọn núi được ví như “vườn treo Babilon” hay “Vịnh Hạ Long giữa đại ngàn”. Vùng hồ sinh thái với những thắng cảnh như núi Cọc Vài, thác Khuổi Slung, động Song Long, hang Phia Vài,... Nơi đây có rừng nguyên sinh với thảm thực vật phong phú, bảo tồn được nhiều loại động vật quý hiếm. Bên cạnh đó, diện tích mặt nước hồ thủy điện Tuyên Quang rộng trên 8.000 ha, trong đó Lâm Bình có trên 4.000 ha đã trở thành một vùng hồ rộng lớn với nhiều cảnh quan đẹp, hấp dẫn du khách.

*Điều kiện về cơ sở hạ tầng:* Trong những năm gần đây, cơ sở hạ tầng ở các xã thuộc huyện Lâm Bình như xã Thượng Lâm, xã Khuôn Hà, xã Lăng Can,... đã được đầu tư và đang dần hoàn thiện cùng với các chương trình Mục tiêu Quốc gia về xây dựng nông thôn mới hoặc các chương trình như 135,... của Chính phủ, cơ sở hạ tầng cơ bản như điện, đường, nước sạch,... sẽ ngày càng hoàn thiện. đường giao thông có thể đi ô tô đến các điểm du lịch cộng đồng trên địa bàn khá thuận lợi.

*Sự hiện diện của cộng đồng:* Vùng đất Lâm Bình đậm đà bản sắc dân tộc, nhiều phong tục tập quán hết sức độc đáo của đồng bào dân tộc Tày, Dao, Mông còn được lưu giữ, đây là một trong những đặc trưng thu hút khách du lịch khám phá và trải nghiệm văn hóa các dân tộc thiểu số tại chỗ như trải nghiệm văn hóa lễ hội,; khám phá các hoạt động sản xuất của người dân... Ở đây Lễ hội Lồng tồng của dân tộc Tày được công nhận là di sản văn hóa phi vật thể cấp Quốc gia. Sự hiện diện của các dân tộc này là linh hồn của mô hình du lịch cộng đồng tại địa phương.

*Nhu cầu của cộng đồng hay yếu tố thị trường:* Mô hình du lịch cộng đồng đã đáp ứng được quy luật Cung – cầu và đem đến những lợi ích kinh tế nhất định đối với một số hộ gia đình tại địa bàn. Số liệu thống kê cho thấy, đến cuối năm 2017, Lâm Bình đã thu hút hơn 23.000 lượt du khách, trong đó có 1.300 lượt đến du lịch theo hướng du lịch cộng đồng. Mô hình này đã đem đến lợi nhuận cho bà con<sup>122</sup>. Số liệu này cho thấy, đã có du khách trong và ngoài nước quan tâm

<sup>122</sup> Thanh Trà, *Triển vọng phát triển du lịch huyện Lâm Bình*, báo điện tử Tuyên Quang. Trang web: <http://baotuyenquang.com.vn/du-lich/trien-vong-phat-trien-du-lich-cong-dong-95412.html>. Truy cập ngày 15/8/2019.

và thích thú với mô hình DLCĐ tại Lâm Bình. Nhìn chung, bà con trong cộng đồng đã biết tận dụng, khai thác tiềm năng của địa phương, bản sắc văn hóa của chính dân tộc mình để phát triển du lịch.

*Sự tự nguyện của cộng đồng:* Hiện trên địa bàn đã có 15 hộ gia đình kinh doanh mô hình du lịch cộng đồng homestay. Điều này cho thấy, cộng đồng đã nhận định được đây là tiềm năng đặc biệt của địa phương nên một số hộ đã chủ động chuyển đổi mô hình kinh doanh này, sửa sang lại nhà cửa, nấu các món ăn truyền thống, lập các đội văn nghệ múa, hát then,... để giao lưu với du khách.

*Du lịch cộng đồng đã được đưa vào quy hoạch:* Xác định DLCĐ là một trong những lợi thế, tiềm năng của huyện, UBND huyện đã ban hành những chủ trương, chính sách nhằm phát triển du lịch. Ngày 20/12/2016, UBND tỉnh Tuyên Quang ban hành văn bản về việc xây dựng mô hình du lịch cộng đồng tại huyện Lâm Bình với đề án “*Xây dựng và vận hành mô hình Du lịch cộng đồng*” nhằm mục tiêu bảo tồn và phát triển bền vững Làng văn hóa dân tộc Tày các thôn Nà Đông và Nà Tông (xã Thượng Lâm), Nà Muông (xã Khuôn Hà) và Nặm Đíp (xã Lăng Can) với 15 hộ tham gia. Thực hiện đề án, huyện đã tổ chức cho các hộ dân tham quan, học tập kinh nghiệm, làm du lịch cộng đồng tại một số tỉnh bạn; tổ chức các lớp tập huấn nâng cao năng lực, kỹ năng làm du lịch cộng đồng; hoàn thành việc chỉnh trang khuôn viên nhà cửa, thành lập các đội văn nghệ, tổ chức tập luyện các tiết mục để phục vụ khách du lịch; hoàn thành xây dựng bản đồ, tua, tuyến du lịch, tập huấn hướng dẫn viên du lịch, bổ sung dịch vụ du lịch như: chèo thuyền kayak, xe đạp, xe máy, bè mảng, câu cá,... phục vụ du khách. Về công tác truyền thông, huyện đã tích cực quảng bá, giới thiệu tiềm năng, lợi thế và sản phẩm du lịch của huyện trên các trang mạng xã hội như Facebook, Youtube bằng tiếng Anh, Pháp; xây dựng website “Du lịch Lâm Bình”; tiếp tục vận động nhân dân duy trì gìn giữ và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống; liên kết với các Công ty Lữ hành du lịch trong và ngoài tỉnh khảo sát, kết nối du lịch; thực hiện đón, tiếp khách quốc tế và trong nước đến tham quan, du lịch<sup>123</sup>. Ngay sau khi Đề án được duyệt, huyện Lâm Bình đã khẩn trương xây dựng kế hoạch, tập trung chỉ đạo, thực hiện việc xây dựng và vận hành mô hình homestay trên địa bàn. Thành lập tổ công tác gồm 12 thành viên là các cán bộ, chuyên viên đang công tác tại các cơ quan, đơn vị của huyện, phân công nhiệm vụ cụ thể cho từng thành viên phụ trách từng hộ, trực tiếp hướng dẫn, giúp đỡ các hộ thực hiện việc xây dựng mô hình du lịch cộng đồng (homestay).

Nhìn chung, Lâm Bình là huyện có tiềm năng và những điều kiện để phát triển loại hình DLCĐ. Để mô hình này có thể triển khai được rộng rãi và bền vững cần tuân thủ các nguyên tắc trong phát triển DLCĐ như có sự tham gia của người dân trong cộng đồng, tôn trọng văn hóa cộng đồng, công bằng về mặt xã hội và gắn với bảo vệ môi trường, bảo tồn văn hóa cộng đồng. Bên cạnh việc tuân thủ các nguyên tắc này, việc thu hút sự phối hợp, sự hỗ trợ và sự đóng góp về vốn đầu tư của các nguồn lực xã hội mà cụ thể là các doanh nghiệp, các tổ chức xã hội trong và ngoài nước, chính quyền địa phương trong quá trình phát triển DLCĐ tại địa phương là một trong những điều kiện để phát triển mô hình du lịch này. Mô hình DLCĐ tức là cộng đồng hay những người trước đây là nông dân nay là những người làm du lịch, chính vì vậy, công tác đào tạo đội ngũ này một cách bài bản, chuyên nghiệp là điều hết sức quan trọng đối với sự phát triển của nó.

<sup>123</sup> Thanh Trà, *Triển vọng phát triển du lịch huyện Lâm Bình*, báo điện tử Tuyên Quang, Tlđd.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bùi Thanh Hương-Nguyễn Đức Hoa Cương (2007), *Nghiên cứu các mô hình du lịch cộng đồng ở Việt Nam*, Tổ chức Phát triển Hà Lan SNV, Trường Đại Học Hà Nội.
2. Trang web: <https://www.academia.edu/33116303>. *Đánh giá phát triển du lịch bền vững: Trường hợp mô hình du lịch dựa vào cộng đồng tại Bản Lác, xã Chiềng Châu, huyện Mai Châu, tỉnh Hòa Bình*. Truy cập ngày 15/8/2019.
3. Phạm Hương (2017), Khai thác tiềm năng phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang, <http://dulichtuyenquang.gov.vn/DetailView/2780/7/2/Khai-thac-tiem-nang-phat-trien-du-lich-tinh-Tuyen-Quang.html>. Truy cập ngày 10/7/2019.
4. Nguyễn Đình Hòa-Vũ Văn Hiếu (2001), *Du lịch bền vững*, NXB ĐHQG Hà Nội.
5. Phạm Trung Lương (2010), *Tài liệu giảng chuyên đề Du lịch cộng đồng*, Tài liệu lưu hành tại trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn Hà Nội.
6. Võ Quế (2006), *Du lịch cộng đồng - lý thuyết và vận dụng*, tập 1, NXB Khoa học và kỹ thuật, Hà Nội.
7. Thanh Trà, *Triển vọng phát triển du lịch huyện Lâm Bình*, báo điện tử Tuyên Quang. Trang web: <http://baotuyenquang.com.vn/du-lich/trien-vong-phat-trien-du-lich-cong-dong-95412.html>. Truy cập ngày 15/8/2019.
8. Tổng cục Du lịch, Vụ Lễ hành (2019), *Một số vấn đề đặt ra trong công tác quản lý các điểm du lịch cộng đồng*. Tài liệu lưu hành nội bộ tại Viện Khoa học xã hội vùng Tây Nguyên.
9. Bùi Thị Hải Yến (2012), *Du lịch cộng đồng*, NXB Giáo dục.
10. <http://baodantoc.com.vn/sac-mau-54/du-lich-cong-dong-homestay.html>. “Du lịch cộng đồng homestay”. Truy cập ngày 10/7/2019.

## THEORETICAL BASIS ABOUT COMMUNITY TOURISM AND POTENTIAL FOR DEVELOPING COMMUNITY TOURISM IN LAM BINH DISTRICT, TUYEN QUANG PROVINCE

Le Thi Hong Gai

*Academy of social Sciences Central Highlands*

### Abstract

The terminology comes from village tourism since the 1970s in countries in Europe, America and Australia which began to develop in Vietnam in the late 1980s with tourism. first guests from the former Eastern European countries. In the early 1990s, the tourism market was opened to welcome tourists from the West and gradually domestic tourists. Currently, this model has been focused and developed by many localities in our country and Lam Binh district, Tuyen Quang province is one of the localities that is advocating the development of this model.

With the analyzing method and inheriting sources from the published studies, the paper presents the theoretical basis of community tourism, types of community tourism, principles and conditions for distribution. In the context of community tourism, the article also addresses the potential for community based eco-tourism development in Lam Binh district, Tuyen Quang province.

### Keywords

Community, community tourism, Lam Binh, Tuyen Quang.

# TIỀM NĂNG, THỰC TRẠNG VÀ ĐỊNH HƯỚNG GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI DỰA VÀO CỘNG ĐỒNG HUYỆN LÂM BÌNH, TỈNH TUYẾN QUANG

**Bùi Thị Kim Phương**

*Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam*

## Tóm tắt

Cùng với các loại hình du lịch có trách nhiệm, du lịch sinh thái được đánh giá là một trong những mắt xích hiệu quả trong cơ cấu phát triển bền vững trên cả ba phương diện: kinh tế, xã hội và môi trường. Tuy nhiên, thực tế tại Việt Nam cho thấy các hoạt động du lịch sinh thái hầu hết mới chỉ mang màu sắc dựa vào thiên nhiên mà chưa chú trọng đến các khía cạnh giáo dục bảo vệ môi trường và đặc biệt các hoạt động hỗ trợ cho cộng đồng địa phương còn rất hạn chế. Gần đây, trên thế giới cũng như Việt Nam, một hướng nghiên cứu được nhiều nhà khoa học quan tâm đó là du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng.

Lâm Bình, Tuyên Quang là vùng có nhiều tiềm năng, lợi thế phát triển du lịch, đặc biệt là du lịch sinh thái, nhưng hiệu quả khai thác du lịch sinh thái của vùng còn khiêm tốn và chưa đảm bảo các yêu cầu về giáo dục ý thức bảo vệ môi trường, giữ gìn văn hóa bản địa độc đáo, nâng cao chất lượng đời sống cho cộng đồng địa phương. Có rất nhiều nguyên nhân trong đó việc khai thác phát triển du lịch sinh thái của vùng chưa thực sự đúng cách là một nguyên nhân căn bản.

Các định hướng cho phát triển du lịch sinh thái Lâm Bình cần phải bao gồm các nội dung về truyền thông nâng cao nhận thức và năng lực cộng đồng trong việc bảo tồn và sử dụng bền vững nguồn tài nguyên thiên nhiên của địa phương. Bài viết sẽ gợi ý một số giải pháp thúc đẩy phát triển bền vững và hiệu quả du lịch sinh thái gắn với cộng đồng ở Lâm Bình, Tuyên Quang.

## Từ khóa:

Du lịch, du lịch sinh thái, du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng

## MỞ ĐẦU

Du lịch sinh thái (DLST) hình thành từ nửa cuối những năm 1970 đến giữa những năm 1980 của thế kỷ XX và được coi là mô hình phát triển của du lịch bền vững, được lựa chọn là hướng phát triển của nhiều quốc gia trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Nhằm đáp ứng mục tiêu vừa khai thác được thế mạnh của các tài nguyên du lịch (tự nhiên, nhân văn), vừa mang lại lợi ích thiết thực cho người dân bản địa, DLST đã và đang phát triển theo một chiều cạnh mới, đó là du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng.

Theo WWF (Tổ chức Bảo tồn Thiên nhiên Thế giới): Du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng là hình thức du lịch sinh thái trong đó người dân địa phương không chỉ được trực tiếp tham gia mà còn có quyền kiểm soát, quản lý một cách chặt chẽ nhằm mang lại một phần lợi ích đáng kể và thiết thực cho cộng đồng và giúp cho du khách nâng cao nhận thức, tìm hiểu về cộng đồng và lối sống địa phương. So với du lịch sinh thái, du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng có ưu điểm vượt

trội hơn khi cải thiện hiệu quả sự tham gia của cộng đồng và tích hợp các yếu tố bảo vệ môi trường cũng như nâng cao vai trò, trách nhiệm và mức độ hưởng lợi của cộng đồng địa phương.

Theo quyết định số 2426/QĐ-TTg ngày 28/12/2015 về việc phê duyệt điều chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Tuyên Quang đến năm 2020, bổ sung quy hoạch đến năm 2025, huyện Lâm Bình được xác định nằm trong không gian du lịch phía Bắc “tập trung phát triển các loại hình du lịch sinh thái, du lịch văn hóa”.

Quyết định số 28/QĐ-UBND ngày 28/01/2013 phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang đến năm 2020, định hướng đến năm 2030 đã chỉ rõ định hướng phát triển cho không gian du lịch phía Bắc là: Khai thác tiềm năng du lịch khu vực huyện Na Hang, huyện Lâm Bình và phía Bắc huyện Chiêm Hóa, nhằm khai thác tiềm năng du lịch sinh thái, văn hóa sắc tộc khu vực rừng núi phía Bắc với động lực chính là tiềm năng du lịch sinh thái hồ thủy điện Tuyên Quang, Chiêm Hóa... Hình thức du lịch chính: du lịch lòng hồ thủy điện; du lịch sinh thái (gắn với cảnh quan, hang động, khu bảo tồn...); du lịch văn hóa sắc tộc (gắn với sinh thái nông nghiệp, văn hóa dân tộc ít người...). Trong đó, định hướng phát triển điểm du lịch lịch sử văn hóa, sinh thái Lâm Bình: thắng cảnh Thượng Lâm hệ thống núi đá, hang động - công viên địa chất Việt Nam; khám phá các làng văn hóa dân tộc Tày, Dao, Mông; chùa Phúc Lâm và các di chỉ khảo cổ...

Trong bối cảnh phát triển chung của kinh tế thị trường và đô thị hóa, nhiều địa phương đang đứng trước những thay đổi về tài nguyên, môi trường và biến đổi trong bản sắc văn hóa tộc người, thách thức cho phát triển bền vững và huyện Lâm Bình nói riêng, tỉnh Tuyên Quang nói chung sẽ không nằm ngoài xu thế đó. Chính vì vậy, du lịch sinh thái gắn với cộng đồng là một trong các giải pháp an toàn và hiệu quả, vừa khai thác lợi thế kinh tế để nâng cao mức sống cho người dân, lại vừa bảo tồn được tài nguyên thiên nhiên. Sự tham gia của cộng đồng vào du lịch sinh thái chính là yếu tố quyết định cho phát triển bền vững ở địa phương.

Trên cơ sở xác định đặc điểm tài nguyên du lịch sinh thái nổi bật, bài viết đánh giá tiềm năng, thực trạng và định hướng giải pháp phát triển du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng của huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang.

## 1. TIỀM NĂNG, HIỆN TRẠNG HOẠT ĐỘNG DU LỊCH SINH THÁI HUYỆN LÂM BÌNH

### 1.1. Tiềm năng du lịch sinh thái

#### *a) Du lịch homestay và trải nghiệm không gian văn hóa bản làng*

Phát triển du lịch sinh thái gắn với du lịch cộng đồng homestay đã và đang được Lâm Bình quan tâm hàng đầu. Năm 2017, huyện thực hiện đề án “Xây dựng và vận hành mô hình du lịch cộng đồng”. Đề án nhằm bảo tồn và phát triển bền vững Làng văn hóa dân tộc Tày các thôn Nà Đông và Nà Tông (xã Thượng Lâm), Nà Muông (xã Khuôn Hà) và Nặm Đíp (xã Lăng Can) với 15 hộ tham gia. Thực hiện đề án, huyện đã tổ chức cho các hộ dân tham quan, học tập kinh nghiệm, làm du lịch cộng đồng tại một số tỉnh bạn; tổ chức các lớp tập huấn nâng cao năng lực, kỹ năng làm du lịch cộng đồng; hoàn thành việc chỉnh trang khuôn viên nhà cửa, thành lập các đội văn nghệ, tổ chức tập luyện các tiết mục để phục vụ khách du lịch; hoàn thành xây dựng bản đồ, tour, tuyến du lịch, tập huấn hướng dẫn viên du lịch, bổ sung dịch vụ du lịch như: chèo thuyền kayak, xe đạp, xe máy, bè mảng, câu cá,... phục vụ du khách.

Tuy nhiên, loại hình du lịch homestay ở đây còn mang tính tự phát và phục vụ cho khách du lịch có quen biết với gia đình hoặc do công ty du lịch dẫn đến. Ngoài ra, hoạt động kinh doanh lưu trú ở nơi đây chỉ tập trung vào những gia đình khá, có điều kiện xây dựng nhà nghỉ để

phục vụ khách, nâng cao thu nhập cho gia đình. Trong khi đó, những người dân khác mặc dù rất muốn tham gia cung cấp dịch vụ du lịch nhưng không có điều kiện kinh tế để xây dựng nhà sàn, nên lợi ích từ du lịch mới chỉ đem lại cho một bộ phận nhỏ người dân địa phương. Những người dân này phần lớn chưa được đào tạo, hướng dẫn cũng như có chính sách hỗ trợ để phục vụ khách trong gia đình. Chính vì thế, chính quyền địa phương cần đẩy mạnh hơn nữa các chính sách và kế hoạch hướng đến cộng đồng địa phương, đặc biệt là những hộ gia đình nghèo hoặc cận nghèo để họ được tham gia vào hoạt động du lịch và được hưởng lợi từ hoạt động này.

#### *b) Du lịch trải nghiệm nông thôn*

Tại một số cộng đồng địa phương mà du lịch trải nghiệm nông nghiệp nông thôn bắt đầu phát triển, người dân đã tham gia cung cấp một số dịch vụ: cho vào vườn thu hoạch rau, hái quả, chụp ảnh, bán các sản phẩm nông nghiệp. Có thể thấy, thu nhập từ dịch vụ này là con số rất nhỏ so với việc cung cấp các sản phẩm rau, quả cho thị trường trong nước nhưng có thể vừa sản xuất rau, quả, vừa cung cấp dịch vụ du lịch là một hướng đi mới, nếu có khả năng đầu tư phát triển thì đây sẽ là cơ hội tốt cho ngành nông nghiệp cũng như ngành Du lịch Lâm Bình. Chính vì vậy, Lâm Bình cần có giải pháp tập huấn cho người nông dân để họ có thêm kinh nghiệm vừa phát triển nông nghiệp, vừa phát triển du lịch.

#### *c) Du lịch mạo hiểm*

Loại hình du lịch này được đánh giá là mới và khá thuận lợi ở Lâm Bình, nơi có các ngọn núi hùng vĩ, cảnh sắc tuyệt đẹp. Những năm gần đây, loại hình du lịch này khá phát triển ở vùng miền núi. Bằng việc cung cấp các dịch vụ tại chỗ như: dẫn đường, bán/cho thuê đèn pin, giày dép,... đem lại nguồn thu nhập đáng kể cho người dân địa phương, là nguồn thu nhập bổ sung cho gia đình vào những dịp nông nhàn. Hoạt động du lịch này ở Lâm Bình cần được đầu tư để phát triển hiệu quả. Các hướng dẫn viên không chuyên tham gia du lịch mạo hiểm cần được đào tạo nghiệp vụ hướng dẫn viên, người dân cần được hướng dẫn, đào tạo chuyên ngành, nhất là trình độ ngoại ngữ.

## **1.2. Hiện trạng hoạt động du lịch huyện Lâm Bình**

#### *a) Khách du lịch*

Ngay sau khi thành lập huyện, Lâm Bình đã thực hiện công tác quy hoạch phát triển tổng thể du lịch huyện đến năm 2015, định hướng đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030. Theo đó, huyện đã triển khai khôi phục và duy trì và tổ chức các sự kiện văn hóa như Lễ hội Lồng tồng, Nhảy lửa, các nét văn hóa truyền thống của dân tộc. Thời gian qua, huyện đã khôi phục và nâng cấp lễ hội Lồng tồng xã Lăng Can thành lễ hội cấp huyện, phục dựng chùa Phúc Lâm; khuyến khích các tập thể và cá nhân trong và ngoài tỉnh đầu tư vào các điểm, khu du lịch. Nhờ đó, số lượng khách du lịch đến với huyện Lâm Bình ngày một tăng.

Khách du lịch đến Lâm Bình vẫn chủ yếu tập trung tại các khu, điểm du lịch chính của huyện như: các danh thắng ở khu vực hồ thủy điện và các điểm du lịch cộng đồng homestay, tại các xã Lăng Can, Thượng Lâm, Khuôn Hà. Sản phẩm và các dịch vụ du lịch đã có sự đa dạng, phong phú. Các điểm du lịch cộng đồng đã quan tâm nâng cao chất lượng dịch vụ, đặc biệt là phục vụ nhu cầu ăn uống của du khách luôn đổi mới về các món ăn và cách thức phục vụ. Từ hoạt động du lịch đã tạo ra việc làm cho người dân địa phương, giúp người dân có thêm nguồn thu nhập, đồng thời tạo ra diện mạo mới cho các khu dân cư có hoạt động du lịch phát triển mạnh.

Hoạt động du lịch đã góp phần quan trọng vào quá trình phát triển kinh tế xã hội của huyện, giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc, bảo vệ môi trường sinh thái, công tác tuyên



truyền, quảng bá du lịch được chú trọng, công tác xã hội hóa du lịch từng bước được đẩy mạnh. Đặc biệt thời gian qua, các cơ quan chức năng của tỉnh và Bộ Tài nguyên và Môi trường đã hoàn thành “Đề cương nghiên cứu, xây dựng Công viên Địa chất Na Hang - Lâm Bình, Tuyên Quang” trình Chính phủ xem xét, công nhận là công viên địa chất quốc gia. Khu vực được coi là “hội tụ nhiều giá trị di sản tự nhiên và văn hóa, đặc biệt là các di sản địa chất - địa đạo, các di tích lịch sử, khảo cổ, đa dạng sinh học... có giá trị nổi bật tầm cỡ quốc gia và quốc tế”. Đây sẽ là cơ hội lớn để du lịch Lâm Bình cất cánh.

Tuy nhiên việc phát triển du lịch trên địa bàn huyện Lâm Bình còn nhiều trở ngại, cơ sở hạ tầng du lịch chưa được đầu tư đồng bộ; các tour, tuyến du lịch chưa được hình thành... Theo quy hoạch phát triển đô thị, trong thời gian tới, Lâm Bình tiếp tục được đầu tư xây dựng các hạng mục công trình hướng tới trở thành đô thị loại 5. Qua đó, hạ tầng kỹ thuật của huyện ngày càng được nâng cấp đáp ứng được các nhu cầu phát triển của các ngành kinh tế trong đó có du lịch. Lâm Bình tập trung hoàn thành quy hoạch chi tiết các khu, điểm du lịch; tổ chức tốt các lễ hội truyền thống, quảng bá các sản vật đặc sản như rượu ngô, rượu thóc men lá, thịt trâu khô, mắm cá ruộng, chè Khau Mút; phối hợp với các đơn vị quản lý, khai thác du lịch tổ chức xây dựng các tour, tuyến du lịch lòng hồ, du lịch văn hóa, sinh thái.

#### *b) Hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch*

Công tác xúc tiến quảng bá du lịch Lâm Bình ngày càng được tỉnh Tuyên Quang cũng như huyện Lâm Bình quan tâm đầu tư dưới nhiều hình thức và nội dung phong phú hơn, nhiều hoạt động tích cực hỗ trợ cho công tác quảng bá, xúc tiến hình ảnh du lịch Tuyên Quang cũng như của Lâm Bình được tổ chức. Nhiều chuyên công tác học tập kinh nghiệm, xúc tiến du lịch tại các tỉnh bạn, đã mang lại hiệu quả tích cực trong thu hút khách, các nhà đầu tư, đưa ra các sản phẩm du lịch đa dạng, bổ sung cho thị trường du lịch. Đây cũng là năm mà du lịch Lâm Bình đón nhiều đoàn báo chí, truyền thông của tỉnh, của Trung ương đến tìm hiểu, đưa thông tin quảng bá về vẻ đẹp của Lâm Bình. Hình ảnh về Lâm Bình, đã được giới thiệu tại các sự kiện, hội chợ, triển lãm du lịch ở các địa phương trong cả nước. Tất cả các hoạt động này có tác dụng quảng bá tích cực cho du lịch Lâm Bình và tạo ấn tượng tốt thu hút khách du lịch.

Huyện tích cực quảng bá, giới thiệu tiềm năng, lợi thế và sản phẩm du lịch của huyện trên Facebook, Youtube bằng tiếng Anh, Pháp; hoàn thành xây dựng website “Du lịch Lâm Bình”; tiếp tục vận động nhân dân duy trì gìn giữ và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống; liên kết với các công ty lữ hành du lịch trong và ngoài tỉnh khảo sát, kết nối du lịch; thực hiện đón, tiếp khách quốc tế và trong nước đến tham quan, du lịch.

Là địa phương có nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú, có diện tích rừng nguyên sinh lớn, với hệ sinh thái đa dạng, nhiều danh lam thắng cảnh nổi tiếng; nguồn nhân lực dồi dào và nền kinh tế đang phát triển. Huyện đang đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính, xây dựng môi trường đầu tư hấp dẫn để thu hút các nhà đầu tư trong và ngoài tỉnh đầu tư vào Lâm Bình. Tiếp tục tập trung các nguồn vốn hỗ trợ đầu tư phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng thiết yếu vào các điểm du lịch có tiềm năng phát triển, ưu tiên du lịch văn hóa, sinh thái và du lịch cộng đồng homestay. Đầu tư xây dựng các làng văn hóa gắn với phát triển du lịch cộng đồng như: Làng văn hóa - du lịch thôn Nà Tông, Nà Đông xã Thượng Lâm; Nà Muông xã Khuôn Hà; Nặm Đíp xã Lãng Can. Lập đề án cải thiện môi trường đầu tư, kinh doanh; xây dựng danh mục dự án kêu gọi xúc tiến đầu tư; tập trung thu hút, mời gọi các tổ chức, các nhân, doanh nghiệp đầu tư kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, chú trọng đầu tư xây dựng các điểm nghỉ dưỡng, khu sinh thái. Tăng cường công tác thông tin, quảng bá hình ảnh về miền đất, văn hóa, con người Lâm Bình và danh mục dự án du lịch kêu gọi đầu tư. Từng bước chuyên nghiệp hóa công tác xúc tiến

quảng bá du lịch. Xây dựng tour, tuyến, điểm du lịch cho các doanh nghiệp lữ hành trong nước và quốc tế; các chương trình khảo sát, thăm và quảng bá tiềm năng du lịch của huyện. Phát triển du lịch gắn kết chặt chẽ với giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc, bảo tồn, tôn tạo các di tích lịch sử văn hóa, danh lam thắng cảnh, khôi phục các lễ hội, làng nghề truyền thống; phát triển các sản phẩm nông nghiệp chất lượng cao, nhất là đặc sản của địa phương phục vụ phát triển kinh tế và phục vụ nhu cầu du lịch.

Bên cạnh những yếu tố thuận lợi về tự nhiên, con người, một số vấn đề làm cản trở phát triển du lịch ở Lâm Bình:

Về môi trường sinh thái tự nhiên tại các điểm du lịch: Hiện tại thì hoạt động du lịch chưa tác động lớn đến môi trường Lâm Bình, tuy nhiên, về lâu dài nếu không có biện pháp tuyên truyền hiệu quả thì chắc chắn sẽ ảnh hưởng đến môi trường; Ý thức của một bộ phận không nhỏ khách du lịch đặc biệt là học sinh, sinh viên về bảo vệ môi trường chưa cao. Môi trường ở một số bản xa trung tâm còn chưa sạch sẽ, một phần do tập quán sinh sống từ lâu đời của người dân bản địa. Để làm được du lịch, để có thể đưa du khách vào thăm quan các bản làng này, thực sự cần có sự can thiệp của các cấp quản lý, chính quyền địa phương vào cuộc, tuyên truyền, vận động người dân thay đổi một số tập tục lạc hậu, ảnh hưởng đến môi trường.

Việc dựng lại các ngôi nhà sàn truyền thống trong dịch vụ homestay cần một lượng gỗ không nhỏ. Điều này liên quan mật thiết với việc khai thác gỗ đặc biệt là cây lâu năm, ảnh hưởng đến bảo vệ và phục hồi rừng.

Về đội ngũ hướng dẫn viên, chưa được đào tạo chuyên nghiệp, để tìm được hướng dẫn viên thực sự hiểu và giới thiệu được đầy đủ về Lâm Bình là còn rất thiếu. Nguồn lực con người ở Lâm Bình chưa thực sự đáp ứng được cho hoạt động du lịch, có quy hoạch, có định hướng, nhưng chưa có sự liên kết giữa các hộ làm du lịch, giữa người dân địa phương với khách du lịch, giữa người dân địa phương với nhà quản lý. Đặc biệt, hoạt động du lịch ở địa phương còn tự phát và rất đơn điệu.

Việc đào tạo, nâng cao năng lực cộng đồng: hiện nay, tất cả các chương trình, nội dung dành cho du khách tại hộ gia đình đều do họ tự thiết kế. Người dân mà cụ thể là những hộ cung cấp dịch vụ du lịch homestay,... họ rất cần và có nhu cầu được tham gia các lớp tập huấn, nâng cao năng lực về du lịch.

## **2. ĐỊNH HƯỚNG GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI DỰA VÀO CỘNG ĐỒNG HUYỆN LÂM BÌNH, TỈNH TUYÊN QUANG**

Quan điểm phát triển du lịch cộng đồng ở Lâm Bình dựa trên quan điểm phát triển du lịch chung theo hướng phát triển du lịch bền vững của tỉnh Tuyên Quang, khu vực Tây Bắc và cả nước, đó là phát triển du lịch bên cạnh đạt hiệu quả kinh tế, cần phải gắn liền với bảo vệ môi trường và bảo tồn văn hóa bản địa, nâng cao đời sống của cộng đồng.

Phát triển du lịch ở Lâm Bình cần phát huy cao nhất những lợi thế so sánh về vị trí địa lý, khí hậu, cảnh quan, sinh thái và bản sắc văn hóa để hình thành các sản phẩm du lịch đặc thù, hấp dẫn khách du lịch; đồng thời, liên kết chặt chẽ với các vùng khác hình thành các tour, tuyến du lịch liên hoàn.

Phát triển du lịch cần có sự phát triển hài hòa giữa các ngành kinh tế, đẩy mạnh phát triển dịch vụ, đưa du lịch trở thành một trong những thế mạnh phát triển của Lâm Bình, đồng thời tạo ra một số điều kiện như: chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tạo nhiều việc làm cho người dân địa

phương, phát huy truyền thống bản sắc dân tộc, tôn tạo và giữ gìn các di tích lịch sử văn hóa, cảnh quan môi trường sinh thái.

Dưới đây là một vài gợi ý giải pháp cho phát triển du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang:

## 2.1. Giải pháp về quản lý

Cần có sự kết hợp đồng bộ giữa các ban ngành có liên quan, đặc biệt là sự thống nhất quản lý ở cấp địa phương, cấp xã để tạo điều kiện tốt nhất cho du lịch phát triển được. Trong Ban quản lý du lịch địa phương cần có sự tham gia trực tiếp của cộng đồng dân cư đã và đang làm du lịch ở các bản cộng đồng. Đặc biệt, cần nâng cao vai trò của Ban quản lý du lịch cộng đồng, phân chia trách nhiệm tới từng thành viên trong Ban quản lý. Ban quản lý cần phải đưa ra phương hướng hoạt động, lên kế hoạch phân chia lượng khách du lịch tới từng hộ gia đình, tránh tình trạng hộ gia đình quá đông khách, hộ gia đình lại không có khách đến tham gia hoạt động du lịch.

### a) Đối với các cơ quan quản lý du lịch

- *Tiếp tục hoàn thiện công tác xây dựng quy hoạch:*

Chính quyền địa phương các cấp cần xây dựng, phê duyệt, tổ chức thực hiện và triển khai đồng bộ các quy hoạch có liên quan đến phát triển du lịch, tiến hành phân chia các cụm du lịch trọng điểm và các hoạt động du lịch “ưu thế” của huyện. Quy hoạch tổ chức kinh doanh lãnh thổ, xây dựng các tuyến du lịch thể mạnh nơi có tài nguyên nổi trội và vị trí thuận lợi, tuy nhiên tránh trùng lặp để các điểm có thể liên kết hỗ trợ lẫn nhau tránh sự cạnh tranh ngay trong huyện. Không gian được tổ chức thành nhiều khu gồm khu trung tâm hành chính và các vùng phụ cận để tránh gây nhàm chán cho khách.

Trên cơ sở nội dung quy hoạch tổng thể phát triển du lịch của cả nước, của vùng, của tỉnh, tiến hành triển khai xây dựng quy hoạch phát triển du lịch tại các điểm, các khu du lịch trọng điểm, tập trung khai thác thể mạnh du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng ở các địa bàn có thể mạnh về tài nguyên hoang sơ và giàu bản sắc văn hóa. Ngoài ra, cần có một lưu ý là việc quy hoạch cần căn cứ vào điều kiện tài nguyên, chất lượng nguồn nhân lực cũng như thực trạng phát triển và các “xung đột” đã và đang hiện có trong từng khu vực để vừa phát huy thể mạnh riêng của từng địa bàn, vừa giải quyết hài hòa “bài toán” đảm bảo cân bằng lợi ích kinh tế - xã hội và môi trường trong quá trình phát triển du lịch sinh thái gắn với cộng đồng.

Sau khi tiến hành quy hoạch, các cấp chính quyền cần tăng cường công tác quản lý, giám sát việc thực hiện quy hoạch, tổ chức phổ biến quy hoạch cho cộng đồng địa phương, giám sát các hoạt động kinh doanh du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng, các dự án đầu tư và tiêu chuẩn bảo vệ môi trường tự nhiên và văn hóa nhằm đảm bảo phát triển du lịch sinh thái đúng cách. Cần nhấn mạnh xúc tiến các hoạt động khai thác du lịch gắn với bảo tồn, thúc đẩy công tác giáo dục môi trường và tạo thêm thu nhập trực tiếp cho người dân địa phương.

Trong công tác quy hoạch cần chú ý đến sức chứa của điểm đến. Mỗi điểm du lịch cần đưa ra các quy định, biện pháp nhằm hạn chế mức thấp nhất hiện tượng quá tải gây ảnh hưởng xấu đến tài nguyên, môi trường, sự trải nghiệm của khách.

- *Nâng cấp hệ thống cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ cho phát triển du lịch*

Ngoài việc tiếp tục đầu tư nâng cấp hệ thống cơ sở hạ tầng công cộng phục vụ cho phát triển kinh tế - xã hội nói chung, việc xây dựng và cải tạo các cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch cũng cần được coi trọng.

Ưu tiên đầu tư các công trình cấp điện, cấp nước, viễn thông, giao thông đường bộ. Đầu tư nâng cấp các cơ sở y tế, tạo cơ chế thu hút đầu tư hoặc phối kết hợp các nguồn vốn nội tỉnh nhằm cung cấp dịch vụ y tế chất lượng cao cho du khách quốc tế.

Đầu tư hệ thống cơ sở lưu trú đạt chuẩn và các dịch vụ công cộng, phân vùng đầu tư hợp lý điển hình như: Ở các trung tâm du lịch đầu tư đa dạng các loại hình lưu trú ưu tiên các loại hình cao cấp. Tại các vùng phát triển du lịch sinh thái, văn hóa nên phát triển các loại hình lưu trú cộng đồng như homestay, làng du lịch... Tuy nhiên để hấp dẫn du khách và kéo dài thời gian lưu trú của khách, tăng mức chi tiêu của khách thì cần phát triển các công trình vui chơi giải trí đặc biệt là các dịch vụ vui chơi giải trí về đêm.

Nguồn vốn đầu tư cũng nên dành một phần cho việc tôn tạo các tài nguyên, các di tích văn hóa và bảo tồn các danh lam thắng cảnh. Lâm Bình cũng cần phát triển thêm các sản phẩm du lịch độc đáo mà trọng điểm trong số đó là hình thành các khu điểm du lịch chuyên đề và tổng hợp.

Riêng đối với hoạt động du lịch sinh thái, thay vì đầu tư xây dựng các công trình với quy mô lớn, việc cải thiện cơ sở hạ tầng trong phát triển du lịch sinh thái của vùng nên tập trung xây các cơ sở lưu trú có sự gần gũi, hài hòa với môi trường tự nhiên, sử dụng các vật liệu hữu cơ có nguồn gốc của bản địa và khuyến khích sử dụng năng lượng thay thế như dùng điện năng lượng mặt trời, nước nóng mặt trời, đun nấu bằng năng lượng mặt trời hoặc biogas. Về các cơ sở lưu trú cần tập trung tận dụng cải tạo và khai thác các kiểu kiến trúc đơn giản, không làm ảnh hưởng tới cảnh quan của điểm du lịch sinh thái và thân thiện với môi trường như các kiểu kiến trúc cổ truyền đặc trưng của các dân tộc trong vùng.

- *Tăng cường trao quyền cho cộng đồng địa phương:*

Để người dân địa phương tham gia phát triển du lịch sinh thái với tư cách là những người sở hữu và quản lý trực tiếp các hoạt động du lịch, các cơ quan quản lý cần khuyến khích và trao quyền cho người dân tham gia các công việc thể hiện được vai trò, trách nhiệm và năng lực quản trị, điều hành các hoạt động du lịch sinh thái mà họ trực tiếp tham gia ở các vị trí như: làm trưởng các bộ phận kinh doanh du lịch sinh thái, tham gia Ban điều hành quản lý du lịch sinh thái hoặc tự thành lập các doanh nghiệp kinh doanh du lịch sinh thái, liên kết với các đối tác tạo nên một mạng lưới kinh doanh, tổ chức các hoạt động xây dựng sáng kiến phát triển du lịch cho cộng đồng, trực tiếp tham gia và có tiếng nói ở các hoạt động quy hoạch, xây dựng chính sách cho việc phát triển du lịch của địa phương. Khi được tham gia trực tiếp trong việc quản lý, hoặc khi được phân công nhiệm vụ, họ sẽ có trách nhiệm bảo vệ nguồn tài nguyên, tài sản chung và đảm bảo cung cấp các dịch vụ cho khách theo sự điều phối của trung tâm.

- *Triển khai các hoạt động giáo dục đào tạo cho cộng đồng tham gia phát triển du lịch sinh thái gắn với bảo vệ môi trường và tài nguyên:*

Một trong những giải pháp quan trọng nhằm nâng cao chất lượng trình độ chuyên môn cho người dân địa phương là việc đầu tư cho các hoạt động giáo dục đào tạo, chú trọng đổi mới nội dung, phương pháp đào tạo, tăng cường công tác đào tạo tại chỗ đáp ứng nhu cầu của việc phát triển du lịch sinh thái gắn với cộng đồng và phù hợp với xu hướng chung của quốc gia, quốc tế. Việc coi trọng giáo dục cách làm du lịch sinh thái cho người dân địa phương có ý nghĩa quan trọng hơn cả việc trao cho người dân các dự án, chương trình đầu tư, tài trợ giúp họ nâng cao chất lượng cuộc sống về mặt vật chất, bởi vì sự hỗ trợ này chỉ có thể thay đổi chất lượng cuộc sống của người dân trong ngắn hạn; còn khi trao cho họ kiến thức, kỹ năng làm du lịch sinh thái sẽ giúp họ thay đổi nhận thức và hành vi để thay đổi cuộc đời của họ, gắn với việc tích cực chủ động tham gia hoặc trực tiếp điều hành, quản lý các hoạt động kinh doanh du lịch sinh thái gắn với bảo vệ môi trường và tài nguyên.

### *b) Đối với chính quyền địa phương*

Với lợi thế đa dạng về tiềm năng tự nhiên và sự phong phú trong giá trị văn hóa bản địa, Lâm Bình là một điểm đến hấp dẫn đối với khách du lịch, nhưng trên thực tế điều kiện hạ tầng giao thông, cơ sở vật chất kỹ thuật còn nghèo nàn, trình độ dân trí cũng như chất lượng đời sống của cư dân chưa cao. Do vậy, sự quan tâm của các cấp chính quyền địa phương trong phát triển du lịch sinh thái thông qua việc ủng hộ, tạo điều kiện thuận lợi về cơ chế chính sách, sẽ góp phần tạo nên “hành lang mở” giúp cho du lịch sinh thái gắn với cộng đồng phát triển vững chắc, thành công, góp phần thúc đẩy kinh tế - xã hội của tỉnh.

Chính quyền địa phương cùng với các cơ quan quản lý du lịch cần có sự phối hợp, hành động thể hiện bằng những cam kết thực hiện thông qua các văn bản, cụ thể bằng các chiến lược và kế hoạch hành động nhằm định hướng, hỗ trợ hoạt động du lịch tại mỗi địa phương đạt hiệu quả cao nhất. Các vấn đề chính quyền địa phương nên tập trung giải quyết như: Phối hợp với các bên liên quan góp ý và kiểm soát việc xây dựng cơ chế lợi ích hài hòa, cam kết người dân phải được hưởng lợi phần lớn từ hoạt động du lịch; có chính sách ưu tiên đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng du lịch, nhất là mạng lưới giao thông vận tải, khách sạn và các cơ sở kỹ thuật cần thiết khác phục vụ du lịch, gắn việc xây dựng cơ sở hạ tầng du lịch với đẩy mạnh phong trào nông thôn mới; đẩy mạnh xã hội hóa, có chính sách “thông thoáng” tạo điều kiện thu hút nhà đầu tư chiến lược và đầu tư phát triển du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng, đặc biệt ở vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào dân tộc thiểu số; phối hợp về cơ chế đầu tư cho việc quảng bá xây dựng thương hiệu, sản phẩm du lịch đặc thù, đào tạo bồi dưỡng nguồn nhân lực phục vụ phát triển du lịch, có cơ chế chính sách ưu đãi về thuế thu nhập doanh nghiệp cho các hoạt động dịch vụ du lịch... Ngoài ra, chính quyền địa phương cũng cần chủ động đẩy mạnh liên kết, hợp tác với các bên liên quan khác trong và ngoài vùng nhằm tạo điều kiện cho du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng phát triển cả chiều sâu và chiều rộng, trên cơ sở phát huy thế mạnh của địa phương.

### *c) Đối với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch sinh thái*

Để thúc đẩy hiệu quả kinh doanh, các nhà cung ứng dịch vụ cần nâng cao chất lượng sản phẩm của các tour du lịch hiện có, đồng thời khẩn trương tiến hành xây dựng các sản phẩm độc đáo, có tính cạnh tranh và có chất lượng chuyên nghiệp trong khâu phục vụ, cân đối hợp lý trong việc phân chia lợi ích và đóng góp cho các quỹ bảo tồn và quỹ hoạt động của cộng đồng. Trong đó, việc tập trung đổi mới và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, tăng thêm nguồn lợi từ các hoạt động dịch vụ du lịch cho cộng đồng địa phương, sử dụng tối đa nguồn nhân lực địa phương và giảm tối đa tác động của khách đến điểm du lịch, là những yếu tố có ý nghĩa quyết định cho sự thành công của việc kinh doanh du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng, đồng thời tăng khả năng cạnh tranh với các sản phẩm du lịch khác trong vùng.

Các nhà kinh doanh cũng cần xây dựng các chương trình du lịch kết nối giữa các địa phương trong vùng và có tour chuyên đề về du lịch sinh thái giữa các địa điểm du lịch trong tỉnh với các vùng khác trong cả nước, thậm chí đẩy mạnh các tour du lịch xuyên quốc gia với nước bạn cũng là một hướng đi thúc đẩy phát triển về nhiều mặt trong xu hướng hội nhập.

Ngoài ra, các doanh nghiệp kinh doanh du lịch sinh thái cần nhận thức và có trách nhiệm tuyên truyền, nâng cao nhận thức về trách nhiệm và lợi ích của du khách về mô hình du lịch sinh thái theo hướng bền vững với các tiêu chí giúp khách lựa chọn các tour du lịch sinh thái đích thực khi thực hiện chuyến đi; lồng ghép dịch vụ để tăng thêm mức đóng góp của khách trong các nỗ lực bảo tồn và phát triển bền vững tài nguyên thiên nhiên và giá trị văn hóa bản địa của các cộng đồng cư dân. Đồng thời, các nhà kinh doanh cũng phải thường xuyên tổ chức bồi dưỡng kiến thức cũng như tổ chức các hoạt động thực hành cho nhân viên khi cung cấp các dịch vụ cho khách.

#### d) Đối với người dân địa phương

Trong bối cảnh mới khi phát triển du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng, cộng đồng địa phương phải có tiếng nói và vị thế để trực tiếp được quyền sở hữu, quản lý kinh doanh và kiểm soát các hoạt động du lịch; đồng thời muốn phát triển bền vững thì người dân địa phương phải tự nguyện bảo vệ nguồn tài nguyên thiên nhiên và văn hóa của họ như một tài sản riêng.

Để nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch do chính người dân cung cấp, họ cần phải chủ động trong việc tích cực tham gia các khóa đào tạo, nâng cao chất lượng chuyên môn nghiệp vụ làm du lịch sinh thái, đồng thời phải không ngừng trau dồi kiến thức thông qua tự học, tự nghiên cứu, trải nghiệm và rút kinh nghiệm để có những bài học thành công trong kinh doanh. Mặt khác, họ cũng cần làm quen với tư duy mở trong việc hợp tác, giao lưu với các đối tác bên ngoài, để tìm các cơ hội thay đổi cách thức kinh doanh cho cộng đồng. Chẳng hạn như tham gia các hội chợ du lịch để giao lưu kết nối mạng lưới kinh doanh, tham quan trao đổi kinh nghiệm mô hình thành công trong phát triển du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng, gắn với bảo vệ tài nguyên, môi trường ở Việt Nam cũng như ở nước ngoài để lấy kinh nghiệm thực tiễn.

#### e) Đối với khách du lịch

Thực tế không chỉ tại Lâm Bình mà rất nhiều nơi trên lãnh thổ Việt Nam, mục đích của những chuyến đi gắn mác du lịch sinh thái mới chỉ dừng lại ở việc thưởng ngoạn phong cảnh, thay đổi cuộc sống trong vài ngày trải nghiệm cùng người dân địa phương; đi để hưởng thụ nhiều hơn chứ chưa chú ý đến trách nhiệm tham gia vào công tác bảo vệ tài nguyên môi trường, cũng như chưa chủ động hỗ trợ tài chính hay trực tiếp giúp đỡ, tạo điều kiện cho phát triển cộng đồng.

Để thúc đẩy các hoạt động du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng địa phương ở Lâm Bình, một mặt khách du lịch phải trở thành những người tiêu dùng thông thái, lựa chọn những tour du lịch đảm bảo cung cấp đúng chất lượng sản phẩm; mặt khác, trong chuyến đi, khách du lịch cần phải tôn trọng các giá trị văn hóa, sắc tộc của người dân bản địa; cần tránh những hành vi, thái độ gây ra những tiêu cực đối với người dân sở tại. Điều quan trọng là du khách phải nhận thức, hiểu được đầy đủ giá trị của việc tìm hiểu đặc điểm nơi đến và có những đóng góp thiết thực với người dân bản địa thông qua các hoạt động chung tay bảo vệ môi trường, gìn giữ các giá trị tài nguyên, văn hóa của địa phương và đóng góp thiết thực giúp cho cộng đồng địa phương nâng cao chất lượng cuộc sống.

## 2.2. Giải pháp nâng cao năng lực cộng đồng

Hiện nay, mặc dù chính quyền địa phương cũng đã tổ chức các khóa đào tạo ngắn hạn cho những người tham gia làm dịch vụ ở địa phương, nhưng chất lượng cũng như hiệu quả của các chương trình này cho chưa thực sự như mong đợi. Hầu hết những người tham gia làm du lịch cũng như cung cấp các dịch vụ du lịch là làm tự phát, kỹ năng nghề nghiệp chưa cao. Cụ thể:

- Du lịch Homestay và trải nghiệm không gian văn hóa bản làng: tập huấn người dân cách đón khách, xây dựng chương trình cho khách nghỉ tại gia đình. Đặc biệt, vấn đề vệ sinh nhà ở, chăn ga giường cần được lưu tâm.
- Du lịch trải nghiệm nông nghiệp nông thôn: tập huấn nâng cao năng lực người dân địa phương theo từng chủ đề: lớp giới thiệu kỹ năng đón khách, lớp giới thiệu kỹ năng thuyết trình hướng dẫn chăm sóc, thu hoạch sản phẩm nông nghiệp; lớp giới thiệu về chế biến sản phẩm nông nghiệp.
- Du lịch mạo hiểm: tập huấn người dân về các bước giới thiệu điểm du lịch; tập huấn về cách giữ an toàn cho bản thân và du khách trong cả chuyến du lịch,...

Trong các khóa tập huấn trên cần có các lớp hướng dẫn ngoại ngữ cho người tham gia cung cấp dịch vụ du lịch. Hơn nữa, với một địa phương vùng núi, cơ cấu dân số đa dạng trong thành phần dân tộc, có nền văn hóa khác nhau, việc đào tạo nguồn nhân lực là một việc làm hết sức khó khăn, cần được tiến hành trong một lộ trình lâu dài, được nghiên cứu và lên kế hoạch cụ thể, đặc biệt là đối với đội ngũ con em người dân tộc.

Trong việc đào tạo tại chỗ nguồn nhân lực: tuyển chọn trực tiếp người dân địa phương, đào tạo cho họ những kỹ năng làm việc trong hoạt động du lịch. Trong quá trình đào tạo cần đi đôi thực hành nghiệp vụ, và có lòng ghép nâng cao nhận thức cộng đồng trong bảo tồn tự nhiên, gìn giữ bản sắc văn hóa cộng đồng.

Tỉnh, huyện cần có chính sách đãi ngộ (phụ cấp, hỗ trợ nhà ở...) để thu hút những cán bộ có trình độ, chuyên môn về du lịch đến công tác tại địa phương, tạo điều kiện cho những cán bộ có năng lực đang công tác tại các cơ sở đào tạo du lịch, các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn được tham gia các lớp tập huấn của bộ, các tổ chức phi chính phủ, giao lưu với các tỉnh lân cận để học hỏi kinh nghiệm.

### **2.3. Giải pháp bảo vệ tài nguyên, môi trường để phát triển du lịch bền vững**

Để cải thiện và nâng cao chất lượng môi trường, có thể thực hiện một số việc: thành lập các điểm thu gom rác hợp lý đặc biệt là tại các bản tham gia cung cấp dịch vụ du lịch Homestay và trải nghiệm không gian văn hóa bản làng; tuyên truyền nâng cao ý thức cộng đồng (người dân, khách du lịch) về giữ gìn vệ sinh môi trường, tuyên truyền các hộ dân về việc giữ gìn vệ sinh môi trường, cải tạo nhà vệ sinh cũng như khu vực chăn nuôi. Tuyên truyền bảo vệ môi trường thông qua việc xây dựng các ấn phẩm tờ rơi, áp phích, bản đồ,... nhằm vừa quảng bá thông tin về khu vực, vừa gửi đến du khách thông điệp bảo vệ môi trường ở điểm đến. Ngoài ra, ở các điểm du lịch cũng có thể treo các khẩu hiệu, hình ảnh bảo vệ tài nguyên môi trường.

Có những quy định chặt chẽ bảo vệ môi trường ở các điểm tham quan; hoạt động cung cấp dịch vụ ăn uống phải đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, vệ sinh môi trường.

Xây dựng hệ thống các tiêu chí đánh giá và phân loại tài nguyên du lịch, xây dựng tiêu chuẩn môi trường du lịch, trên cơ sở đó, thực hiện rà soát đánh giá, kiểm kê và phân hạng tài nguyên du lịch Lâm Bình về tiềm năng giá trị và yêu cầu đối với việc bảo tồn phát triển tài nguyên phục vụ phát triển du lịch.

Thường xuyên theo dõi biến động để có những giải pháp kịp thời phối hợp cùng với các ban ngành, địa phương liên quan khắc phục sự cố, tình trạng xuống cấp về tài nguyên và môi trường du lịch.

Cần sớm nghiên cứu, xây dựng và ban hành tiêu chuẩn ngành về thiết kế và xây dựng các công trình du lịch phù hợp với cảnh quan, môi trường.

Chú trọng xử lý nước thải, chất thải ở các khách sạn, các điểm du lịch, khu du lịch và khuyến khích các doanh nghiệp áp dụng các công nghệ thân thiện với môi trường. Cần có chế độ xử phạt rõ ràng đối với doanh nghiệp gây ô nhiễm môi trường.

## **KẾT LUẬN**

Du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng được xem là một loại hình du lịch bền vững, dựa trên các nguồn tài nguyên sinh thái tự nhiên và nhân văn mà cộng đồng địa phương có thể đang/sẽ tham gia và họ được hưởng lợi từ hoạt động du lịch đó mang lại. Sự tham gia của cộng đồng địa phương được thể hiện ở các mặt: a) Nhận thức của cộng đồng về du lịch; b) Hình thức tham gia

vào du lịch của cộng đồng; c) Ý thức bảo tồn tài nguyên của cộng đồng địa phương. Phát triển du lịch dựa vào cộng đồng là một trong những loại hình du lịch theo hướng bền vững, nó là giải pháp có ý nghĩa đặc biệt đối với khu vực vùng sâu, vùng xa.

Các giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng ở huyện Lâm Bình cần thiết thực hiện bao gồm: đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao chất lượng hoạt động du lịch phù hợp với 3 loại hình du lịch. Nâng cao năng lực cộng đồng, cải thiện vệ sinh môi trường và nâng cao hiệu quả quản lý ở địa phương; giải pháp về liên kết hợp tác khai thác tài nguyên. Các giải pháp này được thực hiện ở các mức độ khác nhau tại mỗi điểm du lịch. Ngoài ra, việc kết nối các điểm du lịch Lâm Bình với các địa phương khác trong vùng tạo tuyến du lịch đa dạng nhằm thu hút khách đến với Lâm Bình là điều cần được quan tâm.

Đối với mỗi loại hình du lịch đặc thù, chính quyền địa phương cần có phương án bồi dưỡng đội ngũ lao động tại địa phương, xây dựng ban quản lý du lịch điều hành trực tiếp hoạt động du lịch tại cộng đồng. Đặc biệt, để đạt hiệu quả quản lý của cộng đồng một cách tốt nhất, phát huy vai trò của Ban quản lý du lịch Lâm Bình cần phân cấp quản lý hoạt động du lịch đến đơn vị cấp xã, thôn bản. Chính quyền địa phương có cơ chế tài chính hỗ trợ cộng đồng phát triển du lịch.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn, Chương trình khung đào tạo bồi dưỡng cán bộ, công chức quản lý khu bảo tồn (2013), *Chuyên đề phát triển du lịch sinh thái*.
2. Cơ quan hợp tác quốc tế Tây Ban Nha (2004), Cẩm nang quản lý và phát triển du lịch sinh thái các khu bảo tồn thiên nhiên phía Bắc Việt Nam.
3. Đỗ Thị Thanh Hoa (2007), Nghiên cứu đề xuất tiêu chí khu du lịch sinh thái ở Việt Nam, đề tài cấp Bộ.
4. Đỗ Trọng Dũng (2012), *Phát triển du lịch sinh thái bền vững ở vùng Tây Bắc Việt Nam trên cơ sở đánh giá các thành phần địa lý tự nhiên tổng hợp*, Đề tài cấp trường, Đại học Thái Nguyên.
5. Hoàng Thị Hạnh (2014), “Phát triển du lịch vùng Tây Bắc”, Tạp chí *Du lịch*.
6. K. Lindberg và D. Hawkins (1990), *Ecotourism: a Guide for planning and managers*, The Ecotourism Society, North Bennington, Vermont.
7. Nguyễn Hữu Nhân (2004), *Nghiên cứu phát triển Du lịch sinh thái cộng đồng tại vườn quốc gia Pù Mát*, Luận văn Thạc sỹ, trường ĐH khoa học tự nhiên, Hà Nội.
8. Nguyễn Khắc Viện (Chủ biên) (1994), *Từ điển Xã hội học*, Nxb Thế giới, Hà Nội.
9. Nguyễn Thị Hải (2007), *Cơ sở khoa học và thực tiễn cho việc phát triển du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng ở Vườn Quốc gia Hoàng Liên, tỉnh Lào Cai*, Đề tài Cấp Đại học Quốc gia mã số QG.06.17.
10. Nicole Hausler and Wolfgang Strasdas (2000), *Community Based Sustainable Tourism A Reader*. Washington DC, WWF, USA, vol 1/2000.
11. Phạm Trung Lương (1999), “Tiềm năng, hiện trạng và định hướng phát triển du lịch sinh thái tại Việt Nam”, Tuyển tập báo cáo Hội thảo Xây dựng chiến lược quốc gia phát triển du lịch sinh thái ở Việt Nam, Hà Nội.
12. Phạm Trương Hoàng (2008), “Kinh nghiệm du lịch sinh thái tại Nhật Bản đối với Việt Nam”, Tạp chí *Du lịch Việt Nam* số tháng 6/2008.



13. Simpson and Wall (1999), Environment Impact Assessment for tourism: a discussion and thông tin điện tử Du lịch huyện Lâm Bình: <http://dulichlambinh.gov.vn>, truy cập ngày 06/11/2017.
14. Võ Quế (2006), *Du lịch cộng đồng: Lý thuyết và vận dụng*, NXB Khoa học và Kỹ thuật, Hà Nội.
15. WWF International (2001), Guidelines for community-based ecotourism development.
16. Báo Tuyên Quang: <http://www.vietnamtourism.com>, truy cập ngày 24/06/2016.
17. Báo Tuyên Quang: <http://dulichtuyenquang.gov.vn>, truy cập ngày 24/08/2017.
18. Trang Trang thông tin điện tử Du lịch huyện Lâm Bình: <http://dulichlambinh.gov.vn>, truy cập ngày 31/07/2018.

## POTENTIAL, SITUATION AND SOLUTION FOR DEVELOPING ECOTOURISM BASING ON COMMUNITY IN LAM BINH DISTRICT, TUYEN QUANG PROVINCE

**Bui Thi Kim Phuong**

*Vietnam National Institute of Culture and Arts Studies*

### Abstract

Along with the types of responsible tourism, ecotourism is considered as one of the effective links in the sustainable development structure in all three aspects: economy, society and environment. However, the reality in Vietnam shows that ecotourism activities are mostly only based on nature, but have not focused on the aspects of environmental protection education and especially supportive activities. for local communities is very limited. Recently, in the world as well as in Vietnam, a research direction that many scientists are interested in is community-based ecotourism.

Lam Binh, Tuyen Quang is a region with many potentials and advantages for tourism development, especially ecotourism, but the efficiency of ecotourism exploitation in the region is still modest and does not meet the requirements of educating consciousness. protecting the environment, preserving a unique indigenous culture, improving the quality of life for local communities. There are many reasons in which the exploitation of ecotourism in the region is not really proper.

The orientations for Lam Binh ecotourism development need to include the contents of communication to raise awareness and capacity of the community, in the conservation and sustainable use of local natural resources. The paper will suggest some solutions to promote sustainable development and effective community-based ecotourism in Lam Binh, Tuyen Quang.

### Keywords

Tourism, ecotourism, community-based ecotourism

## ĐÁNH THỨC TIỀM NĂNG DU LỊCH Ở LÂM BÌNH

**Nguyễn Thị Bích Hương**

*Trưởng Đại học Tân Trào*

**Nguyễn Quý Hoài**

*Đài Tiếng nói Việt Nam*

### Tóm tắt

Lâm Bình là một vùng đất cuốn hút, với những tiềm năng du lịch dồi dào, vùng đất của sự đa dạng sinh học từ các hệ sinh thái, của sự đa dạng về sắc tộc và văn hóa, là sự hòa quyện giữa cảnh sắc thiên nhiên với những bản sắc dân tộc độc đáo. Đồng thời, Lâm Bình đang là một trong những huyện khó khăn nhất của tỉnh Tuyên Quang vì thế cần có định hướng phát triển du lịch để phát huy những giá trị vốn có của vùng đất này. Ngoài việc giới thiệu đến du khách những danh thắng tự nhiên, cần quan tâm chú ý giới thiệu cảnh quan không gian bản làng của các dân tộc người Tày, Dao đỏ, Dao tiền, người Mông, người Pà Thẻn... và mở những tour du lịch sinh thái gắn với việc kết hợp điều dưỡng, nghỉ ngơi thư giãn và giải trí một cách bền vững nhằm thu hút khách du lịch.

### Từ khóa

Đánh thức, tiềm năng, du lịch sinh thái, độc đáo.

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Vùng đất ấy, xưa nay rất ít người được biết đến. Vùng đất của những dãy núi đá vôi trùng điệp, vùng đất nằm trong vòng cung sông Gâm hùng vĩ với trên 75% diện tích là những cánh rừng nguyên sinh (trong đó có 68.000 trên tổng số 78.000ha là rừng phòng hộ), với hơn 4.000ha mặt nước của lòng hồ Thủy điện Tuyên Quang. Lâm Bình, với 8 xã vùng cao của 13 dân tộc cùng chung sống - đó là vùng đất của sự đa dạng sinh học từ các hệ sinh thái, của sự đa dạng về sắc tộc và văn hóa, là sự hòa quyện giữa cảnh sắc thiên nhiên với những bản sắc dân tộc độc đáo.



*Lòng hồ Thủy điện Tuyên Quang có hơn 4.000ha thuộc huyện Lâm Bình (Ảnh: Đình Tú)*

Nếu có cơ hội được nhìn những bản làng của Lâm Bình từ trên cao, hay bay flycam qua từng vùng đất, sẽ thấy các bản làng, thôn xóm, sông suối và hồ nước của 8 xã vùng cao huyện Lâm Bình (tỉnh Tuyên Quang) là những tuyệt tác của tự nhiên với rất nhiều vẻ đẹp phong phú.

Cảnh sắc của nhiều vùng đất ở Lâm Bình là tập hợp những dãy núi quanh các bản làng và gắn với những câu chuyện cổ tích, là những bức tranh phong cảnh hữu tình với màu xanh ngút ngát của những cánh rừng nguyên sinh, là những hệ sinh thái đa dạng và đặc trưng cùng với sự kỳ ảo của quần thể các hang động, thác nước... Đó chính là những tiềm năng lớn về du lịch sinh thái, du lịch cảnh quan cho Tuyên Quang nói chung và cho Lâm Bình nói riêng.



*Cọc Vài Phạ - biểu tượng của du lịch Lâm Bình. Ảnh: Quý Hoà*

## 2. THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

### 2.1. Thực trạng Lâm Bình

Sau 8 năm thành lập, Lâm Bình hôm nay còn đang là một trong những huyện khó khăn nhất của tỉnh Tuyên Quang. Từ trung tâm thành phố Tuyên Quang, phải mất hơn 3 giờ đồng hồ chạy xe mới vượt nổi quãng đường 150 km tới thị trấn Lâm Bình.

Bên cạnh sự thanh bình, đẹp đẽ của thiên nhiên với những sắc màu xanh bạt ngàn của núi, sông, của những cánh rừng nguyên sinh, những nương lúa, vạt ngô là những đoạn đường ngoằn ngoèo, nhỏ hẹp, là sự đe dọa sạt lở sau những cơn mưa. Về cơ bản, có thể nói là đường giao thông trong huyện đang bị xuống cấp trầm trọng... Việc giải quyết bài toán "điện - đường - trường - trạm" ở Lâm Bình đến hôm nay ít nhiều vẫn còn là nỗi bận tâm của các cấp lãnh đạo chính quyền huyện, xã... Cụ thể hơn, trang thiết bị y tế còn thiếu thốn, trình độ chuyên môn của y, bác sĩ còn hạn chế, người dân còn nghèo và thụ động, trông chờ vào chính quyền. Trước kia, số hộ nghèo ở huyện là 71 - 90%, nay con số này tuy đã giảm nhiều nhưng vẫn còn đứng ở mức 40%.

### 2.2. Định hướng phát triển

Muốn đẩy nhanh sự phát triển du lịch, thì trước hết cần hoàn thiện và nâng cấp các hạ tầng cơ sở, hạ tầng thông tin. Cụ thể hơn là việc đảm bảo giao thông thuận lợi, mở rộng các tuyến đường giao thông thủy, bộ bên cạnh việc xây dựng các khách sạn, nhà nghỉ, homestay, các nhà

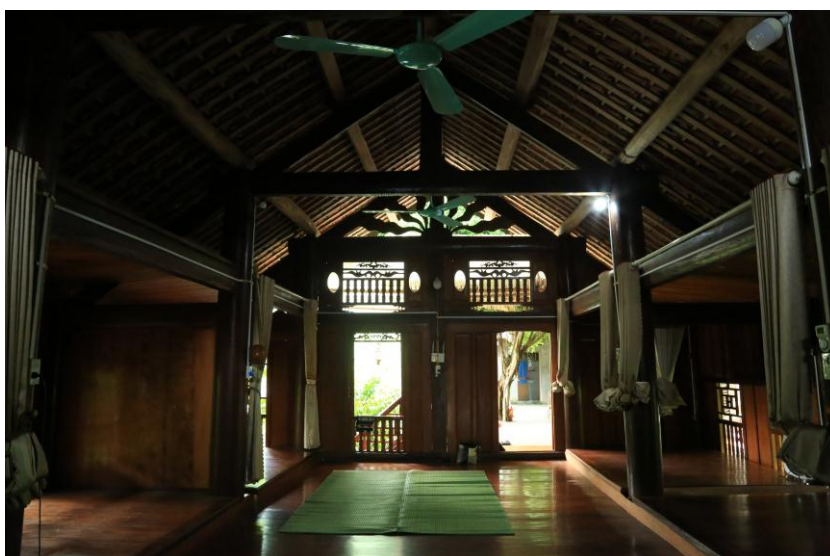
hàng ẩm thực và các trung tâm văn hóa, các sân khấu ngoài trời và trong nhà; đồng thời nâng cấp đường truyền internet, đẩy mạnh hoạt động của các cổng thông tin điện tử.

Trao đổi với báo chí, ông Nguyễn Văn Dung, Phó Bí thư huyện ủy, Chủ tịch UBND huyện Lâm Bình cho biết, những định hướng chính trong phát triển kinh tế - xã hội của Lâm Bình trong giai đoạn 2016-2020 là: Phát triển kinh tế nông lâm nghiệp hàng hóa gắn với những cây, con đặc sản; Xây dựng cơ sở hạ tầng thiết yếu về giao thông, y tế, giáo dục và phát triển du lịch.

Cuối năm 2018, Lâm Bình mới bắt đầu triển khai thí điểm hoạt động du lịch cộng đồng với 15 hộ gia đình làm homestay ở 4 địa điểm thuộc các xã Thượng Lâm, Lãng Can. Huyện cũng đã tăng cường quảng bá, giới thiệu về du lịch Lâm Bình trên báo chí và mạng xã hội, tổ chức mời gọi các công ty đầu tư hạ tầng cơ sở, các công ty lữ hành đầu tư khai thác phát triển du lịch nhằm phát triển hoạt động du lịch cộng đồng, khai thác hoạt động của các danh lam, thắng cảnh trong vùng. Bên cạnh việc bảo vệ không gian cảnh quan, bảo vệ và gìn giữ các hệ sinh thái rừng, bảo vệ đa dạng sinh học và bảo vệ môi trường nông thôn là việc thực hiện những giải pháp nhằm bảo tồn, khôi phục, phục dựng và quảng bá bản sắc các dân tộc.



*Homestay Anh Thế - một trong những nhà sàn truyền thống của người Tày (Ảnh: NQH)*



*Không gian kiến trúc nhà sàn người Tày cuốn hút du khách (Ảnh: Quý Hoài)*

Để phát triển du lịch ở Lâm Bình, trước hết cần tiếp tục mở rộng, phát huy ưu điểm, lợi thế của loại hình du lịch cộng đồng, nhanh chóng phát triển các homestay trong địa bàn các thôn, bản, gắn việc tham gia, trải nghiệm không gian cảnh quan của du khách với các thảm thực vật, các hệ sinh thái với các địa bàn dân cư, với việc bảo tồn bản sắc dân tộc, giữ nguyên vẹn những kiến trúc đặc sắc, những phong tục tập quán.



*Bể bơi "treo" trên núi, không dùng hóa chất và luôn luôn sạch (Ảnh: Quý Hoài)*

Tiếp đó là việc giới thiệu, quảng bá và tạo không gian mở cho các hoạt động trải nghiệm của du khách về ẩm thực của các dân tộc, đặc biệt là những món ăn đặc sản như vịt suối, các loại rau rừng, măng chua, cá chép ruộng, cá khuy lam ống nứa, xôi ngũ sắc, rượu ngô men lá, bánh gai, bánh dày (dân tộc Tày); bánh chim gâu (dân tộc Cao Lan) v.v...



*Nhiều món ăn đặc sản vừa là rau rừng, vừa là thuốc bổ (Ảnh: Quý Hoài)*

Quan tâm gìn giữ và giới thiệu những nghi lễ, phong tục đặc sắc của các dân tộc như lễ cấp sắc, đám cưới của người Dao, nghi lễ Then, Lễ hội Lồng tồng của người Tày, Lễ hội Nhảy lửa của người Pà Thẻn; Tăng cường các hoạt động quảng bá và giới thiệu về các nghề truyền thống, ẩm thực như: dệt vải (dân tộc Pà Thẻn); thêu khăn (dân tộc Dao tiên, Dao đỏ).

Đồng thời, chú trọng tổ chức các sân khấu ngoài trời, sân khấu trong nhà phục vụ cho các hoạt động văn nghệ dân gian như hát Then, (dân tộc Tày); múa Màng, múa Chuông, hát Páo Dung (dân tộc Dao); múa Khai lộ, múa Khai đèn, múa Chim gâu (dân tộc Cao Lan), giới thiệu về trang phục và những kiến trúc nhà sàn cổ, nguyên bản của người Tày.



*Du khách cùng người dân bản địa hòa mình vào cảnh sắc thiên nhiên. Ảnh: NQH*

### 3. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN Ở LÂM BÌNH

Trong thời gian tới, cần đẩy mạnh hơn nữa việc khai thác hình thức du lịch lòng hồ thủy điện ở Lâm Bình cùng với những hoạt động tham quan bè nổi, các trải nghiệm của du khách ở lòng, bè nuôi cá, hoạt động câu cá ban đêm hay xem người dân bản địa đánh bắt tôm cá. Bên cạnh đó, cũng cần khai thác tốt hơn các hoạt động của du khách ở điểm danh thắng Cọc Vài (biểu tượng thu hút khách du lịch của huyện Lâm Bình) và một số khu vực khác như đón bình minh hay chụp ảnh hoàng hôn...



*Du lịch lòng hồ thủy điện thu hút giới trẻ tìm hiểu, khám phá. Ảnh: Quý Hoài*

Ngoài ra, cần quan tâm chú ý giới thiệu cảnh quan không gian bản làng của các dân tộc người Tày, Dao đỏ, Dao tiền, người Mông, người Pà Thẻn...; đồng thời, mở những tour du lịch

sinh thái gắn với việc kết hợp điều dưỡng, nghỉ ngơi thư giãn và giải trí một cách bền vững nhằm thu hút khách du lịch.

Bên cạnh việc phát triển du lịch cảnh quan giới thiệu các thắng cảnh tự nhiên, lòng hồ Tuyên Quang, thắng cảnh 99 ngọn núi Phượng Hoàng ở Thượng Lâm, hay các địa danh gắn với du lịch văn hóa tâm linh như chùa Phúc Lâm, đền Pác Vãng ở Thượng Lâm, chùa Ông, chùa Bà và đền Pú Bảo ở Lãng Can..., cần nghiên cứu phối kết hợp với huyện Na Hang và huyện Ba Bể của tỉnh Bắc Kạn để phát triển tuyến tour du lịch mở kéo dài từ Na Hang qua Lâm Bình đến hồ Ba Bể.

Việc tổ chức các hoạt động du lịch mạo hiểm như chèo thuyền kayak, du lịch bằng thuyền nan, thuyền độc mộc, thám hiểm hệ thống quần thể hang động kỳ vĩ của Lâm Bình (như hang Khuổi Pín, hang Nặm Thuôm, hang Nà Tông, động Song Long...) hay các thác nước (như thác Khuổi Thầu, thác Nặm Me, thác Khuổi Súng và đặc biệt là thác Khuổi Nhi) trong địa hình cacxtơ (Karst) sẽ là động lực thúc đẩy truyền thông, thu hút du khách trong nước và quốc tế đến với Lâm Bình.

Cũng cần nói thêm rằng, trong tương lai, các hoạt động nhằm bảo tồn bản sắc văn hóa dân tộc như các phong tục, tập quán, sinh hoạt v.v... có thể sẽ không giữ được nguyên gốc nét đẹp truyền thống. Đây là điều cần sớm được quan tâm cùng với việc đề ra các giải pháp xử lý. Việc UBND huyện Lâm Bình duy trì việc không cho bán nhà sàn ra khỏi địa phương hay lựa chọn một số khu đất để thực hiện công việc bảo tồn những ngôi nhà sàn truyền thống của người Tày là một ví dụ cụ thể.

Trong một góc nhìn khác, rất cần thiết phối hợp với các nhà khoa học cùng giới chuyên môn để tổ chức xuất bản sớm các ấn phẩm tranh ảnh, sách báo, chuyên đề, chuyên khảo về các hệ sinh thái, thảm thực vật, khu hệ động vật, về đa dạng sinh học, hệ thống sông suối, thác nước, quần thể các hang động, 13 dân tộc ít người ở Lâm Bình và đặc biệt là về cuộc sống và sinh hoạt văn hóa của 105 nhân khẩu của tộc người Thủy ở thôn Tượng Minh, xã Hồng Quang.

Bên cạnh đó, để quảng bá về sự phát triển kinh tế - xã hội cũng như du lịch của Lâm Bình, cần đẩy mạnh giới thiệu về những vẻ đẹp hùng vĩ, sự cuốn hút của Lâm Bình - tình đất, tình người trên sóng truyền hình, phát thanh, báo chí nói chung và các trang mạng xã hội.

Đặc biệt, cần quan tâm tổ chức các triển lãm ảnh, xây dựng các bộ phim, cảnh quay về vẻ đẹp hùng vĩ của các hệ sinh thái, các vùng cảnh quan thiên nhiên ở Lâm Bình; tổ chức cung cấp hình ảnh qua các đĩa DVD, qua Youtube...

Tác giả cũng cho rằng, thiết kế và xây dựng sớm một hệ thống các sa bàn điện tử đối với từng hệ sinh thái, từng cảnh quan, danh thắng thiên nhiên hay các hoạt động văn hóa của đồng bào các dân tộc ở Lâm Bình là việc cần làm ngay.

Cuối cùng là, sự phát triển kinh tế - xã hội nói chung và phát triển du lịch nói riêng của Lâm Bình cần gắn liền với việc đẩy mạnh các hoạt động về giáo dục đào tạo, tổ chức tốt mạng lưới cộng tác viên, mạng hướng dẫn viên cùng với kỹ năng tổ chức sự kiện. Bên cạnh đó là sự hỗ trợ đầy đủ từ hệ thống cán bộ y tế và chăm sóc sức khỏe.

## AWAKEN TOURISM POTENTIAL IN LAM BINH

**Nguyen Thi Bich Huong**

*Tan Trao Province*

**Nguyen Quy Hoai**

*Radio The Voice of Vietnam*

### **Abstract**

Lam Binh is a fascinating land, with abundant tourism potentials, a land of biodiversity from ecosystems, of ethnic and cultural diversity, a blend of amidst the natural scenery with unique ethnic identities. Beside that, Lam Binh is one of the most difficult districts in Tuyen Quang province, so it is necessary to have a tourism development orientation to promote the inherent values of this area. In addition to introducing visitors to the natural beauty spots, it is also necessary to introduce the village's spatial landscape of the Tay, Red Dao, Dao Tien, Mong, and Pa Then ethnic groups... and establish eco-tours associated with combining nursing, relaxation and entertainment is a sustainable way to attract tourists.

### **Keywords**

Awaken, potential, ecotourism, unique.



*Phần II*

**DU LỊCH TUYÊN QUANG VÀ NHỮNG BÀI HỌC  
KINH NGHIỆM TỪ CÁC QUỐC GIA,  
ĐỊA PHƯƠNG KHÁC**

TUYEN QUANG TOURISM  
AND LESSONS FROM OTHER COUNTRIES  
AND VIETNAM'S PROVINCES



## THE CULTURAL CAPITAL OF THE INDIGO DYED TEXTILES COMMUNITY OF PHU TAI ETHNIC GROUP FOR THE DEVELOPMENT OF CREATIVE TOURISM COMMUNITIES

**Nilobol Phuraya, Pokkasina Chathiphot (Corresponding authors)**  
**Pannawadee Srikhao, Yanika Saensuriwong, Kanyarat Masaengsom**  
*Thai Department, Faculty of Humanities and Social Sciences*  
*Sakon Nakhon Rajabhat University*  
*Sakon Nakhon province, Thailand.*

### ABSTRACT

This article aims to study the cultural capital of the indigo dyeing community of Ban Nong Khrong, Don Kloy, Kham Kha and Oun Dong, Phannanikhom District, Sakon Nakhon Province, Thailand. This is developed as a creative cultural tourism village, obtained from the collected cultural capital data, consisting of the social and cultural context of the indigo dyeing cloth community through participation observation, in-depth interviews, group discussions and experimentation with the key informants in order to find out the ways for developing into a cultural community for sustainable tourism.

The study found that there was cultural capital in this community, characterized by indigo dyed cotton weaving, which is a factor that affects the income of people in the community. Most of the inhabitants in Ban Nong Khrong, Don Kloy, Kham Kha and Oun Dong inherited this indigo cloth weaving and dying wisdom from their ancestors. The study also attempts to create more value by adding cultural capital and wisdom of Phu Tai ethnic identity and indigo dyed textiles as a representation of cultural tourism community, by using the community presentation model with creative tourism activities such as dyeing, weaving and local cooking. These activities create a shared experience for tourists participatory learning about the cultural capital and wisdom of the Phu Tai community.

### Keywords

Cultural capital of the community, cultural tourism community, creative tourism, indigo dyeing textiles of the Phu Tai people.

### 1. INTRODUCTION

From social context data of Phanna Nikhom District Sakon Nakhon, it can be found that the ancestors of the people here are Laotian people, who migrated across the Mekong River from Laos and most are Phu Thai ethnic groups since the past. These ethnic groups living in Phanna Nikhom district have also been evacuated many times. Therefore, there are diverse types of ethnic groups originating from diverse geographical location, living together along with the native Thai people in the village. For this reason, Phanna Nikhom district has quite a unique biodiversity. The climatic condition of the region is suitable to grow a variety of plants for the variety of people living in the region, whose main occupation are mostly engaged in agriculture, growing rice and other crops along with indigo plantation to make indigo dyeing.

Indigo dying is a profession and wisdom inherited from their ancestors, that can generate a lot of income for people in the community today. There are also important historical sites and artifacts that are well-known to the general public. This makes Phanna Nikhom district become a center of various tourism activities and therefore, it is important to provide and share information for promoting and managing creative tourism of the region as well.

From this study, it is found that all 4 villages, such as Ban Nong Khrong, Ban Don Kloy, Ban Kham Kha and Ban Oun Dong, have diverse cultural capital because the people who live in this region have a long history with a continuous acculturation and assimilation of culture till the present. These assimilated cultures comprise local knowledge, beliefs and characteristics of ethnic groups living in that area. Therefore, the study can be divided into 3 issues as described below:

### *1) Indigo dyed fabric*

Indigo dyeing is considered an important cultural capital because it is the result due to the transmission of wisdom from ancestors, which creates value and provides source of income for the community from producing indigo dyed fabrics products associated with the valuable wisdom of the village. These made the indigo dyeing community to be attractive, interesting and touching. When indigo dyeing has become well-known and popular with outsiders, Indigo dyeing community has become an important tourist destination of Sakon Nakhon province, especially tourists who are interested in eco-tourism, cultural and sustainable tourism in close association with nature and the way of life of folk people and their local culture. This gradually leads to the expansion of indigo dying occupation among the indigo dying community living in the region. For this research, the researcher selected 4 indigo dyeing communities, which are the communities that have the potential of producing of indigo dyeing products and the capabilities to expose the wisdom to the tourists who visit the places.

### *2) Temples and religious sites*

Sakon Nakhon people have a particular way of life and belief, that is associated with Buddhism for a long time. As can be seen in Sakon Nakhon Province, there are many famous monks such as Reverend Grandfather Mun Phurithat, Reverend Grandfather Fan Ajajaro, Reverend Grandfather Louie Chantasaro, Reverend Grandfather Sim Putthajaro. These monks are famous practitioners with a reputation for goodness and merit-making, resulting in the creation of temples as well as being a teacher of many famous monks in Thailand and most importantly, these monks are the anchor of the villagers. As a result, till date, the villagers still give importance to the maintenance of religion, usually visit the temple to make merit and listen to the sermon of the monk in unison everyday on important days or on Buddhist day. Even the younger generation or children still believe that they should go to make merit at the temple regularly until it became known to the general public that Sakon Nakhon is a city of dharma.

### *3) Ethnic groups*

Sakon Nakhon Province has many ethnic groups. Since it is an area that is rich in ancient civilization known as "Sakon Nakhon basin" in the past, there are many people from different ethnic background groups, especially people from the land of Laos who has migrated to settle in this area for generations. This made the travelers to describe the people of Sakon Nakhon as: "The people of Sakun use the water from the big basin consisting of the people of Laos, Phu Tai and Anam, who grow rice as their main occupation. The villagers can also produce salt by washing the salted soil in a normal way. They sell pets to Siamese merchants which is sold to

Bangkok". According to Somdej Krom Phraya Damrong Rajanupab (2016 : 284), different people while visiting inspect Udon Thani and Isan Provinces by mentioning various classes of people meetings and the Department of Political Affairs brought in to meet as follows: "The citizens of Udon and Northeastern counties that I met were Thai Lan Chang mostly. But there are still other people that are different from Thai Lan Chang and have other names. Many other species I tried to ask to see that there were 8 different species, namely Thais, Kaleong, Yo, Saek, Yoy, Tak, and So. Similarly, Theerasawat (2014 : 188) said that about one-third of the population were migrants from the left bank of the Mekong River, namely Suwannakhet, Kham Muan, Borikhamsai, Chiang Khwang, Hua Phan (Sam Nuea) and Vientiane to settle around Phu Phan mountains. One of the reasons which made the Thai government to allow these migrants to settle in the Siam area is because Anuwong who is the king of the Vientiane Kingdom refused to be under Thai influence. This is to prevent Vientiane from returning back to their kingdom again by providing them land to settle around Phu Phan and the central region, which made the Thai state easier to control from neighbouring aggression. To the left side of Thailand is Laos and Tai Phuan is Yo, Saek, So as Kha, and Phu Tai person, so it can be said that Sakon Nakhon basin is an area of mixed culture and people. It is also found from interviews with the monks of each village that the ethnic groups that live in each village are different, both in terms of history of migration from different settlements including language culture and traditions that are unique to each ethnic group.

From the study of the community context of all 4 villages, it is found that the area is fertile and is connected with the Phu Phan mountain range and various rivers, including dams to store water. This made the region to be suitable for cultivation of various plants, especially economic plants such as indigo that needs to be watered regularly. So, these villages, with plenty of water resources and forests aided by natural beauties such as Nong Han wetland and Phu Phan National Park lead to a future tourists hub for tourists to have wonderful natural experience.

In addition, cultural capital comprising of the wisdom of indigo dyeing community living in the village can be developed to economic value as the culture and traditions of the ethnic groups in all 4 villages have their own distinct identity according to their groups, religion, language and traditions. These distinctive characteristics are worthy of conservation and transfer by showing and sharing with outsiders about the local people culture, tradition and values which can be developed by promoting sustainable tourism facilities in the region which in turn will provide jobs, thus help to empower the community towards sustainable economic development. With this stated importance, researcher aims to discuss the steps for bringing development in the region along with the patterns and tourism routes of communities in this research area.

## **2. RESEARCH OBJECTIVES**

The aims of the study is 1) to develop an appropriate format for the creative tourism route based on biodiversity and cultural capital of the local wisdom of indigo dyeing community of Phanna Nikhom district, Sakon Nakhon province, Thailand.

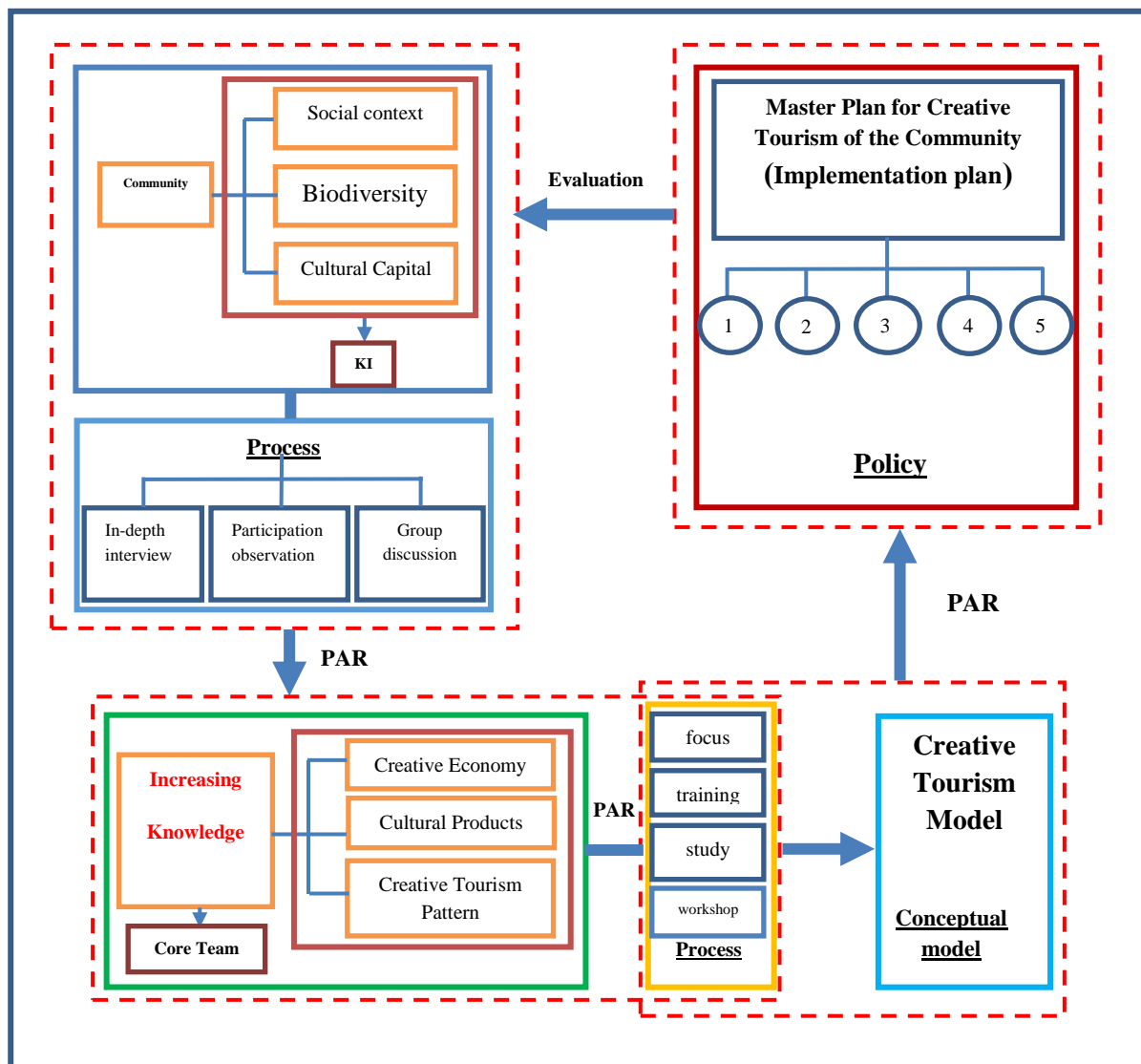
### **2.1. Research Scope**

This research attempts to explain cultural capital of indigo dyeing community comprising of knowledge about indigo dyeing. The data is obtained from in-depth interviewing of indigo dyeing fabric manufacturers, indigo dyeing fabric processors and other sales groups. In addition,

villagers and community leaders were also interviewed about the social and cultural contexts of their community with a particular focus on Phu Tai people whose main occupation is mostly weaving and indigo dying. This research has a scope that focuses on the study to develop a model of creative tourism routes from biodiversity and cultural capital based on the local wisdom of indigo dyeing communities. which have 3 outstanding cultural capital of indigo dyeing community, including indigo dyeing cloth, religious place and archaeological site and ethnic groups. Therefore, the scope of the study aims to analyze these 3 cultural capitals in order to develop the creative tourism model.

## 2.2. Conceptual Framework

This research has the following conceptual framework:



## 2.3. Methodology

This research is a qualitative research with a particular focus on collecting field data about indigo dyeing in relation to the social and cultural context of ethnic Phu Tai living in Sakon Nakhon province of Thailand. In other words, it is a form of participatory action research targeted in the process of indigo dyed cloth that is developed as a creative cultural tourism

village. The analysis of this research is done by using creative tourism conceptual framework obtained from the interdisciplinary data.

The field research was conducted through interviews and participant observation in order to understand the social phenomena worldwide and behavior of villagers who inherited the tradition and ritual related with their life and society. It also focused on the cultural capital of the indigo dyed textiles community of Phu Tai Ethnic group for the development of creative tourism communities.

The researcher collected the data from the following areas, focusing on the field study at the study area in the villages where the communities of Phanna Nikhom district, Sakon Nakhon produced the indigo dyed cloth: Ban Nong Khrong, Ban Don Kloy, Ban Kham Kha, Ban Oundong. To conduct the participant and non-participants observation, informal interviews with key informants were made. The researcher used the following techniques and tools: 1) Observation: The researcher used the participant observation to observe the cultural area, people's lifestyle in the community such as the indigo dyeing, weaving, indigo management, participant observation by group discussion in the community with people who made indigo dyed cloth. 2) Interview: The interview was conducted by dividing the key informants into 3 groups as follows: 1) village headman, vice village headman 2) women's group head, the head of village funds who focused on indigo dyed cloth and 3) officer of provincial community development, officer of district community development, provincial culture and stake holder with a focus on the promotion of indigo dyed into a cultural product of the province. 3) Instruments: The instruments in this research consisted of the following: i) *interview schedule* was the main tool used to collect the data by having informal individual interviews. ii) *note* was used to record at fieldwork by job reviewing in each day especially the data from the interviews and iii) audiovisual camera was used to record slide and motion pictures and tape recorder was also used to keep the data in general.

### 3. RESEARCH RESULTS AND DISCUSSION

This research results are as follows

#### 3.1. Research Results

The preliminary study is to understand the social and cultural context of indigo dyed weaving community of Phanna Nikhom district in all 4 communities in order to show the important context that leads to the development of the path of creative tourism which has the content and details as follows:

##### 3.1.1. Phu Tai Community: Context study and local wisdom

###### Ban Don Kloy

Indigo Dye weaving group was established on September 3, 2003 with Mrs. Tawin Upari as the current group president. Ban Don Kloy weaving group originated from the idea of a group of people in the village. That is, Mrs. Tawin and other housewives who want to increase income for families and communities. After these groups went to work on weaving, various places saw the market direction of indigo dyeing as having a relatively high price. It later on brings awareness to the general public both inside and outside the province, who became more and

more interested in weaving jobs and started to sell weaving products by oneself until the group was founded.

The initial stage of the group was supported by district development officers, who helped in supporting equipment for weaving. Subsequently, Sakon Nakhon Province Commerce Department supported the registration of the group. After that, a group of agencies, both the public and private sectors, continue to support the Ban Don Kloy indigo dyeing group. Gradually, it expanded to educational institutions within the province, local government organization and many agencies from Sakon Nakhon province. There is a training to give knowledge in group management product development and to provide support in obtaining various weaving devices

Ban Don Kloy indigo dyed weaving group clearly specifies the qualifications of the members in joining the group, that is, all members must help each other to disseminate knowledge among villagers' conservation of folk wisdom and to create careers and income for people in the community. In addition, specific work rules must be followed, especially to be punctual, responsible for the duties and assignments, work with love, have unity, generosity, and regular meeting with a resolution to manage and solve various problems together. There is a systematic accounting regularly to report the results of operations and to consider the strengths or weaknesses of the weaving group in order to develop the work regularly.

Ban Don Kloy weaving group emphasizes to use locally available resources in the process of indigo dyeing. This made the farmers to cultivate and grow indigo trees in their farms. When the tree are fully grown up, it is harvested and then made into indigo cakes to dissolve into water for dyeing the fabric. There are many ingredients and steps in the process of indigo dyeing such as making lye using natural material, that is available in the house, to make the dyeing water a little salty. The process of dying is done by mixing it in the boiled water in a pot and stirring all the ingredients together so that it is dissolved completely in the water. Finally, if a green bubble appear, then it signifies that it is ready for dyeing. This is considered as the specific suitable formula of indigo dying by the local dyers.

In the past, weavers wove cotton fabrics and therefore cotton trees were planted in their family farm. But nowadays, it is replaced by fibers obtained from self-cultivation and from factories as there is lack of time for the weavers to grow and take care of the cotton trees as the weavers has to produce a lot of indigo dyeing fabric. Sometime, they use naturally produced cotton from their family farms while others use white and brown cotton or puffy cotton obtained from sources such as Ban Tham Tao, Akat Amnuai District and Kut Bak District Sakon Nakhon.

According to Pannawadee Srikhao (2017) the weaving group conducted research on cultural characteristics and the social and economic value of indigo dyeing in Phanna Nikhom district in Sakon Nakhon and found that most of the patterns of Ban Don Kloy fabric have ancient patterns in association with nature. Some of the popular designs consist of patterns as: Mee Tao Noi (a little turtle), Ratchawat, Flow water, Rain, Fish, Puffed and glass flower etc. These are patterns copied from the nature and surrounding environment or objects that are used in everyday life, such as the swallows which is the original pattern of the village of Don Kloy. The pattern consisted of portraits, key, flower, fingernail, sand stupa, vase, small spider, etc.



The group's products are currently in a variety of forms, both woven fabric to be cut and scarves, made since the beginning of the group, later, it was cut into handkerchiefs and bags. The group's best-selling product is Sarong and Mudmee cloth. In most cases, the fabric of the group focuses on dark colors, while the light colors mainly follow the customer's order. The prominent products of the Ban Don Kloy indigo dyed weaving group are scarves, shawls, plain weave fabrics and mudmee cloth, handkerchiefs and small bags, etc. There are also various products that customers want to dyed such as white shirts, pants, scarves, knitwear. Currently, the group has about 50 members, from middle age to senior citizens. The work system is quite strict. That is, the attendance time is between 8:00 am - 5:00 pm, income is calculated according to the actual work time on a daily basis, normal rate is 300 baht per day. There are meetings on every 30<sup>th</sup> or 31<sup>st</sup> of the month to report the summary of the work done during the month. The group's performance and dividends are distributed to members. In addition, knowledge is transferred to the children in the community through education in order to promote and motivate the young learners the socio-economic value of indigo dyeing cloth of the village. In addition, the community is also open as a homestay to learn about Ban Don Kloy indigo lifestyle, thus leading the group to have more networks both inside and outside the country. This made the weaving groups to have various departments both inside and outside.

### **Ban Nong Khrong**

This indigo dyed weaving group is located at Nong Khrong village, Choeng Chum Subdistrict, Phanna Nikhom District, Sakon Nakhon Province. The current chairman of the group is Mrs. Preeyanee Thakon-ngam and the group's main supervisor is Mrs. Wikul Phromhakula. This group is established in 1992 by a group of middle-aged women in a village together in order to find ways to create income for families and communities. The other objective is to revive the indigo dying wisdom of their ancestors. Mrs. Pon Khotphrom is the person who initiated and propagated the villagers to join the indigo dyeing group of the villagers. Subsequently, the Nong Khrong indigo dyed indigo group was established in 2004, where members of Ban Nong Khrong indigo dyed fabric group have participated in various government training sessions to develop products that are suitable for the needs of buyers and to make the continuous development of the group operations. Till date, the group has about 40 members.

There are two types of indigo plant grown in the community: straight indigo and bent indigo. The weavers keep seeds in the refrigerator before indigo seeds are planted so that indigo seeds are ready to be planted in the soil by planting indigo together before the rainy season probably around the beginning of May by plowing the soil, lifting the groove into the hole, dropping the indigo seeds, adding manure or may use chemical fertilizer but if the quality of chemical fertilizer is inferior to the manure, then it is to be taken care of my watering regularly till it is harvest the indigo. At Ban Nong Khrong, weavers have to follow certain techniques for harvesting indigo. Only the indigo pods should be harvested by leaving the trunks to regenerate new plant or leaves. The harvested part is then used to make indigo water. As for the indigo pods, only the leaves are collected from the bottom of the trunk to the top.

Making indigo cake for dyeing Ban Nong Khrong weaving group mix indigo extract with lye or filtered ashes, then brown sugar, pea bark, bananas and tamarind together after that, raise the indigo water level up, then pour it back into the pot as usual to allow the indigo to touch the air ("Jok khram") . This is done on a daily basis until the indigo is ready to be dyed. When the

indigo water is yellowish-green and blue bubbles float above it, then indigo water and more extracts must be added. In addition, indigo pots should be placed in the shade. It should not be placed in the sun or in a sunny area all day because if left in the sun it is unable to produce beautiful dyes.

The fibers that are used for weaving are hand-woven cotton that is naturally grown by weavers. Sometimes, cottons are or purchased from villagers who grow it. Most customers like synthetic fibers obtained from industrial plants because these fibers can be easily dyed and have a darker color than cotton. Once weaved into a finished fabric, it has a soft, fluttering texture and is lighter than other types of cotton. The most popular patterns are rajawat, watermark, flowing pattern, rain pattern and soy phrao (coconut leaf) pattern which is a traditional pattern that has been around since ancient times including modern patterns such as butterfly patterns, gold chain patterns and lobed edges, etc. There is also a carpet pattern that is currently popular with customers.

There are various types of products from Nong Khrong indigo weaving group. The group sells indigo-dyed hand-woven fabrics with various designs, cut, and sold in meters or in rolls. Among the products are scarves, shawls, sarongs and other processed products, including shirts, bags, knobs, hair clips, rubber band and earrings for products. This group sells a lot because it innovates into new pattern design to meet the requirements and fashion of people in the modern era. At the same time, the weavers use natural dyes such as indigo and other bark, resulting in natural woven patterns and beautiful colors.

The weaving group of Ban Nong Khrong begins with grouping together to exchange knowledge of indigo dyeing process with other members. The group has divided the duties together including mudmee, cotton spinning, coordination and distribution. There are contacts with people outside the group to create a network for cotton production. There is also a network to distribute products both within the province, country and abroad and this result to diverse group of customers comprising of those who come in contact with the group directly and those who came to buy at various trade shows and who are entrepreneurs in the province and retail shops in Bangkok, Nakhon Phanom, Udon Thani or customers in nearby provinces and also have customers who are entrepreneurs from foreign countries such as Laos, Holland and Japan. When considered a harmonious group there is cooperation among people in the community. There are products that are natural. They can make outsiders, including academic groups, community leaders, various departments, interested in learning study trips and use as a community classroom for students. The community is also ready for tourists' entrepreneur group and designers to join the community in order to develop and create economic value.

### **Ban Kham Kha**

This Indigo dye weaving group is located at Ban Kham Kha, Phanna Nikhom District in Sakon Nakhon Province with Mrs. Pira Prasertkantong as group president. This weaving group was established in the beginning of 1994, with Nang Phira being persuaded by Mae Thita (who is the first to revived indigo in the community) and khun Jiw (Praphaiphon Daengjai) in Ban Na Dee to come together to revive and make indigo dyes. later, Mrs. Pira took a serious step in establishing the weaving group. She was registered until receiving the selection of 5-star OTOP products, but the Ban Kham Kha weaving group still is affiliated to Mae Thita group till date. Initially, the group has 20 members, most of whom were descendants of villagers working in

Bangkok and returned to help each other in the group. Currently, there are about 40 members. In addition, the group also has methods to transfer the wisdom to the children to teach the new generation (primary and secondary level students) the art of knitting hats, bags, purse and so on. This will help the young generation the importance of traditional wisdom and profession.

Ban Kham Kha weaving group has indigo plants that are grown by the members' fields and villagers. This group used indigo pods, harvested after 3 months. The stems are soaked into water to make the indigo extract and then made into lye by using natural ingredients available in the community, such as by burning ashes of plants as cassia, banana heads or banana shoots. As for the mixing of indigo cake aside from using lye, other substances as tamarind, granulated sugar, red cement are mixed together. Sometimes it is mixed with bananas, turmeric to add fragrance. For the indigo pot construction process of Ban Kham Kha indigo dyed weaving group, they considered the process of making the pot to be very delicate which takes about 2-3 days to be able to dyed. The dyers generally observe the water in the pot and can assessed whether it is ready or not ready for dyeing. If it is yellow-green and when the bubbles mixed with the air, changed into shiny blue, then it is assumed that the pot is ready to be dyed. If the pot has all the ingredients, including indigo cake, lye, and good weather, then the indigo pot can be dyed up to 3 times a day, depending on maintenance by boiling it consistently.

Ban Kham Kha weaving group is the most popular cotton growers. The farm land area of a member's house grows both white and puffy cotton. Some cottons were bought from the factory. But all cotton obtained from both sources by the group are usually indigo dyed. Ban Kham Kha indigo dyed weaving group, therefore, has a distinctive feature of fabric. Because the group use cottons that are hand-made by using a special the technique of dye tied on the fabric with the application of candle wax, and by writing candles in batik before delivering the produced fabrics to customers. The elders of the group examine the dyeing quality of its members and tell whether the color is pretty or satisfactory according to consumers demands and expectation or the group needs to check the indigo quality of the group members. Among the popular patterns are cotton swirling straps, necklace straps, and antique mudmee patterns. Natural patterns, such as turtle scales, Varanus Bengali skin pattern, watermark pattern and rain pattern.

The indigo dyed fabrics products made by Ban Kham Kha group were measured in meters. The products comprises of loincloth, scarves, shawls, t-shirts, tie-dyed fabrics, candle drips, bark-dyed fabrics and processed into various products including bags, skirts and shirts. Popular products are shawls and scarves that use tie-dye techniques and dropper candles. The products are stored in sufficient quantities and therefore sold out at various trade shows both within the province and other provinces by the important network group named, Mae Thita group and also by other network groups that need cotton hand-woven fabrics.

Ban Kham Kha weaving group has participated in various projects that are to develop and upgrade the weaving fabric, both G (Green Production) project, which guarantees products from environmentally friendly production processes. They are joining the international arts and crafts center for providing education and training to those who participate in this project. The G (Green Production) project selected mechanical teachers of Ban Kham Kha and Ban Na Dee Group, to receive the G logo. Nowadays, in the industry of indigo dyeing cloth, Nang Phira is popularly known as a teacher. She organizes academic group processing group and entrepreneur group to learn many methods of making indigo dyeing. There are also a group of observers, both thai and

foreigners who receive information via online social studies and who have the interest to learn indigo dyeing. Foreign students from the United States and Japan came to learn indigo dyeing especially mud staining, and to practice dyeing cloth.

### **Ban Oundong**

Indigo weaving group - Nong Chaiwan (Official group name but the general public is known as indigo dyed weaving group (Ban Oundong), currently located in Na Nai Subdistrict Phanna Nikhom District, Sakon Nakhon province has Mrs. Sunee Promkomol as the main operator of the group. She is the main coordinator to sell the indigo dyed products both inside and outside of Thailand. Ban Oundong indigo dyed weaving group was founded in 2004 by Mrs. Chan Thaitonglert and a group of housewives in the village who want to make their folk textiles known to people outside the community and to generate income for family and also to transmit the wisdom of the ancestors to its youngsters. But most people have forgotten the process later, about the year 2555, Mrs. Sunee Promkomol decided to resign from her work in Bangkok. Then joined the indigo dyeing group therefore came to manage this weaving group to be more systematic in addition, the group is also supported by BEDO or the Office of Economic Development from a biological base. (Public Organization) as a source of learning about indigo dyeing. Resulting in Ban Oundong indigo dyed weaving group to receive continuous support and development until it is well-known today.

Ban Oundong group has many indigo plants that are cultivated for using within the group. There are varieties of indigo pods in the village, but the group prefer to grow and use straight indigo pods because it is easy to harvest and is a traditional breed indigo pod, which is a species that has a strong smell and requires a lot of water. The geographical location of Ban Oundong is ideal for growing indigo pod along the flat hillside There is a water source not far from the community. In addition, it has abundant rainfall and this climatic condition is optimum for indigo tree to grow well. So, many house in Ban Oundong has indigo plantation. At the same time, Ban Oundong, is a wholeseller of indigo in Bangkok as there is lots of demand of indigo products from the village and the group design and produce the products according to the market demand. The formation of the indigo pot of Ban Oundong weaving group is special, from the process of preparing lye to mixing the components in the indigo pot, that is to say, the lye must be prepared by using the ashes obtained from burning of the front part of banana rhizome, papaya tree, chamchuri, spinach, cassia, and kapok bark. The ashes are put in a hole-punching container at the bottom and it is the covered with coconut fiber, kapok or sponge, then water is added to filter out the drip through this container. After that, it is then mixed with lye, indigo, ime, boiled rice sauce water, leaves, sugar, tamarind etc. When the indigo water has a greenish-yellowish color in air with appearance of a small blue bubble on the surface of the water, it is assumed that the indigo water is ready for dyeing.

With regard to the cotton fiber used in indigo dyed weaving group, they are grown in the village and also used cotton from the factory because the community is supported by the municipality that came to help promote cotton cultivation by the villagers, growing in the surrounding villages resulting in trading of natural raw materials for making indigo dyeing. There is also a network outside the community in nearby villages such as Ban Phak Kham Phu and Ban Na Nai which is a source of buying cotton for the group in which villagers will produce cotton by themselves and then sell it to the group and other weaving groups. At present, the

group mainly focuses on hand weaving cotton because it is a popular product to customers and therefore, became a distinctive feature of Ban Oundong weaving group in producing cotton fibers.

The group blended ancient patterns and basic patterns inspired by the nature around them, such as turtle scales, klet lan patterns, and mudmee patterns, Klet Tao and Klet Lan scales (Varanus Bengali skin) for indigo dyeing products. Ban Oundong has a distinctive feature of cotton hand pushing both for rushing and standing and used diverse dyes. The most striking is light blue and fresh blue from natural indigo. The fabric produced are cloth, scarf, shawl, sarong, sarong, bag, cell phone case, knit hat and hair band, etc. The bestselling products are rugs or meter cloth since the group's woven fabrics use small fibers.

### **3.1.2. A variety of tourism routes in Sakon Nakhon Province**

From the obtained context study data, the researchers found that each community has distinct points of tourist attraction with different features of geographical location. Some villages included in the study have a variety of natural resources with variety of wisdom and culture. Some villages have limitation for opening as a tourist route. However, There are there are external factors that help to support and promote the ability to develop tourism routes, for example, driven by the sub-district administration organization and government agencies, the village is pushed up as an f outstanding cultural capital development model. Therefore, in this topic, the researcher present the tourism route model by dividing into 2 types as: the tourism route model at the community level and the tourism route pattern at the district level.

The study found that there are 3 tourism patterns in the indigo dyeing community who consisted of 1) The OTOP innovations pattern 2) Very Local Trip pattern and 3) The Sakon Nakhon Bio Tourism pattern

#### *a. The OTOP innovations pattern*

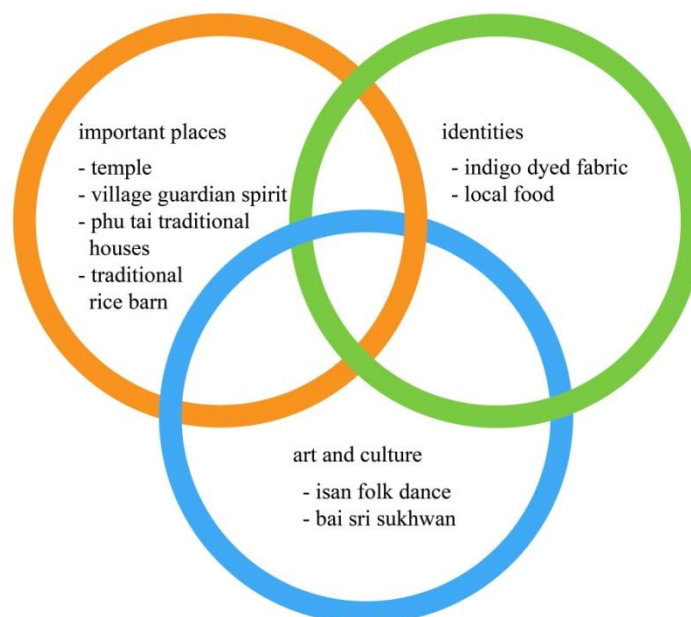
From the secondary data of the Department of Community Development Ministry of the Interior (<https://www.iotopsakon.com/about/> accessed on August 15, 2019), it is found that OTOP Tourism Community Project has been implemented with innovation and focuses on selling community products from tourism activities. This will help to transmit local culture, wisdom, way of life, and creativity to be converted into income by linking attractive tourism routes in the community income can be generated among the population living in the community to raise the economic status and development of the community. The said project has been created as a form of tourism because it gives lot of development economically to the community And the research area has been selected as OTOP Innovative Tourism Community, consisting of 2 communities, Ban Nong Khong and Ban Kham Kha, with aims to use community tourism management as a guideline to analyze the forms of community tourism.

The researcher uses the tourism route model based on the concept of OTOP tourism community as a substitute for describing the tourism route model in two research areas, Ban Nong Khong and Ban Kham Kha and found that both communities have similar forms of tourism routes, that is to say, take the strengths of their own communities as a selling point for tourist attractions such as Lak Chai Jai Ban temple ancient houses, rice coops, a unique way of life by combining the distinctive characteristics of the community with the styles of lifestyle and food including indigo dyeing weaving culture. The details are given as follows:

Ban Nong Khrong presents the form of tourism routes that focus on tourism in the community with Ban Nong Khrong being an agricultural community, practice farming, and gardening as main occupation and thereby highlighting agricultural tourism issues. It also presents the way of living, houses and ancient culture of the Kaleong ethnic group combined with learning about the ways of life of the community such as indigo dyeing, way of food consumption, dancing art etc.

Ban Kham Kha presents tourism forms, focusing on communities, cultures, and religious landmarks. Important landmarks in the village includes Lak Chai Jai Ban, Si Chomphu Temple, Tham Kham Temple and Ajaro Rangsi Temple which is combined with learning the way of life of the villagers including weaving, indigo dyeing, food, dance etc.

The OTOP innovations pattern



From the chart, it can be seen that the form of the route is based on the concept of the OTOP tourism community highlighting the importance of tourist attractions combined with cultural and performing arts by arranging tourist routes in 3 main points, such as community landmarks (Lak Chai Jai Ban, temple, ancient houses - ancient rice coops) The distinctive identity of the community (woven fabrics and local food) community culture and art (Baisri dance to the heart).

When talking of the tourism route model, it is based on the concept of OTOP tourism community, with priority on the first issue, that is innovation and giving importance to the community. The lifestyle of the community people is closely associated with Lak Chai Jai Ban temple and activities reflect the way of living, thinking in agricultural societies that rely on farming systems based on rainwater, knowledge and deep understanding of nature in the field of rice production. For example, rice is harvested in good season with merit making tradition in every new month, for 3 nights, where villagers will bring rice to make merit at the temple. What they brought to the temple is also presented in the community tourist routes. This inevitably present pictures of the type of houses of the farmers. The temple is an important place for people

in the community to interact with each other and resulting in social unification of the farmer community. Lak Chai Ban is also used as a part of the tourism route in the community because the community has other beliefs other than Buddhism, especially belief in supernatural power and Lak Chai Jai Ban is part of this belief. Learning or getting to know Lak Chai Jai Ban is like creating participation and creating unity among outsiders.

The second point is the distinctive identity of the community. The pattern of the route is based on the concept of the OTOP tourism innovative ways of using the same characteristics of the community as indigo dyeing textiles and local food. Both indigo dyeing cloth and local food reflect the main theme of being a cultural community that has a heritage and culture inherited from ancestors and the people in the community have benefited from the legacy and culture of heritage to create value. As for local food, the raw materials of the community are adapted to create value by using the wisdom of cooking from the past to make food that can be presented and supported by tourists from other regions.

The last issue is the art and culture of the community which is presented in the form of a path that adheres to the concept of OTOP tourism communities in 2 ways which are 1) local dance and 2) *baisri sukhwan* both of which have been inherited from the project organization. To create the attraction of tourists they are also performing arts that are meaningful and important to the community. That is, dance performing art. The *thai baisri sukhwan* dance is an effective group of people in the community. Because such activities require cooperation from many groups of people and also present the art of dressing in their original indigenous groups. Therefore, art and culture are important factors that must be taken priorities in tourism.

From the above, it can be concluded that the pattern of the route is based on the concept of OTOP tourism community. The innovations of Ban Nong Khrong and Ban Kham Kha communities have similar forms, namely, presenting 3 important points, namely, important places of the community, distinctive identity of the community and the arts and culture of the community. The 3 points can be considered as base for learning and leading to the distribution of income to the people in the community. It is to strengthen and develop local economy of the community.

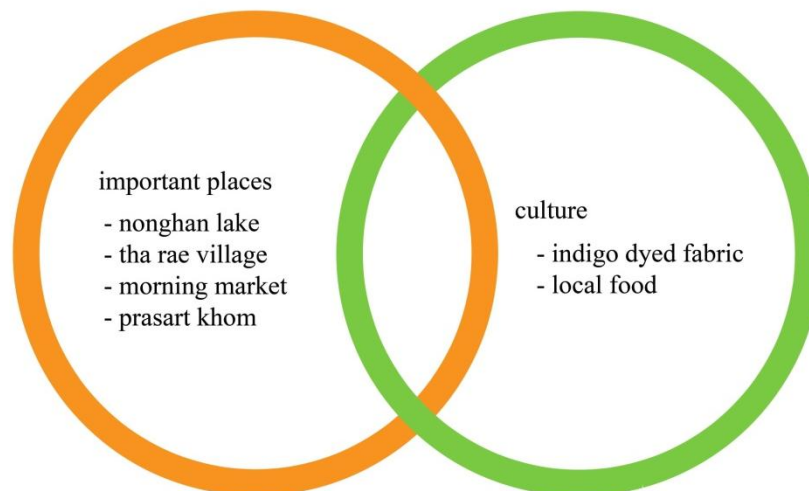
#### *b. The Very Local Trip pattern*

This route based on the Very Local Trip emphasizes a deep tourism activity in communities run by Thai and foreigners which focuses on foreign tourists to come to learn and experience the lifestyle of the community by focusing on indigo dyeing cloth communities in Sakon Nakhon Province. There are 2 communities as: Ban Nong Khrong and Ban Don Kloy. From the study, it is found that the tourism activities offered to foreign tourists give importance to the culture of the community, especially woven fabrics. It is different from the first format mentioned above by using the local community as a base for organizing tourism forms and blending them with other cultural traditions, such as provincial tourist sites, markets, important religious places in the province and there is a workshop for foreign tourists to enhance important learning experiences.

Communities tourism forms in both research areas were presented in indigo dyeing community in order to provide the opportunity to foreign tourists to visit and appreciate the value of life, culture and arts of the community, including local knowledge related to indigo dyeing.

However, the said activity does not give tourists the opportunity to practice or learn very deeply internally. They get only the opportunity to see and observe. The common feeling and depth of the indigo dyeing culture opened for tourists is just a picture of the differences of the two communities, that is, first community produced fabric for sale while from the other community can see the second form of tourism presenting via the following chart.

The Very Local Trip pattern



From the above chart, it can be explained that the format of Very Local Trip tourism places importance on places of tourist attractions in the province such as Nong Han, Tha Rae community, Prasat Khom, and morning market. In these area, the community tourist routes are constructed and focus on indigo dyed fabrics and local food presentation which does not give much importance to different areas of the community since most tourists are foreigners. Therefore, the current research attempts to present a comprehensive overview of the various provinces since the introduction of Nong Han Lake which is a large water resource and is used as an important water source for livelihood of the people of Sakon Nakhon province. In addition, there is the Rae Community, which is the largest Catholic Community in the country. This provides a chance to the foreigners to have different experience in different community to observe the culture and lifestyle of the people living there. The local market is a collection of people's lifestyles and cultures and it attracts lots of tourist. In addition, Khmer castle in Prasart Khom is also presented as a place of Brahmana - Hindu beliefs, blending of important civilizations that have appeared in this region since ancient times. It reinforces that this tourist route focuses on the main attraction and then connect to tourist attractions at the community level, especially the indigo dyeing community, which is the research area, Ban Nong Khrong and Ban Don Kloy both communities are merely representations of indigo dyeing weaving culture. But not used as a base for learning, it is only used as a base for creating impressions and satisfaction.

### c. The Sakon Nakhon Bio Tourism pattern

The format of the Sakon Nakhon Bio Tourism route is a tourism activity that combines agricultural tourism with life learning which is operated by the Office of Economic Development (Public Organization) or BEDO in collaboration with Maejo University and Sakon Nakhon Rajabhat University which focuses on allowing tourists to learn about the biological resources



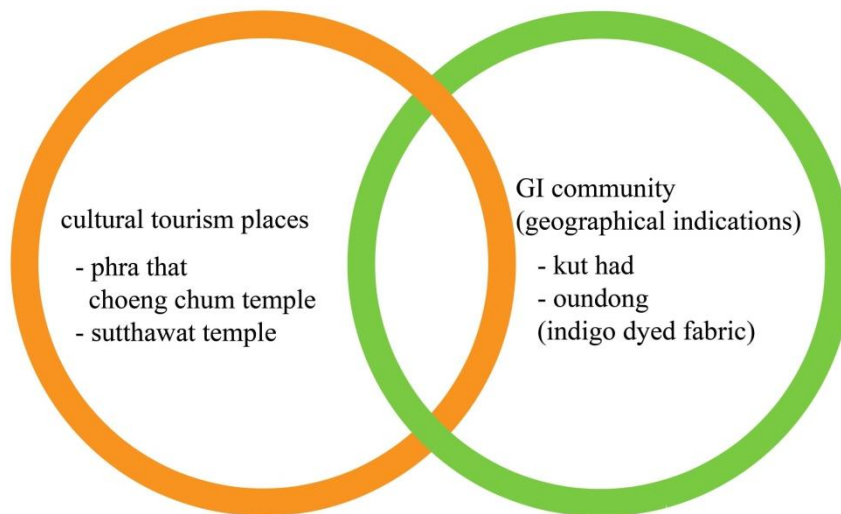
and local wisdom including the development of community products or cultural products in Sakon Nakhon Province that has been registered as a Geographical Indications (GI). These community products are like community certifications that indicate the quality and source of identification. Geography that tells the story of the origin and origin of the product. This provides tourists to see the production of GI products linked to various tourist attractions in Sakon Nakhon Province including important religious places in the province, natural attractions and ancient villages alongwith a visit to view and buy GI products in Sakon Nakhon Province. There are many outlets of GI products as the Cooperative Phon Yang Kham source of beef production, Ban Champa Hom Thong Rice Enterprise Community Group, Mak Mao Wannawong garden. These are the source of cultivating Mak Mao and Mak Mao juice and there are 2 indigo dyeing communities in Sakon Nakhon Province, which are Ban Oundong and Ban Kut Had which is also included as a research area.

From the study it is found that the tourism activities are offered to tourists by giving importance to the GI products of the province and other famous tourist attractions have not been focussed on learning the culture of the community deeply. Moreover, the production sites and those locations have an effect on being registered as a geographical indication. The activities focus on learning from the center and the operator by groups. The said tourism model aims to allow tourists to see the diversity of local bio-resources that are used to create economic value-added but stand on the base of the community and local wisdom in each area. But tourists may not be exposed to practical activities in one activity, such as other forms of tourism.

This form of community tourism selects research area at Ban Oundong village which is presented in the form of indigo dyeing community. Which gives an opportunity for tourists to learn about the biological resources of indigo, which are cultivated on the plains of the Phu Phan Mountains the indigo plantation in this area has the characteristics of indigo which is an important product. Although there are 2 species of indigo, but in the coloring process, it is found that there are differences and the production of indigo water for dyeing fabrics, then the community uses cotton fibers as an important component, resulting in good quality indigo products. In addition, the tourism route model also focuses on visiting the indigo garden, which is an important economic crop of the community. There are also demonstrations of indigo fermentation, indigo juice and indigo dyeing pots. In which all tourists will have a learning process through listening and watching is important. But the action may not be fully implemented because the duration of the journey into the community takes quite a long time and indigo harvesting was done in the early morning there will be some, just practice dyeing and buying the products of the group only in order to make it more clear to see the image of this second form of tourism presenting via the following chart.

From the above chart, it can be explained that the Sakon Nakhon Bio Tourism route model has focused on the learning process of the prototype community in terms of products that are registered as geographical indications and jointly create ways to learn about biological resources and local wisdom Which is used to create an economic value added but stands on the base of the community and local wisdom in each area especially indigo-dyed cotton fabric of Ban Un-Dong community. Which is considered to be the first GI standard in Sakon Nakhon Province. It becomes an important community product and cultural product that can generate income for the people in the community and helps to clearly improve the community economy.

### The Sakon Nakhon Bio Tourism pattern



#### **3.1.3. The development of a suitable creative tourism route model from the base of biodiversity and cultural capital based on the local wisdom of indigo dyeing**

From the context study in the research area together with the analysis of the tourism route pattern that has been done in Sakon Nakhon Province. It made the researchers see that each form of tourism and each community has some strengths and limitations that make the travel path format different. According to studies, it has been found that these strengths and limitations come from geographic conditions. Community readiness and people, which are important factors for driving tourism. However, the researcher found that what can be developed as a form of creative tourism for these communities comes from 1) the diversity of natural resources and the diversity of wisdom and culture. (Emphasizing the importance of indigo dyeing wisdom) 2) religious sites and temples 3) ethnic groups When the cultural capital of the community in the research area is assembled and analyze the problems that occurred from previous tourism management then take it to determine and draw conclusions from people in the area to get a creative tourism management model, whereby the 4 research communities are combined each community has different forms of tourism management. No duplication despite having similar cultural capital Therefore creating a form of creative tourism which will be discussed in the following details

The researchers used 3 types of cultural capital to classify points of interest and places. Interesting that is on the path of tourism forms, the first issue is about indigo dyed fabrics. By considering the characteristics of the 4 indigo dyeing communities, before using them to define the characteristics of the creative tourism styles differently from the study found that Ban Oundong community has the distinctive characteristics of indigo planting which is planted the area is over 20 rai wide and indigo cultivation is a flat area between the valleys of the Phu Phan mountain range. The plantation is in the form of a group of indigo growers, Ban Oundong-Nong Chaiwan. The period of planting from May until August will enter the indigo harvest season. Therefore consider that during the month of August onwards is the season of tourism in Ban Oundong community and tourists will be able to study and learn about indigo, a kind of natural color plant that has an influence on communities in terms of intellectual, cultural and economic

value. It is a learning of important biological resources in the area of the community that can be applied to create a creative economy. Ban Kham Kha Community there are characteristics of knowledge related to the pot forming process. preparing the dye who is complex process and has a unique style. It requires skills and experience in order to make the dye preparation effective and able to dye indigo with beautiful colors and including keeping the indigo pot to endure. The researcher has applied the knowledge of wisdom teachers as a guideline in determining the creative tourism model of Ban Kham Kha community.

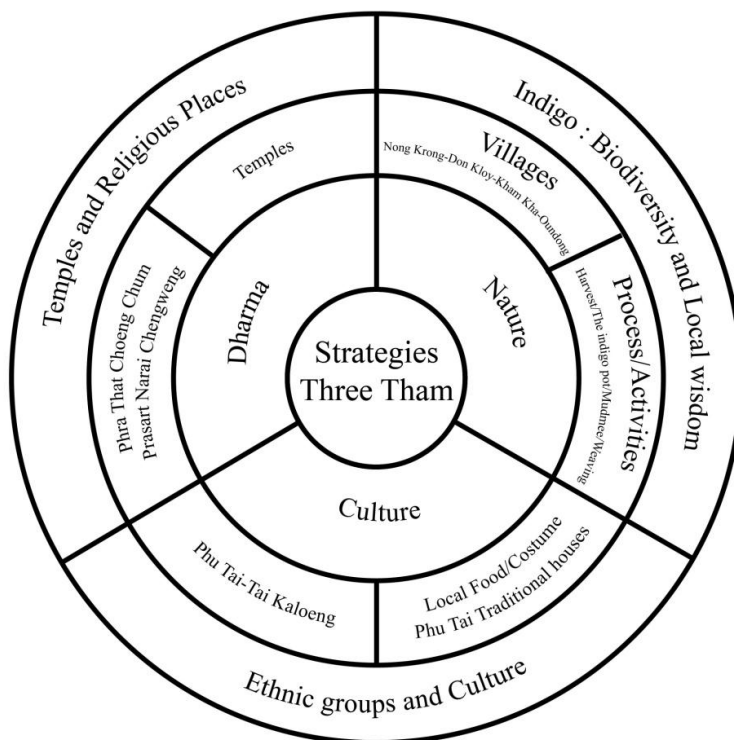
Ban Nong Khrong community the researcher has considered the skills and learning in the design of the fabric pattern and mudmee as the community has knowledge of the various mudmee patterns. It is also, when the mudmee is finished, we proceed to dye cotton fibers, which can be dyed with the patterned mudmee in various households because Ban Nong Khrong community has determined that members of the community to participate in this creative tourism activity. with Ban Don Koi Community set to learn how to search for traces, to spin cotton tubes and weaving, which is in the form of a learning base from direct experience Which various processes all of the 4 indigo dyeing community communities will have different styles. It was the strengths of each community from the process of origin, midway and destination of the production of indigo dyeing.

The second point is Religious places and temples linked to the form of tourism routes the researcher selects temples or religious sites that are located in the path of the community. The research area can be developed in conjunction with the creative tourism route. By establishing that it is an important point for tourists to study and learn about the history and autobiography of monks, professors and important people in relation to the temple or religious place resulting in temples or religious places appears on the tourist route, including Narai Jengweng Castle, Phra That Choeng Chum Stupa, Sutthawat Temple, Phurithat Thirawat Temple, Udom Somphon Temple and Santi Sangkharam temple which the form of tourism routes that have included the temples and religious sites of the city and Phanna Nikhom comprehensive and also composing a biography of the important monk of Sakon Nakhon Province, such as Luang Pu Man Phuritathera, Luang Pu Fan Ajaro and Luang Pu Sim Phutthajaro, in which the religious matter will try present an overview of the practices and the simplicity of the life of the vipassana including temples that are the destination for those who want tranquility and religious learning resources.

The last point is ethnic group., According to this research, the path of creative tourism found that the Phu Tai ethnic group is the main ethnic group and is a group that has a way of life, culture, associated with indigo dyeing cloth. It is the first group to revive the knowledge of indigo dyeing cloth to come back to life again and is a group that has inherited systematically creating that wisdom from one generation to another. Phu Tai people have a weaving culture that is closely tied to the system of relations of the family. There is a wide transfer of knowledge. In a contextual study, it was found that the Thai people of Ban Oundong have a close relationship with the Phu Tai people, Ban Kham Kha, Ban Nong Phai, Ban Non Ruea, Ban Tor Ruea, and Phu Tai people in Phanna Nikhom district. It is a group of people who migrated from Laos during the reign of King Rama III and were a group that came from Mueang Wang, Mueang Pin, Mueang Nong especially the Mueang Wang group that came to settle in Phanna Nikhom district and were scattered to settle in various areas making Phanna Nikhom District as one of the provinces in Sakon Nakhon Province that has a large number of Phu Tai people. In addition to getting to know more of the Phu Tai ethnic group, the research focuses to learn about other ways

of life, culture of the Phu Tai people as well, such as the dress, food and language of the Phu Tai people as well.

Model of Creative Tourism  
by Strategies Three Tham of Sakon Nakhon



From the above, the form of creative tourism routes can be seen by specifying the different activities in each area and creating the participation of tourists to learn and practice with the people in the community in terms of religion, religious places, way of life, food, dresses and costumes. The detail can be seen in the following chart format.

The above chart shows that the process of developing the model of the creative tourism route which the researcher has proposed aims to bring the distinctive features of the cultural products of the province along with religion, religious places, and ethnic groups resulting in a new style of creative tourism. This form of tourism has various activities, with aims to support and create a process of creating shared experiences from learning, training and being a part of the cultural host community. The process of creating community awareness in the research area for the community highlights also the weaknesses to contribute to the development of a form of community tourism. The path of this creative tourism has taken the strengths of each form that has been implemented as a guideline and add more activities that have not been done to fill the form of tourism that is more suitable for tourists.

In addition, the guidelines for the development of the said creative tourism route has also adopted the strategy of Sakon Nakhon province as a secondary tourism province, as a guideline for consideration because Sakon Nakhon province has used policy objectives in the development of trade, investment and tourism. Sakon Nakhon province has to promoted as a future tourist destination at the national level. In addition, Sakon Nakhon Province is in the upper northeast region 2, which is a transportation linking to ASEAN and southern China. This route helps to push and support the economic movement that comes from the tourism of the provincial groups

resulting in the form of a creative travel route using indigo dyeing cloth as a guide and exposed the strengths of each community to analyze the potential. The province is organized as a route that compiles the stories of 3 city tourism, namely, using nature, Dharma and culture to drive tourism and the community is an important driving force for tourism activities.

### 3.2. Discussion

The title of the research "The Development of Creative Tourism Route Model from biodiversity and cultural capital based on the local wisdom of indigo dyeing community Sakon Nakhon" a new tourism approach that focuses on increasing experience and knowledge based on the concepts adopted from previous research (Wurzburger et al., 2009). This creative tourism concept focuses on developing and creating a network of creative cities and the knowledge promoting forum and understanding of culture and identity of each community through experience. This research suggests that the strengths of the culture and cultural identity of the community are used to create new experiences for tourists. It highlights the distinctive identity of the indigo dyeing community of Sakon Nakhon province as the core of creative tourism management and is compiled with historical sites, religious places and temples including the identity of ethnic groups to present to make a difference from traditional cultural tourism.

In addition, in terms of types and behavior of tourists and cultural-related tourist sites, the research suggests that creative tourists should be engaged in activities such as photography, painting, pottery making, food and handicraft work especially participation in learning about handicrafts from indigo dyeing works of the community. This includes to having knowledge learnt from wisdom teachers who are engaged in indigo making and indigo dyeing. This is in line with the tourists' behavior of Smith (2003) that each type of tourists are interested in different places and tourism activities which can be used as a guideline in formulating strategies to meet the needs which will lead to revenue generation for tourist destinations while promoting knowledge, understanding and preserving the culture of the community.

### 4. CONCLUSION

This research study is one of the important strategies of Sakon Nakhon province on trade investment and tourism by having a tourism policy of 3 cities that is composed of nature, dharma and culture together. This can be an aid to attract a variety of tourists, thus leading to develop into a concrete creative tourism. In addition, Sakon Nakhon Province is under the group of the upper northeast region 2 which has the potential to drive the economy resulting from creative tourism because there are a variety of natural attractions, biological resources and local knowledge including ethnic groups with unique identities and is also a bridge on the eastern economic corridor connecting to ASEAN countries and southern China. Therefore, it is necessary to plan for development of the region as a secondary city for tourist destination.

Although cultural tourism has appeared in the upper northeast region in the past 2 years, it is found that creative tourism is still in a limited area causing the movement of creative tourism to be in nascent stage. If the form of a creative tourism route is developed by using local cultural capital as a guide, it will help tourists to learn new experiences, new knowledge and new tourism activities that lead to the realization of global citizenship and local citizens (Glocalization). However, creative tourism not only uses knowledge and experience, it still need to consider the management style that requires cooperation from all sectors, especially the "community", which

is the heart of the creative tourism operations. In order to create cultural tourism, the operating agencies of the community must have knowledge, understanding and consciousness of service, to be a good host, including creator of tourism activities that do not destroy identity and identity of the community and also must be a creator of common experiences for tourists, especially the creation of new knowledge in different cultures by using appropriate activities for the tourism community which is a true reflection of the way of life of people in the local community.

## 5. SUGGESTIONS AND RECOMMENDATIONS

This study should extend

1. the study of the factors that affect the accomplishment of creative tourism in the weaving community,
2. the factors that contributed to the strengthening of weaving community,
3. research results should be extended to other groups in the community employing the community empowerment approach from case study of indigo dyed cloth.

## REFERENCES

1. Anne Mattson. (online). Indigo in the Early Modern World. USA: James Ford Bell Library, University of Minnesota.
2. Anurat Saithong and Wongduan Udomdechawate. (2002). The development of learning package in textile from Thai-yo wisdom. Sakon Nakhon: Sakon Nakhon Rajabhat University.
3. Chathiphot, D. (2015). Women's life of weaving and indigo dyeing: Transmission and Creative wisdom of Phu Tai Indigo Dye Textile. The 5th Cultural Research :
4. Culture in Life and Life in Culture: 5 July 2015. Bangkok: Department of CulturalPromotion, pp. 6-20.
5. Chathiphot, P. (2017). The role of Phu Tai women through their local wisdom of indigo-dyed textile in community strengthening in Sakon Nakhon province, Thailand.
6. International Symposium on Social Sciences and Management. January 19-21, 2017. Hokkaido, Japan. pp. 315-328.
7. Chatthip Nathsupha. (1998). Thai Village Culture. 2<sup>nd</sup> ed. Bangkok: Sangsan.
8. Chiranut Sopha et al. (2015). The Development of Gastronomic Tourism Routes in ASEAN. Suan Dusit Rajabhat University.
9. Department of Intellectual Property, (2015). Announcement of the Department of Intellectual Property: Registration of Geographical indication Natural indigo fabric, Sakon Nakhon. 11 March 2015.
10. Leesuwat, W. (2007). Encyclopedia of Textiles and Weaving. Bangkok: Muangboran Publishing.
11. Pannawadee Srikhao, Pokkasina Chathiphot and Nilobol Phuraya. (2017). The Cultural Co-Characteristics and Socio-economic Value Creation of Indigo Dyed Clothes in Phanna Nikhom District of Sakon Nakhon Province. Sakon Nakhon: Sakon Nakhon Rajabhat University.
12. Pongsan Srisomsap. (2016). Creative Tourism Model for ASEAN Economic Community (AEC) : A case study of Chon Bun Province. Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University.

13. Rangsana Thanaphonphan. (2003). Cultural Capital: Culture in the Global Capitalism. Bangkok: Matichon.
14. Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research* 38, 4, p.1225-1253.
15. Ruengsuwan, J. (1972). *Khong Dee Isan*. Bangkok: Religious Publishing.
16. Santasombat, Y. (2001). *Man and Culture*. Bangkok: Thammasart University Publishing.
17. Samutthakup, S. and Kittiarsa P. (Editors). (1993). *Culture and Society in Isan of Thailand: Cultural Anthropology articles*. Nakhon Ratchasima: Anthropological Museum of Northeastern Project, Institute of Social Technology of Suranaree University of Technology Nakhonratchasima.
18. Srisak Valipodom. (1997). *A Northeastern site of civilization*. Bangkok: Matichon.
19. Tangthawonsirikul, C. (1998). *Symbolism of Lao (Vientiane) Textiles*. Pathum Thani: Thammasat University Press.
20. Viboon Leesuan. (1984). *Folk crafts*. Bangkok: Banyan.
21. *Encyclopedia of fabrics and weaving machines*. Bangkok: Muang Boran.
22. Yanumas Sroysua. (2008). *Cultural capital for tourism of Amphawa community*. Master of Arts Program in Human and Social Development, Chulalongkorn University.

## **THỦ ĐÔ VĂN HÓA CỦA CỘNG ĐỒNG DỆT NHUỘM CHÀM CỦA DÂN TỘC PHÚ TÀI ĐỐI VỚI SỰ PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG SÁNG TẠO**

### **Tóm tắt**

Bài viết này nhằm mục đích nghiên cứu trung tâm văn hóa nhuộm chàm của Ban Nong Khong, Don Kloy, Kham Kha và Oun Dong, huyện Phannanikhom, tỉnh Sakon Nakhon, Thái Lan. Đây được phát triển như một làng du lịch văn hóa sáng tạo, số liệu được thu thập từ thủ đô văn hóa, bao gồm bối cảnh xã hội và văn hóa của cộng đồng nhuộm vải chàm thông qua quan sát, tham gia, phỏng vấn sâu, thảo luận nhóm và thử nghiệm với những người cung cấp thông tin quan trọng để tìm ra những cách phát triển thành một cộng đồng văn hóa cho phát triển du lịch bền vững.

Nghiên cứu cho thấy văn hóa chủ yếu trong cộng đồng này, đặc trưng bởi dệt bông nhuộm chàm, yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập của người dân trong cộng đồng. Hầu hết cư dân ở Ban Nong Khong, Don Kloy, Kham Kha và Oun Dong được thừa hưởng nghề dệt vải nhuộm chàm và sự khôn ngoan từ tổ tiên của họ. Nghiên cứu cũng cố gắng tạo ra nhiều giá trị hơn bằng cách thêm vốn văn hóa và trí tuệ bản sắc dân tộc Phú Tài và dệt nhuộm chàm làm đại diện cho cộng đồng du lịch văn hóa, bằng cách sử dụng mô hình trình bày cộng đồng với các hoạt động du lịch sáng tạo như nhuộm, dệt và nấu ăn địa phương. Những hoạt động này tạo ra trải nghiệm chia sẻ cho khách du lịch tham gia học hỏi về vốn văn hóa và trí tuệ của cộng đồng Phú Tài

### **Từ khóa**

Thủ đô văn hóa của cộng đồng, du lịch văn hóa cộng đồng, du lịch sáng tạo, dệt nhuộm chàm của người Phú Tài.

## PROMOTING TOURISM DESTINATIONS VIA THAI TELEVISION DRAMA

**Sirilak Sriphachan**

*Sakon Nakhon Rajabhat University, Thailand*

### **Abstract**

Tourism has a great impact on national economies. This hospitality industry has been used as a tool to increase gross domestic product by many governments. Recently, film induced tourism has become a very popular trend among travelers. However, this field of study can be deemed a new paradigm among Thai Tourism and Hospitality scholars. Therefore, in this article, the author explores and discusses this type of tourism. The main purpose of this academic writing is focused on how Thai television dramas and films can be employed to promote tourism destinations in the Northeast, Thailand. Since *Nakhi*, a popular TV drama of 2016 and *Nakhi 2*, the film produced in 2018 were made on the Northeastern locations, this paper delineates the speculated effects of both motion pictures on tourism business of the region. Guidelines on making use of the film influence to promote tourism were also given.

### **Keywords**

Tourism, film induced tourism, television drama.

### **1. INTRODUCTION**

The Northeast of Thailand, also known as Isan, has often been regarded as the nation's forgotten backyard. It is considered the least developed and poorest region in spite of its largest size and population. The region covers one-third of Thailand's area and is dwelled by more than thirty-four million citizens or one-third of the total people. Based on many studies, the regional poverty has been assumed to be derived from these reasons: the majority of Isan people are farmers whose small-scale agricultural activities provide the low marketing bargaining power; the productivity of their crops is low due to the infertile, saline and sandy soil; little rain; inadequate fertilizer; and poor irrigation facilities. Indeed, the destitute living situations of these Northeastern agrarians have even been set side by side to those unfortunate situations that take place in Sub-Saharan Africa (Richter 2006; Clarke 2006: 177; Jerrold & Chamrathirong 2011: 58).

The United World Tourism Organization has predicted 3-4% increase of global tourism in 2019 (International Medical Travel Journal 2019: Unpaged). It was reported also that tourism remained to be the fastest growing industry with considerable growth even when the world had confronted with economic instability or recession in 2014. Therefore, it is unquestionable why tourism has always been considered as the powerful driving force for an international economic development (Huttasin, Mommaas & Knippenberg. 2015: pp. 103-104). With the provision of numerous employment opportunities, the industry has been used as a key tool by the governments worldwide to reduce poverty, lower income inequality and boost the country's economy.

In case of Thailand, foreign tourists increased from 3052287 in June to 3327198 in July 2019. On the average, 152.396.317 visitors arrived Thailand from 1997 to 2019. In December of 2018, the country had witnessed 3845811 foreign visitors, (the highest number in the record).



Statistically, it is apparent that tourism business has been well-established and developed satisfyingly in Thailand. The industry accounts around 10% of Thailand's economy. As a matter of fact, The Tourism Authority of Thailand expects that 40 million tourists will visit the country in 2019. At least B3.4 trillion in revenue or the rise by 10% is anticipated to be made from both the international and domestic travelling markets this year (Thailand Tourist Arrivals. 2019: Unpaged; Thai Life. 2018: Unpaged). Because the business plays an important economic role, tourism has always become part of Thailand's top agenda.

Although the success of tourism industry in Thailand has often been recognized locally and universally, the fruitful outcomes of the business can only be attributed to the tourist attractions located in the North, South and the Central Regions. Rarely have the Northeastern or Isan destinations been popularly visited by either Thai or alien travellers. Tourism in this region lagged behind other areas. The unproductive results of tourism in the Northeast may be caused by an ineffective management leading the region to become the least visited position in the country. To fix this problem, according to James Higham's *Thailand: Prospects for a Tourism-led Economic Recovery* (2000: 129-143), the "Amazing Isan" campaign was launched in order to promote the inexpensive destinations of this unfortunate tourism Thai zone. Nevertheless, tourism incomes in the Northeastern part is still regarded as lower than the average in comparison to those obtained in more popular tourist attractions in other regions. Owing to these reasons, this paper proposes and addresses the deployment of *Nakhi* or other TV dramas and motion pictures filmed in the Northeast to be an alternative and entertaining tool to influence and boost tourism business in the Northeast, Thailand.

## 2. DISCUSSION

Film induced tourism is a new form of travelling business. It engages the journeys to any destinations which are featured through motion pictures on television, video, cinema or computer screens. Travellers who take part in this kind of tours have been inspired by the places they have viewed in the films. As a result they would like to directly experience and relate themselves more to the films by visiting the movie locations, film sets, or the film theme parks. Tourists who decide to go to Hoi An, Vietnam, after they have watched Thai TV drama *Hoi An... Chan Rak Thur*, for instance, can be classified as the visitors of film induced tourism. Indeed, we do not really know whether their decision has been made either because they have been impressed by the love story between the female and male protagonists (a Vietnamese girl called Huang Mei and Thai man called Muang-man), or because they just want to take a look to make sure that this ancient Vietnamese city appears to be scenic, magical, romantic, similar to or different from what they could feel or see from the film or not.

As elaborated in *Film-induced Tourism: Inventing a Vacation to a Location*, more and more tourists had visited the places which had been projected through films and television series without any tourism promotion campaigns launched by both the government and non-government agencies. The phenomenon is understandable because favorable images of the destinations shown on these films and TV dramas impact a great deal on traveller's destination choice. The knowledge concerning certain aspects of the places such as their nature, culture, and people is provided to the filmgoers or TV drama viewers. Subsequently, the notions obtained through watching films will influence the viewers' attitudes towards the presented locations. Consequently, their interests in these destinations will grow driving them to pay a genuine visit to the shooting places of these motion pictures (Rewtrakunphaiboon. 2008: 34).

It is undeniable that movie or TV drama locations can draw travellers' attention and interests. Psychologically, movie locations can appeal to tourists because, like the movies, they bestow an escape or a fantasy world to visitors. Besides, visiting the real places enable the viewers to turn the intangible or imaginative experiences gained from watching dramas to be the tangible or concrete experiences. In other words, visiting the real places gives viewers a more realistic sense to them than just appreciating the visual images from the flicks. As added in the study performed by Rewtrakunphaiboon (2008: 34-36), an intangible visual experience is available from the movies while taking a look at the real movie sets and film locations in person provides something truer to visitors. For these reasons, there has been a growing phenomenon that tourists visit destinations presented through films leading to a new form of increasingly important cultural tourism called film-induced tourism.

There have been many interesting tourism spots projected in *Nakhi*, a popular Thai mythical drama aired on Thai TV channel 3 in 2016 and *Nakhi 2* made in 2018 for the cinemas. Although the storyline of both the TV drama and the silver screen movie was originally set in the Northeast, Thailand (Khong Chiam of Ubon Rachathani), the filming locations also included other regional places such as Kanchanaburi's and Erawan Waterfall and Prasart Muang Sing; Uthai Thani's Pa Tard Cave, and Puwai Cave; Nakhon Nayok's Wang Takrai Waterfall; and Ratchaburi's Chompol Cave. As regards Northeastern locations, three outstanding destinations were selected to be the settings of this film: Buriram's Prasart Hin Phanom Rung; Nakhon Ratchasima's Jim Thompson Farm; and Chaiyaphum's Pa Hin Ngam.

Tracking down these movie locations, tourists will find that the Northeastern is the land of diversity. Each tourist attraction offers different pleasure, impressive attractiveness, and distinct benefits to its visitors. Taking a trip to this region, visitors can choose to stop by several places depending on their preference and interest. Located in Pak Thong Chai, as its name implies, agritourism is available from Jim Thompson Farm. The place is open to the public to enjoy Northeastern farming lifestyle only during mid-December to mid-January. The farming values of the Northeasterners can be appreciated through agricultural activities launched at this farm: extracting silk, making pottery, rice husking, shopping, etc. Every year, the farm presents unique thematic agrarian activities from which visitors can learn and be enthralled. In contrast to Jim Thompson Farm, Pa Hin Ngam of Chaiyaphum is well-known for its natural beauty. Visitors will be drawn in by hugely unusual rocks of different shapes. Apart from the strange rock formations, travelers can gain adventure, relaxation as well as health by trekking along various natural wonders at Pa Hin Ngam: blooming wild flowers, waterfall, rivers, steep cliffs and Thung Dok Kra Jiao or Bau Sawan Field (Field of Curcumas).

Being Thailand's most impressive and important Khmer temple, Prasart Hin Phanom Rung in Buriram was built during the 10<sup>th</sup> - 13<sup>th</sup> century to be Hindu temple as a sacrifice to Shiva. This historical and archeological site was unique because it was made of the pink sandstone. To enter into the main sanctuary of Prasart Hin Phanom Rung, visitors have to pass two Naga (male serpent deity) bridges. It is believed that these Naga bridges represent the stairway or passing from the planet dwelled by humans into another planet dwelled by Gods. After *Nakhi* (female serpent deity) was broadcast on channel 3 in 2016, the venue became more popularly visited by the drama fans who desired to trace and recall the romantic and magical feelings of their favorite movie. In other words, they want to reconnect with the leading characters of this drama from this filming location of *Nakhi* (Wijit 2016: 93). Owing to the success of this film, the provincial government of Buriram had invited Nataporn Tameeruks, the movie star who took the leading

fictional role of *Nakhi*, to perform in the annual Phanom Rung Historical Park festival of Buriram. As a matter of fact, the festival is usually held around the end of March to the beginning of April in order to promote tourism and to conserve the local archeological sites and national treasure. Certainly, the significant annual event combines all spectacular cultural, adventurous and commercial activities such as performing arts of Apsara dance performance, special light show to showcase the ritual to worship the celestial beings who dwelled at Prasart Hin Phanom Rung, exhibitions of OTOP products and local foods, sports games, etc.

To induce the viewers to visit the locations used for shooting the films requires several techniques. As elaborated in *An Exploratory Research on Perceived Destination Attractiveness from Viewing Korean Film of Thai Private University Students: A Case Study of Bangkok University*, several film components must be appropriately, craftily, and collectively portrayed in the film so that the viewers could be prompted to take a real trip to its filming locations (Rewtrakunphaiboon 2017: 124). Indeed, according to study conducted by Nicki Grihault, apart from the settings of the film, the combination of celebrities, storyline and songs were all crucial for whether or not the moviegoers would make a decision to journey to the shooting destinations. of the films. If these elements had been blended perfectly well arousing the movie spectators to feel very much impressed and emotionally attached to the events, the characters, or other respects of the films, it was certain that these tightly bonded viewers would take a trip to visit the filmed locations (2003: 1-22).

It is discernible that the featuring of the locations together with plot, songs and celebrities in the film can motivate the viewers to take a tour at the settings of the film. As a matter of fact, the projection of the places in the films are not beneficial for boosting the number of tourists to visit only the filming locations. In addition to inducing tourism, films can be employed to promote different aspects of the places or the communities. As reported by tourism and hospitality scholars, governments and non-government sectors can deploy films to create positive awareness, knowledge, and perception concerning local or national food, products, landscape, scenery, language, education, culture, the society and so on to the viewers or filmgoers. By familiarizing them with the favorable images of these items, other forms of tourism can be instigated and blended in film-induced tourism: shopping tourism, ecotourism, culinary tourism, cultural tourism, sports tourism, medical tourism, you name it (Rewtrakunphaiboon 2017: 123; Kim & Nam 2016: 524-540). Consequently, in light of promoting tourism in the Northeast, Thailand, many unique, exotic, and outstanding qualities of this region, particularly those which are unavailable from popular attractions in other regions, should be highlighted and presented in the films. Furthermore, to make it work in practice, it is advisable that local governments or private sectors in the Northeast should join hands to support and enhance film producers and studio owners to showcase and incorporate these favorable aspects of their region into their films.

Generally, the location of the Northeast provides a lot of promising opportunities for both domestic and international businesses including tourism, and hospitality industry. Bordered by Mekong River and Laos to the north and east and Cambodia to the south, the region has been established as one of Thailand's Special Economic Zones. This means that some provincial areas of the Northeast can be deemed the gateways to connect, scaffold, and exchange multilateral investment, trade, education, culture, as well as tourism with the neighboring countries. Based on the agreements among the governments, the infrastructure development projects have been constructed while the cross-border, customs, and immigration agreements have been made in

order to facilitate transactions among these neighboring ASEAN nationalities. Therefore, all Thai and alien travelers who want to get around the major cities of the Northeast are conveniently provided with either the land, water or air transports.

Apart from containing the tourist attractions like those which had been used as the filming locations for *Nakhi*, this part of Thailand also embodies reputable religious, cultural and historical uniqueness. Thus, it can be said that the Northeast can fulfill different interests of all types of visitors. In terms of religion, for instance, many renowned Buddhist monks of the country came and come from the Northeast: Luang Bu Man Bhuridatta, Luang Bu Chah Subhaddo, Luang Por Koon Bhurisutto, Luang Ta Maha Bua Yanasampano, etc. Their monasteries and stupas scatter around Isan or the Northeastern territory. For these reasons, their believers, both Thais and foreigners, have regularly launched Dharma tours to visit these religious sanctuaries where the revered Buddhist monks used/use to practice their religion or teach their Buddhist followers. Besides paying homage to these respectable monks/their statues and making merits, these Dharma tourists, like most pilgrims, may learn to meditate to gain peace and develop their spiritual progress by visiting these holy places.

Regarding the Northeastern cuisine, although Isan dishes are spicier and more pungent than those of other regions, the popular local ones are usually confirmed to be not only tasty but also useful for our body and very easy to make. As reported in “The 15 Healthiest Thai Food Dishes In Thailand”, a foreign boxer and columnist who has been living in Thailand for years has confirmed that the local dishes from the Northeast, Thailand, are “healthier and more simple fare” (Ben. 2017: 1). When coming to the Northeastern territory, travelers are recommended to try all these dishes: Papaya Salad with Plara (fermented preserved fish) and Grilled Chicken or Grilled Fish, Om, Bamboo Shoot Soup and Yanang Leave Extract, Fried Plasom, Mok and Isan Sausages. Usually, the Northeasterners will have their meals with steamed glutinous rice when eating their local dishes. It is commonly known by experienced chefs that cooking the Northeastern recipes requires a lot of seasonings from chili, Pla Ra and several indigenous herbs. With these additions, the Northeastern dishes will certainly provide distinct appetite due to the cooking materials’ exotic smells and flavors. Once these visitors try the Isan dishes, they will always crave for the hot and pungent tastes of the original local diets of this region. All in all, taking a little heat in your belly, not only can the hot and spicy Isan food help you stay away from heart disease and cancer. In fact, its spiciness can help alleviate pain and speed up weight loss as well (Breslau. 2019: 1). Astonishingly, entomophagy is common in this part of Thailand; bugs like silkworms, crickets, dung beetles, grasshoppers, or even stink bugs are commonly sold in the fresh markets and eaten by the Northeasterners. Red ants together with their eggs have been used in many special recipes, spicy salad, omelets with red ant eggs, bamboo shoot soup with red ant eggs; for instance, not to mention frogs, lizards, geckos or snakes. Whenever these strange insects and animals are in the season and they are shown in the food shop’s menu, get a few bites and you will have no regrets trying something new, healthy and yummy.

In terms of cultural events, the Northeasterners have a number of year- round festivals to celebrate. Starting from January, the International Marathon is held in Khon Kaen whose running course goes through academic areas, cultural, natural and ethnic communities from which the runners can take pleasure and relaxation during their exercise. Moving further to February, a few more cultural events are offered for visitors who travel in the Northeast: Ban Chiang World Heritage Festival in Udon Thani, Garland Festival in Yasothon, and Phra That Phanom Fair in Nakhon Phanom. Visitors will enjoy the traditional dances, shows, light and sound presentation,

dinner in Northeastern style, exhibitions, and sales of local products at Ban Chiang World Heritage Festival. At the same time parades and religious activities can be witnessed from Garland Festival and Pra That Phanom Fair.

Travelling to the Northeast during March to May, these events should not be missed without due cause Bun Phawet Festival, Miracle Phanom Rung, Dok Khun Siang Khaen Songkran Festival and Rocket Festival. Since the second festival has already been mentioned, discussion about it will be omitted here. As for the first religious event, it is held in Roi Et and Loei Provinces to showcase the procession of Phra Uppakhut, a patron of Phawet ceremony. Salient features are the 13 preaching episodes of Thet Maha Chat (Great Birth), light and sound presentation, free vermicelli or khao poon, and steamed sticky rice (khao tom mut). Of Dok Khun Siang Khaen Songkran Festival, the event is deemed the traditional Thai New Year. Launched in Khon Kaen, Isan food, local products, performances, contests, folk music, Golden Shower tree flowers (Dok Khun), and water splashing are integrated in this festival. Because May is the beginning of the planting season, to worship and appease Phaya Taen, the Rain God, Rocket Festival is held by the Northeasterners around the second week of the month. Major activities visitors can observe in the event include rocket procession, Miss Rocket beauty contest, exhibition of local handicrafts, arts, dances, and cultural performances, etc. Before the rockets are placed on the carts or vehicles, they have been exquisitely decorated to represent several beliefs of the villagers. However, most of the rockets are adorned in the shape of the Naga or great serpent. The biggest and most famous Rocket Festival is held in Yasothon Province.

In spite of traveling difficulty, people who come to the Northeast during the rainy season of June and July can journey and revel along the Mekong River while taking part in the colorful ghost festival, Phi Ta Khon at Dansai, Loei. Getting further to Chaiyaphum, Siam Tulip (earlier mentioned as Dok Kra Jiao, Bau Sawan, or Curcumas in Nakhi shooting location section) will be in bloom. Taking a fascinating view of the vast Pa Hin Ngam which is scattered with these pinkish-purple flowers, travellers will certainly become mesmerized by its natural beauty. Besides the wonder from nature, visitors can join in the mountain bike competition, rock climbing as well as local product exhibition set at the nearby Sai Thong National Park of Chaiyaphum. At the end of the rainy season, visitors, the Buddhists in particular, can gain merit and at the same time, have fun from Ubon Ratchathani's Candle Festival held around Asanha Pucha Day and the beginning of the Buddhist Lent or *Khao Phansa*. The best known traditional procession of the decoratively molding and sculpting candles is launched in this event.

To make the cool season more virtuous and enjoyable, Wax Castle Festival in Sakon Nakhon is highly recommended to take part in. In opposition to Ubon Ratchathani's Candle Festival, this religious event is held at the end of Buddhist Lent i.e. around October. Participants of the festival will be fascinated by the parading of intricately carved wax castles. Ancient boxing dance, traditional music, performance, and ethnic peoples in their unique costumes can be witnessed in these parades. After Sakon Nakhon's Wax Castle Festival, travelers may visit Nong Khai Province to observe Bang Fai Phaya Nak or Naga Fireballs taking place annually around mid-October in the full moon night of the eleventh lunar month. According to the belief of the villagers, the great male serpent or Naga inhabiting in the river will light and shoot the balls of fire out off Mekong River to be burnt in the air. This mysterious and supernatural act is considered by the believers as the devotion to show respect to the Lord Buddha.

Before the end of the year, Phimai Festival in Nakhon Ratchasima and the spectacular Elephant Round-up and Elephant Show in Surin will delight and warm the visitors up from

Thailand's cold weather during November. Like most festivals, the former event showcases light and sound presentation, musical shows, cultural performances and sales of local products. In the latter one, travelers will be excited by the taming of more than one hundred gigantically wild jumbos and their talents in the mock battle, soccer, etc. In late November to the beginning of December, Silk, Phuk Siew and Red Cross Fair is held in Khon Kaen. Unlike the previously mentioned events, in this festival visitors can take part in the friendship making ceremony (Phuk Siew), enjoy Northeastern style dinner, *palaeng*, cultural procession, silk weaving, sales of silk and other local products as well as witnessing the beauty contest.

*Winter Flower Fair in Phu Rua District of Loei and Isan Grand Kite Festival of Burirum will help visitors to merrily bid goodbye to the end of the year. In December, spectacular parade and sales of flowers and plants are the major presentations in the first event while the second one will showcase kite flying competition as its highlight. In similar fashion to most festivals, folk music, cultural performances, exhibition with sales of local products, beauty pageant, games, you name it, are certainly be available for visitors and onlookers to merely take pleasure, to learn from, to shop or do business with (Highlighted Festivals in Northeast (Isan). 2018: Unpaged).*

According to Movie Effects on the Image of Thailand among College Student Travellers, watching film alone did not guarantee that viewers would take a trip to the filming locations they saw on the screen. As added in the same study, the places featured in the movies could draw the public to travel to the shooting destinations only when the films happened to receive phenomenon success (Siriangkul. 2005: 361). Indeed, studies have shown that people make a decision to go somewhere owing to numerous intentions: holiday, recreation, business, health, study, missions, religion, sports and/or meeting friends and family. Either for pleasure or business or for both reasons, it has been reported that people who travel need to satisfy their curiosity and inquisitiveness. They travel to get away from routines in their lives. They seek to do, discover and experience something different. In so doing, factors which will influence them to choose the destinations for their journeys incorporate these attributes: natural features, climate, social characteristics, general infrastructure, basic services infrastructure, tourism superstructure, transportation access and facilities, cost, economic and social ties and uniqueness (religious center, distinct geography, for example) including attitude toward tourists (Pool. 2006: 2-7).

According to Movie Effects on the Image of Thailand among College Student Travellers, watching film alone did not guarantee that viewers would take a trip to the filming locations they saw on the screen. As added in the same study, the places featured in the movies could draw the public to travel to the shooting destinations only when the films happened to receive phenomenon success (Siriangkul. 2005: 361). In compliance with the results reported in Siriangkul's article, several research projects have shown that people make a decision to go somewhere owing to numerous intentions: holiday, recreation, business, health, education, missions, religion, sports and/or meeting friends and family. Either for pleasure or business or for both reasons, people who travel, as confirmed by scholars and researchers, need to satisfy their curiosity and inquisitiveness. They travel to get away from routines in their lives. To put it differently, they seek to do, discover and experience something new. In so doing, factors which will influence them to choose the destinations for their journeys must incorporate these positive attributes: natural features, climate, social characteristics, general infrastructure, basic services infrastructure, tourism superstructure, transportation access and facilities, cost, economic and social ties and uniqueness (religious center, distinct geography, for example) including attitude toward tourists (Pool. 2006: 2-7).

Although the people in the Northeast, Thailand, are not well-off, they are truly nice, friendly, and likable people who will rarely disappoint their visitors. As presented in many sources, especially in the movies, the Northerners have often been projected as joyful, funny, honest, simple and easy-going persons (Kittiasa. 2003: 49). With these favorable qualities, it can be said that wherever the tourists go to in the Isan compound, they will feel very much welcome and satisfied with the locals' hospitality. Try visiting Isan once, and you may want to come back to the region as soon as you can.

### 3. CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

Travel and tourism is one of the world's largest industries. It is said to surpass food import-export, oil trading, and even automobiles. It narrows down income gap, boosts economic growth because it promotes job creations. The benefits of travel and tourism are unquestionable as they have already been briefly discussed. Nonetheless, there are two sides of every coin. In the same vein as other businesses, an excess of tourists may bring about negative effects to the local communities. Moreover, the success of films in encouraging people to visit their shooting places will fade over time. For these reasons, the negative impacts from tourism on the community's environment, culture, and the society such as pollution, crime, traffic, privacy loss, etc. must be taken in to account and the travel and hospitality industry must be efficiently and sustainably managed with pre-caution by all parties involved in order to prevent over-tourism and its undesirable aftermaths.

### REFERENCES

1. Breslau, E. (2019). The 5 Amazing Health Benefits of Spicy Foods. Retrieved from [https://www.huffpost.com/entry/the-5-amazing-health-benefits-of-spicy-foods\\_n\\_52592ce4b08069c7a5cc36?guccounter=1&guce\\_referrer=aHR0cHM6Ly9xcW9vLmNsdWlvcnVzdWx0cy5waHA\\_d2Q9QnJlc2xhdSUyMHNwaWNpbmVzcyUyMGZvb2Q&guce\\_referrer](https://www.huffpost.com/entry/the-5-amazing-health-benefits-of-spicy-foods_n_52592ce4b08069c7a5cc36?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly9xcW9vLmNsdWlvcnVzdWx0cy5waHA_d2Q9QnJlc2xhdSUyMHNwaWNpbmVzcyUyMGZvb2Q&guce_referrer)
2. Clarke, M. (2006). Policy implications of the index of sustainable economic welfare: Thailand as a case study. In *Sustainable Development Indicators in Ecological Economics*, ed. Lawn, P. 166-185. Cheltenham: Edward Elgar.
3. Grihault, N. (2003). Film-tourism - The global picture. *Travel and Tourism Analyst*, (5), 1-22.
4. Higham, J. (2000). Thailand: Prospects for a tourism-led economic recovery. In *Tourism in South and Southeast Asia: Issues and Cases*, ed. Hall, C.M. and Pages, S., 129-143. Oxford: Butterworth and Heinemann.
5. Highlighted Festivals in Northeast (Isan). (2018). Retrieved from <https://isan.sawadee.com/festivals.html>
6. Huttasin, N., Mommaas, J. T. & Knippenberg, L. (2015). Towards tourism development of the Isan region, Northeast, Thailand. *International Journal of Asia Pacific Studies*. (Supplement 1), 103-128.
7. Jerrold, W. H. & Chamrathirong, A. (2011). *Thailand Migration Report 2011*. United Nations Report, Bangkok.
8. Kim, S., & Nam, C. (2016). Halluyu revisited: Challenges and opportunities for South Korean tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(5), 524-540.
9. Kittiasa, P. (2003). *Localism*. Bangkok: O.S. Printing House.

- 10 Pool, A.L. (2006). Factors influencing international tourists in choosing a travel destination: A case study of Penang, Malaysia (Thesis, University of Sains Malaysia School of Housing, Building & Planning).
11. Rewtrakunphaiboon, W. (2008). "Film-induced tourism: Inventing a vacation to a location". *BU Academic Review*. 8(1), 33-42.
12. (2017). An exploratory research on perceived destination attractiveness from viewing Korean film of Thai private university students: A case study of Bangkok.
13. University. *BU Academic Review*. 16(1), 115-128. Richter, K. (2006). Thailand: Northeast and Economic Development. Presented to World Bank and NESDB on Management of Regional and Spatial Development, 26 October, Bangkok, Thailand.
14. *International Medical Travel Journal*. 2018: Unpaged Sirianguk, A. (2005). Movie effects on the image of Thailand among foreign student travelers.
15. Paper presented the Northeastern Recreation Symposium. New York: USDA Forest Service Club Venture Publishing. Thailand Tourist Arrivals. (2019). Retrieved from <https://tradingeconomics.com/thailand/tourist-arrivals>.
16. Thai Life. Thailand, third biggest medical tourism destination in the world. (2019). Retrieved from <https://thethaiger.com/thai-life/thailand-third-biggest-medical-tourism-destination-in-the-world>.
17. Wijit, I. (2016). Communications of identities to promote the tourism of Buriram province. (Thesis, Mass Communication Journalism, Thammasat University).

## QUẢNG BÁ ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH QUA PHIM TRUYỀN HÌNH THÁI LAN

**Sirilak Sriphachan**

*Trường Đại học Sakon Nakhon Rajabhat, Thái Lan*

### Tóm tắt

Du lịch có tác động lớn đến các nền kinh tế quốc gia. Ngành Công nghiệp này đã được sử dụng như một công cụ để tăng tổng sản phẩm quốc nội của nhiều chính phủ. Gần đây, việc thông qua các bộ phim để quảng bá du lịch đã trở thành một xu hướng rất phổ biến. Tuy nhiên, lĩnh vực nghiên cứu này có thể được coi là một mô hình mới trong số các học giả về du lịch và khách sạn Thái Lan. Do đó, trong bài viết này, tác giả tìm hiểu và thảo luận về loại hình du lịch này. Mục đích chính của nghiên cứu này tập trung vào cách các bộ phim truyền hình và phim truyền hình Thái Lan có thể được sử dụng để quảng bá các điểm đến du lịch ở vùng Đông Bắc, Thái Lan. Kể từ Nakhi, một bộ phim truyền hình nổi tiếng năm 2016 và Nakhi 2, bộ phim được sản xuất năm 2018 đã được thực hiện ở các địa điểm thuộc vùng Đông Bắc, bài viết này mô tả các hiệu ứng suy đoán của cả hai hình ảnh chuyển động về kinh doanh du lịch của khu vực. Hướng dẫn về việc sử dụng ảnh hưởng của bộ phim để quảng bá du lịch cũng được đưa ra.

### Từ khóa

Du lịch, phim cảm ứng du lịch, phim truyền hình.



## CHÙA PHÚC LÂM VÀ MỘT SỐ VẤN ĐỀ LỊCH SỬ VĂN HÓA

Trần Anh Dũng  
Viện Khảo cổ học

### 1. VỊ TRÍ ĐỊA LÝ, ĐỊA HÌNH VÀ CẢNH QUAN

Tuyên Quang là tỉnh thuộc tiểu vùng núi phía Đông Bắc Bộ, phía Bắc và Tây Bắc giáp tỉnh Hà Giang, phía Tây giáp tỉnh Yên Bái, phía Đông Bắc giáp tỉnh Cao Bằng, phía Đông giáp hai tỉnh Bắc Kạn và Thái Nguyên, phía Nam giáp tỉnh Vĩnh Phúc và phía Tây Nam giáp tỉnh Phú Thọ.

Theo sách “Đại Nam nhất thống chí” do Quốc sử quán triều Nguyễn biên soạn thì tỉnh Tuyên Quang thời Trần gọi là Châu Tuyên Quang, thời thuộc Minh là phủ Tuyên Hóa; Thời Lê thuộc Tây Đạo rồi lại đổi thành Tuyên Quang thừa tuyên, Minh Quang; Thời Gia Long đổi lại là trấn Tuyên Quang.

Huyện Lâm Bình được thành lập theo Nghị quyết số 07/NQ-CP của Chính phủ ngày 25 tháng 12 năm 2001 về việc Điều chỉnh địa giới hành chính huyện Na Hang và huyện Chiêm Hóa để thành lập huyện Lâm Bình thuộc tỉnh Tuyên Quang. Huyện Lâm Bình có 78.152,17ha diện tích tự nhiên và 29.459 nhân khẩu; có 08 đơn vị hành chính trực thuộc, gồm 8 xã: Lãng Can, Thượng Lâm, Khuôn Hà, Phúc Yên, Xuân Lập, Bình An, Thổ Bình, Hồng Quang.

Lâm Bình là huyện xa nhất về phía Tây của tỉnh Tuyên Quang. Phía Đông giáp huyện Na Hang, tỉnh Tuyên Quang; Đông Bắc giáp huyện Bắc Mê, tỉnh Hà Giang; Tây và Tây Bắc giáp huyện Vị Xuyên và huyện Bắc Quang, tỉnh Hà Giang; Nam giáp huyện Chiêm Hóa, tỉnh Tuyên Quang; Bắc giáp huyện Bắc Mê, tỉnh Hà Giang.

Thượng Lâm, phía Bắc giáp xã Khuôn Hà, xã Sinh Long (Na Hang). Đông giáp ba xã Sinh Long, Côn Lôn và Khau Tinh (Na Hang). Nam giáp xã Năng Khả (Na Hang). Tây giáp xã Lãng Can, xã Khuôn Hà. Thượng Lâm có diện tích 129,7780 km<sup>2</sup>, dân số năm 2011 khi thành lập huyện mới Lâm Bình là 5.129 người, mật độ dân số 40 người/km<sup>2</sup>.

Xã Thượng Lâm 12 thôn bản: Nà Liềm, Nà Bản, Bản Bó, Nà Ta, Nà Lung, Khao Dao, Nà Va, Nà Tông, Nà Thuôn, Nà Đông, Nà Lầu, Bản Chợ.

Thượng Lâm có ngôi chùa cổ người dân vẫn gọi là chùa Thượng Lâm. Tên chùa Phúc Lâm được biết đến khi Bảo tàng tỉnh Tuyên Quang tìm thấy ở chùa này một số mảnh của cây tháp gốm men có chữ “Phúc Lâm tự”.

Chùa Phúc Lâm thuộc thôn Nà Tông, xã Thượng Lâm, nơi đây là nơi sinh sống chủ yếu của đồng bào dân tộc Tày, Dao.



Vị trí chùa Phúc Lâm (Thượng Lâm)

Huyện Lâm Bình và Na hang có 2 con sông lớn là sông Gâm (chảy theo hướng Bắc - Nam) và sông Năng (chảy theo hướng Đông - Tây), cùng nhiều con suối lớn và các dãy núi bao bọc đã tạo cho nơi đây có nhiều thung lũng rộng - những cánh đồng màu mỡ - là địa bàn sinh sống lâu đời của người Tày và các tộc người khác.

Lâm Bình có nhiều thung lũng với nhiều cánh đồng rộng, bằng phẳng, đẹp, màu mỡ, bao quanh bởi các dãy núi và các dòng suối, tạo điều kiện thuận lợi cho sản xuất nông nghiệp, mà từ lâu đã có tên trên bản đồ hành chính như: *Nà Hu*, *Nà Lung*, (Thượng Lâm), *Nà Khoách*, *Nà Khê* (Nà tiếng Tày có nghĩa là ruộng)... Trong số những thung lũng đẹp, núi đá xen núi đất, ruộng đồng bằng phẳng, màu mỡ, chủ yếu trồng lúa nước ở Lâm Bình, phải kể đến 2 cánh đồng *Nà Tông* (xã Thượng Lâm) và *Nà Thoa* (xã Lăng Can). Với điều kiện tự nhiên thuận lợi nên đây là vùng đất cổ được người Tày chọn là nơi cư trú.

Chưa kể đến di tích người cổ thời Tiên sử ở hang *Phia Vài* (xã Khuôn Hà), thì ít nhất là từ thời Trần (thế kỷ XIII - thế kỷ XIV), ở huyện Lâm Bình đã có mặt của ngôi chùa *Phúc Lâm*, (thuộc bản *Nà Tông*).

Thung lũng Thượng Lâm có các cánh đồng *Nà Lung*, *Nà Tông* trải dài, bằng phẳng, kín gió, nguồn nước và khí hậu rất thuận lợi cho sản xuất nông nghiệp, vị thế mở và tiềm năng của sinh thái thì nó có thể đứng hàng đầu. Các cánh đồng ở Thượng Lâm và Lăng Can như *Nà Thoa* hằng năm được canh tác 3 vụ lúa và đây cũng là cánh đồng đạt năng suất cao nhất trong vùng. Mặt ruộng bằng phẳng, rất thuận lợi cho Lễ hội *Lồng tồng* được tổ chức hằng năm ở đây.

Thượng Lâm có các dãy núi đá vôi lớp lớp, trùng trùng ẩn hiện trong thung lũng ruộng đồng (*Nà Lung*, *Nà Tông*) rộng lớn, bằng phẳng, đẹp và màu mỡ, dân cư đông đúc, cũng thuộc vào loại nhất xứ Tuyên. Đây là vùng đất của cảnh đẹp như trong mơ, đầy huyền thoại như cổ tích. Đối với đồng bào Tày, các cánh đồng trước di tích rất quan trọng, nó luôn luôn gắn với Lễ hội *Lồng tồng* đầu năm. Sự kết hợp giữa tín ngưỡng, tập quán khiến cho phật giáo dễ được đồng bào chấp nhận và hòa đồng.

Thượng Lâm là một thung lũng khép kín. Chùa *Phúc Lâm* nằm trên gò lớn có tên là Gò Chùa nằm sát chân núi, phía sau (phía Đông Bắc) tựa dãy núi Thượng Lâm, mặt chùa trông ra cánh đồng *Nà Tông* ở phía trước và liền kề dưới chân Gò Chùa là con đường bộ độc đạo men theo chân núi, hai bên vách núi dựng đứng, từ phía Đông Nam *Nà Hang* đi Lâm Bình ở Tây Bắc và cánh đồng *Nà Tông*. Bốn mặt thung lũng là các dãy núi đá vôi cao bao bọc với 99 ngọn núi và truyền thuyết tìm đất lập kinh đô (có lẽ của thổ tù dân tộc ít người) với đàn chim phượng hoàng lửa với 100 con được Ngọc Hoàng sai xuống giúp nhưng một con không chịu đậu nên Thượng



*Thung lũng Thượng Lâm*



*Nà Tông*

Lâm không thành đất để đô được. Ngọn núi ở phía sau chùa Phúc Lâm cao sừng sững, người dân trong vùng vẫn quen gọi là ngọn núi *Cổ Rùa* gắn với sự tích *Chiếc cầu da*.

Ở hướng Tây Nam trước cửa chùa là dòng suối Nà Tông chảy dọc theo thung lũng Thượng Lâm theo chiều từ Đông Bắc - Tây Nam và đổ vào sông Năng. Cách chừng 2-3km về hướng Đông Nam là dòng sông Gâm. Nếu chùa Phật Lâm (chùa Núi Man, xã Nhữ Hán, huyện Yên Sơn) là điểm gần nhất về phía Nam thì chùa Phúc Lâm lại là một trong hai ngôi chùa xa nhất, ở vùng sâu nhất về phía Bắc và Tây Bắc của tỉnh Tuyên Quang. Di tích này do bảo tàng Tuyên Quang phát hiện năm 2007 [9]. Thực hiện chuyên đề này, chúng tôi đã trở lại đây khảo sát năm 2015.

## 2. MẶT BẰNG KIẾN TRÚC

Chùa Phúc Lâm nằm trên gò đất cao, có tên gọi là Gò Chùa, diện tích chừng 800m<sup>2</sup>. Hiện tại di tích vẫn còn rõ hai cấp nền trước và sau, cao chênh lệch nhau chừng gần 4m. Nền chùa cao hơn mặt con đường đi dưới chân chùa khoảng 3m. Dấu vết của nền chùa cổ vẫn còn rõ nét với những viên đá tự nhiên dùng để bố nền vẫn còn nằm nguyên vị trí.

### 2.1. Nền trước

Cách đây hơn chục năm trước, ở nền dưới người ta còn nhìn thấy một ngôi chùa nhỏ bằng gỗ mái lợp lá cọ, 1 gian 2 chái, bình đồ hình chữ Nhất với chiều dài khoảng 8m, chiều rộng khoảng 4m và chiều cao khoảng 3m. Trên nền của ngôi chùa xưa đã phát hiện được 14 tầng kê chân cột bằng đá xanh hình, một số tầng kê chân cột được cho là vẫn ở nguyên vị trí ban đầu.

Sau đó chùa và tượng phật đã bị đổ nát. Ngôi chùa bằng mái lá và ngôi chùa mới xây kiên cố hiện tại, được cho là dựng ngay trên nền chùa cổ. Trước ngôi chùa lợp mái lá thì tại nền chùa cũ cũng đã có một ngôi chùa được trùng tu lại từ thời Lê - Nguyễn, mặt bằng hình chữ Đinh, với Tiền đường kích thước 15×7m và Thượng điện kích thước 8×5m, móng được gia cố bằng đá tự nhiên. Lần trùng tu cuối cùng, qua ghi chép trên tấm Phó Ý, cho biết là vào năm Thành Thái thứ tư (năm 1894) [9].

Nền trước, năm 2011-2012 đã được san lấp để dựng lên ngôi chùa mới. Trên mặt nền vẫn còn 14 chân tầng đá xanh kích thước 0,40×0,40m thời Lê - Nguyễn dấu tích của các lần trùng tu chùa cùng những mảnh ngói mũi vát. Rất tiếc là chùa Phúc Lâm đã không được khai quật trước khi dựng chùa mới nên chắc chắn còn khá nhiều hiện vật trong lòng đất ở khu vực chùa.

Tại khu vực nền trước, Bảo tàng tỉnh Tuyên Quang đã đào 1 hố thám sát ở sườn phía Tây (mà nay là con đường lên chùa), đã thu được một số mảnh ngói mũi sen thời Trần và ngói mũi vát thời Lê - Nguyễn.



*Đường vào Thượng Lâm từ hướng Tây Bắc*



*Đường vào Thượng Lâm từ hướng Đông Nam*

## 2.2. Nền sau

Nền sau ở vị trí cao hơn khoảng 4m, đã bị mục đi một chút ở mặt chính diện. Trên mặt nền còn nhiều cây cỏ thụ và dấu vết của nền kiến trúc cũ có thể ở thời Lê - Nguyễn, đá tự nhiên kê bó nền, chân tảng đá rập, màu nâu tím của ngôi chùa cổ có thể được tận dụng mang lên đây để xây dựng. Ba mặt nền, bắc, nam và đông, đất tụt, đồ thoải, gần như còn nguyên hiện trạng, nếu khai quật có thể tìm thấy di tích và di vật. Trên nền sau, người dân dựng tạm ngôi nhà lá bày các tượng phật bằng gỗ mang đậm chất dân gian của thời Lê - Nguyễn.

Tượng được làm bằng gỗ, để mộc không sơn son thiếp vàng. Tượng có khuôn mặt nữ, đầu búi tóc trên đỉnh, phía dưới của tượng đã bị hư hại nhiều. Giữa gian Tiền đường là nơi đặt hương án, phía sau nhang án là Phật điện (Tòa Tam bảo). Tòa Tam bảo của chùa Phúc Lâm có bốn lớp tượng Phật, bề được làm theo kiểu giạt cấp, các pho tượng đều được làm bằng gỗ, để mộc ở tư thế ngồi thiền trên tòa sen; các pho tượng mang nhiều nét văn hóa của cư dân vùng cao; tượng không được chạm khắc trau chuốt, các đường nét không mềm mại nhưng rất có hồn, dáng vẻ tự nhiên (giống như tượng tạc ở nhà mồ của các đồng bào Tây Nguyên).



*Chân tảng đá xanh thời Lê - Nguyễn*



*Tượng gỗ bày ở nhà sau chùa*



*Chùa mới xây ở nền chùa trước*



*Đá tự nhiên bó nền chùa cổ phát hiện được ở nền trước*



*Đá tự nhiên bó nền chùa cổ phát hiện được ở nền sau*



*Tầng trên cùng của cây bảo tháp góc mái là hoa lá cách điệu*



*Tầng và mái cây bảo tháp góc trang trí hoa lá*



### 3. DI VẬT

Trong đợt đào thám sát và khảo sát năm 2007, Bảo tàng tỉnh Tuyên Quang đã thu được các hiện vật tại khu vực phía Đông Nam trước cửa chùa, gồm có:

#### 3.1. Các bộ phận của tháp

*Các bộ phận của cây tháp đất nung màu đỏ gạch:* Trong số những mảnh tháp đất nung màu đỏ thu được đã có mảnh của 2 cây bảo tháp. Điều này có thể phân biệt được rất rõ là: Một cây tháp lợp ngói ống, đầu ngói in nổi bông hoa 8 cánh, ở góc mái gắn liền lá cách điệu. Tầng mái trên cùng, ở giữa trở lỗ thủng tròn để cắm chóp tháp, cạnh mái bên trên kích thước 5×5cm, cạnh dưới 13,5×13,5cm, lỗ chột tròn, đường kính 3cm. Bốn góc mái có trang trí nhưng đã bị vỡ, chỉ còn lại dấu vết.

Cây bảo tháp còn lại cũng lợp ngói ống đầu ngói in nổi bông hoa 8 cánh, ở góc mái gắn liền đầu chim phượng. Cây bảo tháp này có kích thước lớn hơn qua xem xét kích thước của đầu chim phượng. Có lẽ đây là cây bảo tháp chính với 4 góc đế tháp có tượng chim thần Garuda. Theo vị trí phát hiện được, thì cây tháp này đặt ở phía Đông Nam, sân trước cửa chùa. Nếu nhìn từ cửa chùa ra cánh đồng Nà Tông thì nó ở bên phải.

Ngoài 2 cây bảo tháp đất nung bằng gốm màu đỏ với bộ phận tầng, mái, chim phượng gắn ở góc tháp thì còn có mảnh bệ tháp hoa sen nhưng chưa rõ của cây tháp đất nung nào. Mảnh ốp lan can hành lang bậc lên cửa tháp hình rỗng, có thể là của cây tháp góc có hoa lá cách điệu vì kích thước của rỗng trang trí có phần tương ứng với mảnh của cây tháp này.

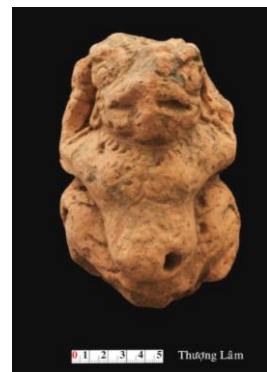
- *Các bộ phận của cửa cây tháp tráng men trắng:* Đó là các mảnh mép cửa vòm của cây tháp men trắng, cửa tô men nâu. Đặc biệt trên mảnh cửa tháp có hàng chữ Hán “Phúc Lâm tự”.

- *Các bộ phận của cây tháp men xanh:* Chỉ tìm được mảnh bệ của cây tháp men xanh lục. Cây tháp này khá nhỏ nhưng được trang trí nổi hình rỗng rất tinh xảo ở các cánh sen.

- *Cây bảo tháp nhỏ các tầng đúc liền khối:* Ít nhất là đã có tới 3 cây bảo tháp loại này đã được phát hiện ở đây. Nó giống hệt cây bảo tháp làm rời và lắp ráp từng tầng ở các chi tiết trang trí góc mái, trang trí hoa 8 cánh ở đầu mỗi viên ngói ống, hoa 4 cánh ở tường các tầng tháp.



Đầu phượng gắn ở góc mái tháp



Mảnh đế cây tháp men xanh

Chim thần Garuda

Như vậy chỉ tính riêng những bộ phận tháp thu về từ đào thám sát và khảo sát, chúng ta đã thấy có mặt ít nhất của 5 loại của 7 cây bảo tháp khác nhau, với 2 cây bảo tháp cao cấp làm từ gốm men và 5 cây bảo tháp bằng đất nung.

### 3.2. Các di vật khác

Mảnh vật liệu kiến trúc như ngói sen, ngói mũi vát được phát hiện trong hồ thám sát và ngay trên bề mặt di tích.

Ngoài ra còn có 14 chân tảng đá xanh được thời Lê - Nguyễn. Các chân tảng chia làm 2 loại: Chân tảng được chế tác vuông vức bằng đá xanh, ngoài hình vuông, trong có hình tròn và loại chân tảng làm từ đá phiến tự nhiên.

## 4. CHÙA THƯỢNG LÂM VÀ MỘT SỐ VẤN ĐỀ LỊCH SỬ VĂN HÓA

### 4.1. Về niên đại

Căn cứ vào các mảnh tháp, các trang trí kiến trúc như rồng, phượng, sư tử... có thể đoán định ngôi chùa được khởi dựng vào thời Trần sớm, khoảng thế kỷ XIII. Những yếu tố sớm của các di vật thu được tại đây như: Đầu rồng, đầu phượng, chim thần Garuda, rồng in nổi trên cánh sen của bệ tháp và sóng nước trên đế tháp men xanh... được trang trí tỷ mỉ đến từng chi tiết nhỏ, rõ ràng là vẫn còn ảnh hưởng của phong cách trang trí thời Lý. Chính vì vậy, chúng tôi cho rằng ngôi chùa này, qua di vật thu được, có thể được khởi dựng vào đầu thời Trần, khoảng nửa đầu thế kỷ XIII.

### 4.2. Chùa Phúc Lâm và tuyến chùa tháp thời Trần ở đôi bờ sông Gâm

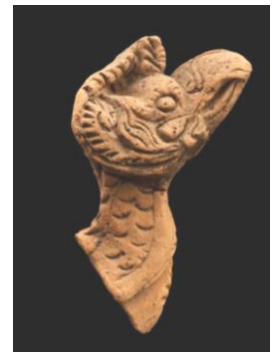
Mặc dù nằm trên tuyến chùa tháp của tuyến sông Gâm, song mối quan hệ của ngôi chùa này với các ngôi chùa khác ở tuyến sông Chảy như Hắc Y, Thượng Miện (Tỉnh Yên Bái) và trên tuyến đường bộ về vùng xuôi lại có những mối quan hệ gần gũi. Mặc dù cách nhau khá xa nhưng chùa Phúc Lâm lại có mối quan hệ với khu di tích chùa tháp Hắc Y ở tận Lục Yên, tỉnh Yên Bái. Tuy nhiên cũng cần phải nói thêm rằng, vào thời Trần thì 2 điểm đó lại cùng chung đơn vị hành chính là châu Tuyên Quang thuộc lộ Quốc Oai.

Mối quan hệ đó, về mặt thời gian, có thời điểm mà chùa tháp Phúc Lâm và khu chùa tháp Hắc Y là đồng đại. Trong mối quan hệ đồng đại ở đầu thời Trần, ta nhìn thấy những chi tiết khá giống nhau ở phong cách nghệ thuật thể hiện trong hoa văn trang trí.

Trong một mối quan hệ khác, mà chưa thể tin rằng đã cắt nghĩa chính xác, đó là trong tất cả các di tích chùa tháp thời Lý - Trần mà chúng ta đã biết, có những tín ngưỡng địa phương hay của một tộc người nào đó đã được Phật giáo dung hợp, khi mà chỉ có 2 địa điểm tìm được tượng lợn đất nung là Hắc Y và chùa Phúc Lâm.



*Cây tháp có các tầng mái đúc liền khối*



*Các chi tiết trang trí trên đầu rồng và đầu Phượng*

Chùa Phúc Lâm là ngôi chùa thời Trần, ở vị trí xa nhất về phía Bắc của tỉnh Tuyên Quang. Di tích chùa Thượng Lâm nằm trong tuyến chùa tháp thời Trần ở đôi bờ sông Gâm. Với vị trí này, chuyên đề có ý nghĩa trong việc nghiên cứu mối quan hệ của các ngôi chùa thời Trần cùng tuyến sông Gâm. Sông Gâm, theo “*Đại Nam nhất thống chí*”, còn có tên gọi là sông Ngô, bắt nguồn từ tỉnh Quảng Tây Trung Quốc, là con sông hung dữ, lòng sông nhiều đá ngầm, lòng sông nhỏ hẹp về mùa đông và mùa xuân, nhiều đoạn phải bỏ thuyền đi bộ. Đôi bờ sông, nhất là vùng bờ phía Đông nhiều núi cao hiểm trở nên ở vùng thượng nguồn có rất ít các chùa tháp thời Lý - Trần dựng theo tuyến sông này. Cũng có thể có nguyên nhân khác nữa là tuyến sông Gâm không nằm trên con đường xâm lược nên việc đồn trú cũng mỏng hơn. Ở vùng thượng nguồn sông Gâm trên lãnh thổ Việt Nam, tuyến chùa tháp Lý - Trần ở sông Gâm chỉ có 3 điểm là Thượng Lâm (huyện Lâm Bình), Tri Phú (hay Thôm Phin) và Kiên Đài (huyện Chiêm Hóa) và 3 điểm này cũng cách nhau quá xa.

4.2.1. Chùa Tri Phú (Còn gọi là chùa Thôm Phin)

Dấu tích của ngôi chùa này mới được chúng tôi phát hiện mới vào năm 2015. Di tích chùa Thôm Phin thuộc thôn Bản Ba, xã Tri Phú, huyện Chiêm Hóa, tỉnh Tuyên Quang. Người dân không biết chùa có từ bao giờ và tên gọi là gì. Ngày nay người dân gọi là chùa Thôm Phin (tiếng Tày là Ao Phin). Nơi đây vốn vài chục năm trước là rừng. Gần đây rừng được giao cho người dân nên khi làm rừng người ta mới phát hiện ra dấu tích của ngôi chùa cổ.

Di tích nằm trên một đồi thấp tương đối bằng phẳng và nay thuộc đất của hộ ông Hà Văn Hoàn. Thôm Phin cách thành phố Tuyên Quang gần 100km, cách huyện lỵ Chợ



Các mảnh đầu rồng



Dấu vết nền chùa trên đồi Thôm Phin



Chân tảng đá và đá tự nhiên kê bó nền

Đồn 20km và ở mặt phía Đông của dãy Khau Bươn (Trăng lên), vượt qua dãy núi này, phía sườn Tây là di tích chùa Nà Seo thời Trần mà chúng tôi đã có dịp thông báo trong HNTBNPHMKCH năm 2014. Phía Bắc Thôn Phin là dãy núi Pù Nhuồng (Núi con Rồng), phía Nam là dãy núi Khau Ca (Con Quay), phía Đông là dãy Khau Bươn và con suối Cỗ Linh.

Hiện tại trên mặt đồi cây cối phủ kín, vẫn còn thấy được dấu vết của 2 cấp nền và vài cạnh nền chùa. Khảo sát trên mặt đồi, chúng tôi phát hiện được các di vật sau:

- *Chân tảng đá*: Có khá nhiều chân tảng rập, màu nâu - tím, bị cây cối vùi lấp. Chân tảng hình tròn, không trang trí hoa văn, đường kính chừng 0,45-0,50m, được làm từ đá tự nhiên hoặc có chế tác sơ sài, chủ yếu là để tạo mặt phẳng.

- *Vật liệu kiến trúc*: Có khá nhiều mảnh vật liệu kiến trúc như gạch, ngói mũi vát xuất lộ trên mặt đất, nhất là ở những nơi đã bị đào xới. Do bị phơi trên mặt đồi lâu ngày nên các mảnh vật liệu kiến trúc đã có dấu hiệu bị bào mòn. Chúng tôi đã nhặt được một số mảnh ngói mũi vát thời Trần.

- *Trang trí kiến trúc*, hiện vật trang trí kiến trúc thu được gồm có:

*Đầu rồng*: Ngay trên bề mặt đồi là một đầu rồng thời Trần bị vỡ nhiều mảnh. Người dân cho biết, khi mới tìm thấy, nó gần như nguyên vẹn, sau đó đã bị người dân đập vỡ như hiện trạng. Đầu rồng còn đủ các bộ phận như: bờm, mang, mắt, hàm dưới, mào trên dưới, cổ ria mép...

*Ngói bít đốc*: Một đoạn đầu ngói bít đốc cũng đã được tìm thấy. Mặt trước khắc nổi hoa văn nhưng bị vỡ nên chưa rõ mô típ. Mặt sau rỗng, vẫn còn bộ phận để úp vào đầu đốc.

Di tích chùa Thôn Phin, qua di vật có thể khẳng định đây là kiến trúc ít nhất là thuộc thời Trần.

Đây là một trong 2 ngôi chùa xa nhất ở phía Đông Bắc của huyện Chiêm Hóa và của tỉnh Tuyên Quang. Cùng với chùa Nà Seo (xã Kiên Đài), chùa Thôn Phin hình thành nên một vùng chịu ảnh hưởng của Phật giáo ở vùng sâu hẻo lánh.

#### 4.2.2. Chùa Nà Seo

Di tích chùa Nà Seo (bản Vả, xã Kiên Đài, huyện Chiêm Hóa), là di tích chùa xa nhất về phía Đông của tỉnh Tuyên Quang, xã Kiên Đài giáp với tỉnh Bắc Kạn. Chùa được xây dựng trên khu đồi Nà Seo. Trước cửa chùa, phía Đông, là khu ruộng Nà Seo - nơi hằng năm, vào ngày mùng 4 tháng giêng Âm lịch, người dân trong xã lên chùa lễ Phật, sau đó rước xuống khu ruộng Nà Seo tổ chức Lễ hội Lồng tồng. Di tích chùa được Bảo tàng Tuyên Quang phát hiện năm 2013.



*Ngói bít đốc chùa Thôn Phin*



*Chân tảng đá chùa Nà Seo*



*Mảnh đầu rồng chùa Nà Seo*



Theo các cụ kể lại, từ thời Nguyễn, niên hiệu vua Gia Long, ở bản Tai (cách bản Vả khoảng 1km, cùng xã), tự nhiên xuất hiện nguồn nước tự phun lên - đó chính là nơi mà sau này người dân đặt tên là Nà Bó (*Ruộng đầu nguồn*).

Sau đó, dân làng lấp nguồn nước lại. Kể từ khi lấp nguồn nước, dân làng làm ăn thất bát. Năm *Minh Mạng* thứ 8, (năm 1829), các cụ bàn nhau dựng lại chùa Nà Seo để thờ Phật, cầu bình yên và cầu mùa màng. Chùa lợp bằng mái lá. Năm *Thiệu Trị* thứ 6 (1847), đúc chuông chùa (đã bị mất trộm). Từ đó bản làm ăn khá khả, bình yên... Sau này chùa bị đổ nát, nay chỉ còn dấu tích.

\* *Di tích*

Hiện tại đồi Nà Seo đang được người dân trồng sắn. Trên mặt đồi còn lộ thiên hơn 10 chân tảng đá bị vỡ. Chân tảng có 2 loại: Chân tảng đá phiến màu xám, được lấy từ đá tự nhiên. Chân tảng đá rập màu tím - hồng có dấu vết chế tác, được tận dụng lại từ ngôi chùa cổ hơn được khởi dựng từ thời Trần.

\* *Di vật*

Khảo sát tại đồi Nà Seo chúng tôi tìm được khá nhiều mảnh ngói mũi vát, mảnh trang trí kiến trúc và mảnh bát men ngọc thời Trần. Ngoài ra còn tìm được gốm men của thời Lê Trung Hưng và thời Thanh muộ.

*Đồ gốm men thế kỷ XIII-XIV*: có 7 mảnh gốm men ngọc của một chiếc bát mà chúng tôi tìm thấy trong vách của địa tầng.

*Trang trí kiến trúc gốm*: có 1 mảnh mang rỗng và 3 mảnh trang trí kiến trúc in nổi hoa cúc dây và hình móc xoắn.

*Vật liệu xây dựng*: có 27 mảnh ngói mũi vát.

Hiện vật thời Lê Trung Hưng thế kỷ XVII-XVIII: có 5 mảnh đĩa, chén mắt trâu, nậm rượu.

Nà Seo là di tích lịch sử - tín ngưỡng nhiều thời. Căn cứ vào kết quả điều tra khảo sát cùng các di vật và dấu tích chân tảng còn lại trên nền chùa cũ, cùng sự ghi chép về lịch sử chùa Nà Seo của các cụ trong bản, chúng tôi cho rằng, nhiều khả năng chùa Nà Seo được khởi dựng từ thời Trần. Đây là ngôi chùa lợp ngói, có các trang trí kiến trúc đẹp. Phần còn lại của đầu rồng đất nung đã khẳng định giá trị của ngôi chùa cùng vai trò quan trọng của nó.

Sau khi ngôi chùa cổ bị sập đổ (có thể bị gián đoạn nhiều năm), đến thời Nguyễn, người ta dựng ngôi chùa mới lợp lá ngay trên nền chùa cũ.

Tư liệu về chùa Nà Seo rất có giá trị trong việc nghiên cứu các ảnh hưởng của Phật giáo đối với người Tày và vùng núi cao, những lý do dựng chùa, sự kết hợp giữa tín ngưỡng, tập quán của người Tày cổ với đạo Phật...

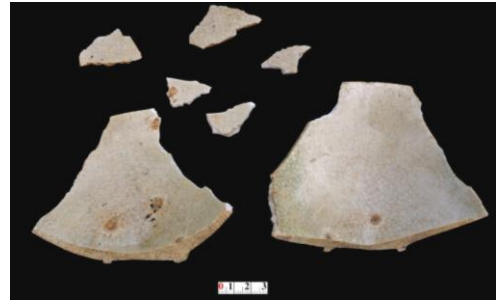
Trong số 3 ngôi chùa ở tuyến sông Gâm thì chùa Nà Seo và Thôm Phin bị phá hủy nặng nề nhất và cũng chưa được khai quật.



*Ngói mũi vát và trang trí kiến trúc chùa Nà Seo*

### 4.3. Vấn đề mối quan hệ giữa chùa tháp thời Lý - Trần và vị trí đóng quân đồn trú của các triều đại này ngày càng có thêm những bằng chứng khi nghiên cứu chuyên đề này

Trước hết, vị trí dựng chùa dường như là một căn cứ khá hiểm yếu, đường bộ ra vào ở 2 đầu thung lũng là đường mòn dưới chân núi, với 2 bên vách núi dựng đứng, đường thủy gần sông suối, giao thông thuận lợi, thủy bộ hỗ trợ được cho nhau. Từ Thượng Lâm, theo đường bộ qua Thổ Bình đến Bắc Quang của Hà Giang là con đường xâm lược của đạo quân phương Bắc từ tỉnh Vân Nam sang nước ta. Tại hang Kho Khảm (xã Minh Quang, huyện Chiêm Hóa) cũng có một ngôi chùa hang thời Trần chặn ngay con đường hẻm đi qua để lên Hà Giang). Tất cả không thể nào là chuyện ngẫu nhiên được.



Mảnh gốm men chùa Nà Seo

Chùa tháp dựng nên ở vùng quá hẻo lánh xa xôi, vậy Phật tử là ai? Trong khi ở vùng sâu vùng xa, địa bàn của đồng bào dân tộc ít người, dân cư thưa thớt, nếu không phải là có cả thành phần của quân đồn trú và dân công phục vụ.

Từ năm 1231, nhà Trần còn có quy định: “Trong nước hễ chỗ nào có đình trạm, đều phải đắp tượng Phật để thờ” [1].

Cũng giống như ở nhiều chùa tháp thời Trần khác, khi mà trang trí kiến trúc có cả rồng cả phượng, có những cây bảo tháp trang trí đẹp, cầu kỳ, chúng ta thường nghĩ rằng, chủ nhân của nó chắc chắn là nhân vật có thứ hạng cao trong triều đình. Thực ra câu hỏi này cũng có thể trả lời được khi mà ở Cầu Từ (Bắc Giang), ở chùa Bảo Ninh Sùng Phúc, người đứng ra lập chùa là Phò mã Thân Cảnh Phúc và Thái Phó họ Hà của triều đình là con rể của nhà vua. Với chùa Phúc Lâm thì người đứng ra dựng chùa cũng không là ngoại lệ. Các thủ lĩnh dân tộc ít người, hoặc giả công chúa con nhà vua được gả cho các thủ lĩnh, được quyền sử dụng các biểu tượng của nhà vua cũng là sự nhân nhượng của triều đình để đổi lấy sự ràng buộc. Thời Lý đã làm được điều này nên đã tổ chức được cuộc phản công sang đất Tống với một cánh quân là người thiểu số của 49 sách động ở Chiêm Hóa, Na Hang, Lâm Bình.

### 4.4. Mối liên quan đến danh tướng thời Trần - Trần Nhật Duật

Vai trò của Trần Nhật Duật được triều đình “3 lần cử đi coi giữ trấn lớn” [1: tr.186]. Lần trấn thủ Tuyên Quang nổi tiếng nhất với sự kiện rút lui bảo toàn lực lượng, được ghi lại trong cuộc kháng chiến chống Nguyên Mông lần thứ hai (năm 1258). Ông là vị tướng văn võ toàn tài và rất có uy tín với các thổ tù miền núi phía Bắc. Không ít những câu chuyện mà *Đại Việt sử ký toàn thư* đã chép về ông với sự kính trọng hiếm có. Tuyên Quang thời Trần thuộc lộ Quốc Oai nhưng có diện tích rất lớn, bao gồm hầu hết cả Hà Giang và là địa bàn mà triều đình giao cho các thổ tù dân tộc ít người có quyền nổi dậy để tự trị. Để giữ được Tuyên Quang, ngoài việc tính toán có các đơn vị đồn trú, còn giao lưu cảm hóa các tù trưởng thiểu số lập các chùa tháp Phật giáo để gần nhau hơn về tư tưởng. Mặc dù có rất ít di tích chùa tháp trên tuyến sông Gâm nhưng ta vẫn thấy mức độ rất quan trọng của các di tích này qua việc cả 3 di tích chùa đều tìm thấy đầu rồng, đầu phượng. Rõ ràng là phải có sự hỗ trợ và sự cho phép của triều đình. Các vua triều Trần thường thân chinh đi dẹp loạn và xông pha trận mạc. Những vị quý tộc cao cấp như Trần Nhật Duật lại càng có thể. Mặc dù còn thiếu bằng chứng, nhưng chúng tôi vẫn ngờ rằng các kiến trúc chùa tháp, khi cần vẫn có thể như một hành cung cho vua ở và trở thành công sở cho các quý tộc cao cấp.

Ở phía Đông sông Gâm có một ngôi đền liên quan đến Trần Nhật Duật, đó là đền Bắc Tạ. Ngôi đền được làm dưới chân núi Bắc Tạ (hay Pắc Tạ), thuộc xã Vĩnh Yên, huyện Na Hang. Đền thờ vợ của Trần Nhật Duật, *Đại Việt sử ký toàn thư* chép về gia quyến của ông như sau: “Trình Túc phu nhân là người Thanh Hóa, cho nên các nàng hầu vợ lẽ của Nhật Duật đều là người Thanh Hóa và các con ông cũng đều do các bà vợ Thanh Hóa đẻ ra” [1: tr.187].

Nhưng còn một người vợ nữa của ông ở Tuyên Quang mà cổ sử không chép. Theo truyền thuyết dân gian ở Bắc Tạ thì trong thời gian trấn thủ ở Tuyên Quang, Trần Nhật Duật đã yêu cô sơn nữ xinh đẹp, con của một tù trưởng dân tộc ít người. Sau cuộc kháng chiến lần thứ hai, triều đình đã cho quan quân theo đường sông lên đón cô về kinh để tổ chức hôn lễ. Trên đường trở về kinh, đi đến vùng Bắc Tạ thì gặp cơn lốc xoáy làm thuyền của cô bị lật. Mấy ngày sau người của dòng họ Ma mới vớt được xác cô. Dân địa phương đã lập đền ngay dưới chân núi Bắc Tạ để thờ. Người họ Ma nói đời được lo việc hương khói ở đền. Sau này đền được chuyển sang bờ sông bên kia. Lễ hội đền được tổ chức vào tháng 3 và tháng 7 hằng năm.



Bệ và tượng Adidà thời Lý chùa Phi Lai (Ý Yên, Nam Định)



Trang trí hoa văn trên cổ phượng chùa Phúc Lâm



Hai tượng sư tử ở chùa Phúc Lâm

#### 4.5. Chùa Thượng Lâm

Đây là một trong số ít ngôi chùa ở vùng xa xôi của vùng núi phía Bắc đã cung cấp tư liệu về những cây bảo tháp thời Trần được dựng trong một ngôi chùa.

Trước hết, chùa Phúc Lâm (Thượng Lâm) là ngôi chùa nhỏ nhưng có đầy đủ chùa và tháp. Không những thế, chỉ tính riêng những mảnh tháp thu được qua đào thám sát và khảo sát, thì ở đây đã có tới 7 cây tháp. Trong số này có một cây tháp lớn có nhiều tầng, làm bằng đất nung. Đây là cây tháp chính, mà theo vị trí phát hiện thì được đặt trước cửa chùa, ở khoảng gian trái phía Đông Nam. Theo cán bộ Bảo tàng Tuyên Quang trực tiếp tham gia đào thám sát, thì hố đào thám sát ở vị trí sườn phía Đông Nam. Trong hố thám sát đã tìm thấy cả những viên ngói mũi sen còn nguyên vẹn. Cây tháp lớn được làm khá đẹp với đế tháp ở 4 góc gắn tượng chim thần Garuda trong tư thế 2 tay đỡ bệ sen, các tầng mái lợp ngói ống, tường các tầng tháp in nổi hoa 4 cánh. Các góc mái tháp gắn đầu phượng được trang trí tinh xảo. Gầm cổ chim phượng in chìm hoa lá gắn với lá dương xỉ. Tháp có cửa vào, thành bậc cửa ốp phù điêu rồng. Đây là cây bảo tháp thờ Phật. Qua quy mô của đầu phượng, đầu rồng thì tháp không lớn lắm. Những cây tháp còn lại gồm tháp đất nung đúc nguyên khối có thể là tháp được các phật tử cung tiến. Đáng chú ý là 2 cây tháp gồm men xanh và men trắng tô nâu có thể ở sân sau chùa. Theo bình đồ của chùa Thượng Miện thời Trần tại Lục Yên (Yên Bái) thì các cây tháp ở sân được dựng thành 2 dãy đối xứng với nhau qua trục thân đạo. Trang trí trên 2 cây tháp này rất tinh xảo, kích thước

không lớn, nhưng qua trang trí trên tháp thì nhiều khả năng cũng phải do quý tộc cao cấp hay triều đình làm.

Tại chùa Phúc Lâm còn thu được 2 tượng sư tử bằng đất nung. Tượng làm theo lối phù điêu, lòng rỗng, trên đỉnh còn có khắc để đặt bệ sen. Bên dưới tượng sư tử còn có đài sen hình bát giác, nhưng đã bị vỡ mất. Đây là tượng sư tử trên lưng đặt bệ sen và tượng Phật. Có thể là đặt 3 pho tượng Tam thế. Với kích thước nhỏ của tượng sư tử thì tượng Tam thế ở chùa cũng không lớn lắm.

Các tượng Phật đặt trên lưng sư tử đã có từ thời Lý. Chúng ta đã biết tới các tượng Adidà bằng đá ở chùa Phi Lai (Nam Định) được đặt trên lưng sư tử. Tại chùa Nhùng (Chiêm Hóa - Tuyên Quang) cũng tìm được bệ tượng Phật bên trên có tượng sư tử đỡ tòa sen. Ở thời Trần có tượng sư tử ở chùa Thầy (Hà Tây cũ).



*Bệ tượng Phật chùa Nhùng*

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. *Đại Việt sử ký toàn thư*. NXB Văn hóa - Thông tin, Hà Nội 2000, tr.15
2. Trần Anh Dũng 2013: *Khai quật di tích chùa Bảo Ninh Sùng Phúc lần thứ nhất*. Khảo cổ học, số 6: 39-56.
3. Trần Anh Dũng 2013: *Báo cáo khai quật di tích chùa Bảo Ninh Sùng Phúc lần thứ nhất*. Tư liệu Bảo tàng Tuyên Quang.
4. Trần Anh Dũng 2011: *Chùa cổ Núi Man (Tuyên Quang) qua hai lần khai quật*. Khảo cổ học, số 1: 44-60.
5. Trần Anh Dũng 2006. *Báo cáo khai quật di tích chùa cổ Núi Man*. Tư liệu Bảo tàng Tuyên Quang.
6. Trần Anh Dũng và Lại Văn Tới 2009. *Báo cáo khai quật di tích chùa cổ Núi Man (lần thứ hai năm 2007)*. Tư liệu Bảo tàng tỉnh Tuyên Quang.
7. Trần Anh Dũng 2015: *Khai quật chùa Lang Đạo lần thứ nhất*. Khảo cổ học số 2/2015, Hà Nội: 66- 84.
8. Trần Anh Dũng 2013: *Báo cáo khai quật di tích kiến trúc cổ Lang Đạo và các di tích khác*. Tư liệu Bảo tàng Tuyên Quang.
9. Trần Anh Dũng 2005: *Báo cáo kết quả đào thám sát di tích chùa Bảo Ninh Sùng Phúc*. Tư liệu Bảo tàng Tuyên Quang.
10. Nguyễn Hữu Thọ, Trần Thị Thúy Hà 2008: *Phát hiện dấu tích ngôi chùa thời Trần ở Tuyên Quang*. Những phát hiện mới về khảo cổ học năm 2007, NXB Từ điển Bách khoa, Hà Nội: 340-341.
11. Trần Anh Dũng 2010: *Khai quật di tích chùa Nậm Dầu (Hà Giang)*. Khảo cổ học, số 2: 52-63.
12. Nguyễn Tuấn Hoàng 2009: *Phát hiện di tích kiến trúc Phật giáo thời Lý - Trần ở núi Ông (Phú Thọ)*. Những phát hiện mới về khảo cổ học năm 2008, NXB Từ điển Bách khoa, Hà Nội: 338-339.

## LOCALIZED TOURISM PRODUCTS AND BUILDING COMPETITIVENESS OF BINH THUAN TOURISM IN THE CONTEXT OF INTEGRATION

**Hoang Thanh Liem**

*University of Technology of Ho Chi Minh City (HUTECH)*

### **Abstract**

By using the qualitative method, this paper firstly identifies the key criteria that constitute a local tourism product. Criteria are grouped by rational factors closely related. The study analyzes the assessments of tourists on the importance of criteria constituting the local tourism product of Binh Thuan by quantitative analysis of descriptive statistics and exploratory factor analysis in order to determine the factors making up the tourism product of Binh Thuan province. Then, the regression results to determine the relationship between the factors found and the satisfaction level of tourists on Binh Thuan tourism, this works as the basis for the proposals of building customer-oriented tourism products. The research shows that the solutions of limiting negative effects of “Tourism environment” and “Natural heritage” are not really necessary for Binh Thuan tourism. Instead, we should focus on developing “Local culture”, “Tourism services” and “Tourism specialties” as the basis for exploiting unique characteristics of Binh Thuan’s nature and human to promote its tourism potentials.

### **Keywords**

Binh Thuan, special’s tourism product, tourist, satisfaction.

### **1. INTRODUCTION**

Tourism is a “smokeless industry” defined as a key industry of Vietnam. Over the past years, the tourism industry has contributed significantly to the growth of GDP of the country in general and of localities in particular. Along with the development of Vietnamese tourism, Binh Thuan tourism has developed significantly and really become a key economic sector of the province; Binh Thuan tourism has been known by domestic and foreign tourists as a prominent destination with marine eco-tourism products such as Mui Ne - Phan Thiet tourism brand.

A tourism product can be defined as the sum of the psychological and psychological satisfaction that it provides to tourists during their trip to tourism attractions. Tourism products focus on facilities and services designed to meet the needs of tourists. It can be viewed as a composite product of the total number of destinations, the transportation and accommodation, and the entertainment of a country that result in the customer satisfaction. Each component of a tourism product is provided by individual service providers such as hotel companies, airlines, and tourism agents.

However, the fact that the construction and development of tourism products, especially tourism products of Binh Thuan province still face many difficulties and embarrassments. The main purpose of the article is to point out the development reality of specific tourism products as

well as propose solutions to enhance the competitiveness of the tourism industry in Binh Thuan province during the globalization and industrial revolution 4.0. To achieve that goal, the article aims to answer the question “What is the development reality of specific tourism products how to enhance the competitiveness of Binh Thuan tourism industry at the present?”. This article will address the rationale and the reality of the construction and development of specific tourism products, then propose solutions to develop and improve the competitiveness of Binh Thuan tourism destinations in the context of integration.

## 2. LEGAL RAMIFICATIONS OF DESTINATION COMPETITION REQUIRE THE DEVELOPMENT OF SPECIFIC TOURISM PRODUCTS

With the rapid development of society, tourism has become a popular phenomenon in the social life and developed at an accelerating pace. According to the World Tourism Organization (UNWTO), in the period of 2010-2030, the number of international tourists is expected to increase by an average of 3.3% per year, compared with 3.9% per year in the period of 1995-2010. The number of international tourists has surpassed 1 billion in 2012 and is expected to reach 1.4 billion by 2020, 1.5 billion in 2023 and 1.8 billion in 2030. Tourism is an employment-generating industry and currently attracts about 227 million direct labors, accounting for 10.9% of the world's workforce - one out of every nine workers works in tourism. International tourism has reached 1.23 billion tourists, accounting for more than 30% of the trading service export volume of the world (UNWTO, 2017). By 2020, tourism is expected to become the “industry” accounting for the largest share of goods and service export industries.

In Vietnam, although the tourism industry has been established and developed for 58 years, tourism has only actively worked as an economic sector since the 1990s, which has been associated with open integration policies of the Party and the State. The role and position of the tourism industry have been identified, in which “*tourism development is an important strategic direction in the socio-economic development path to contribute to the industrialization and modernization*” (cited from the Instruction 46 /CT-TW of Secretariat of the Party Central Committee, Session VII, 10-1994) and “*to develop tourism to become a spearhead economic sector*” (cited from documents of IX Party Congress). Party Congress X continues to affirm the development of tourism, creating a breakthrough to develop the service sector, contributing to the implementation of the goal of bringing Vietnam out of underdevelopment. The Party's perspective on tourism development in Vietnam continues to be highlighted in the Resolution 08/NQ-TW dated on 16/01/2017, which states that “*Developing tourism to a spearhead economic sector is an important strategic direction for developing the country, creating a driving force for the development of other sectors*”. Congress and the Government have actualized the Party's opinion with a policy system typified by the Ordinance on Tourism issued in 1999 and was subsequently replaced by the Tourism Law (2005) and more recently is the amended Tourism Law (2017), accompanied by a series of decrees and circulars of guiding implementation. In the 1990s, for the first time in the development history of the tourism sector, the overall strategy and plan for Vietnam's tourism development by 2010 was implemented. Next, in 2011, the overall development Strategy and Plan for Vietnam's tourism to 2020 with a vision to 2030 was approved by the Prime Minister. The State Steering Committee for Tourism has also been established since the 2000s to enhance the effectiveness of the inter-sector coordination.

With the attention of the Party and State together with the issuance of favorable policies, especially in the 90s of the twentieth century, Vietnam's tourism has achieved significant results and had positive contribution to the aspects of economy, culture and society. The number of international tourists to Vietnam has increased continuously and in 2017, Vietnam has welcomed nearly 13 million foreign tourists; the income from tourism reached over 500 trillion VND, equivalent to 23 billion USD, contributing about 7.5% of GDP of the country; it is projected to increase to 9.7% by 2020 (WTTC, 2017).

Despite the remarkable results, the development of Vietnam's tourism has not matched its potentials and advantages, and has not met expectations. There are many reasons for the situation, but one of the important reasons is that so far the typical tourism product system at the national, regional and local levels has not yet developed. This is the cause of the duplication of tourist products between regions and between localities with similar geographic features, thus limiting the attractiveness and competitiveness of the tourism destinations in Vietnam in general and in each locality including Binh Thuan in particular. Therefore, in order to improve the destination competitiveness, one of the priorities in the development strategy of Vietnam's tourism for the coming period is to develop specific tourism products to each area, each locality, particularly the key localities which play an important role in the development of Vietnam's tourism. The development Binh Thuan Tourism is not in exception.

Destination competitiveness is a multi-dimensional concept, which can be considered from three different levels, (1) National; (2) Local and (3) Enterprise. Within the scope of this article, the primary focus is on destination competition at the local level. Competitiveness is the sum of the consumption characteristics and the superior value of the product in the market, which means the superiority of the product to the competing products of the same type when the supply exceeds demand. According to M. Porter, competitiveness depends on the ability to exploit its unique capabilities to create low cost products or differentiated products. In order to improve competitiveness, it is necessary to determine the competitive advantage. Competitive advantage of a product is understood as the strength the product has or can be mobilized to win the competition. There are two groups of competitive advantages: (1) Cost advantage: creating products that cost less than competing products. Production factors such as real estate, capital and labor are often seen as resources to create cost competitive advantages. (2) The differentiation advantage: based on the differentiation of products to increase values to the consumers or reduce the using cost of the product or improve the completeness in use of product. This advantage allows the market to accept products even with the price higher than its rival. The product differentiation is the ability to provide superior and unique values of the quality and special features to buyers.

Another important factor is choosing the competitive position for positioning the product on the market and the most important is determining the competition scope. In the tourism industry, the competition scope is very important because the sector is dispersed. The competition scope is defined by geographic region, product type, distribution channel, and type of tourists. In the concept of competition, it is necessary to mention the concept of absolute competitiveness and relative competitiveness. Absolute competitiveness is the unique condition of a region or country that a competitor does not have and the ability to determine accurately its position in the competition. When analyzing the competitiveness of a country, in addition to identifying specific tourism capabilities and potentials, it is necessary to compare the relative

capacity of tourism products. Thus, “the competitiveness of a tourism destination is the capacity to optimize its attractions to residents and non-residents, to provide innovative and attractive tourism services with high quality (such as providing valuable goods) to the consumers, in order to gain market share in both domestic and global markets while ensuring tourism resources are used effectively and sustainably” (Dupeyras and MacCallum, 2013).

### 3. RESEARCH METHOD

This paper using qualitative and quantitative methods in order to determine the factors making up the special’s tourism product of Binh Thuan province. Besides that, this methodology (statistics, description and comparison methods), the study addresses the rationale and reality of the construction and development of special’s tourism product of Binh Thuan province in the context of integration. Furthermore, quantitative method is also used to assess the impact of explored factors on the local tourism satisfaction, and to define which factors having more significance to tourists at the present, this is the basis for proposing development policies for Binh Thuan tourism in the coming time. The quantitative method is conducted through the survey with the total number of questionnaire samples issued is 500, including domestic and foreign tourists that have travelled to Binh Thuan as mentioned above. The number of respondents is 450, however, due to some reasons, total number of valid votes (with enough information to collect) is 350. The technical tool is used to support is SPSS16.

### 4. RESEARCH RESULTS AND DISCUSSION

Nationality: The total number of questionnaire samples issued is 500, including domestic and foreign tourists to Binh Thuan with total number of valid votes is 350, accounting for 70%. Sorting samples by nationality shows that the most part is Vietnamese tourists (domestic tourists), accounting for 98.6%, foreigners make up 1.4% in sample.

*Table 1: Nationality in survey*

	<b>Tourists</b>	<b>%</b>	<b>Value in percentage</b>	<b>Cumulative Percent</b>
Viet Nam	345	98.6	98.6	98.6
Asian	4	1.1	1.1	99.7
Europe	1	.3	.3	100.0
Total	350	100.0	100.0	

In regards to Age, this study, tourists to Binh Thuan were divided into 4 different age groups: people under 25 years old, 25 to 34 years old, 35 to 44 years old and people aged 45 years and over. Out of 350 respondents, there are 127 people under the age of 25 accounting for 36.3%; 126 people aged 25-34 accounting for 36.2%; 54 people aged 35-44 accounting for 15.3%; 43 people aged 45 years old and above accounting for 12.3%.

*Table 2: Age range from survey*

	<b>Tourists</b>	<b>%</b>	<b>Value in percentage</b>	<b>Cumulative Percent</b>
Under 25	127	36.3	36.3	36.3
25 to 34	126	36.0	36.0	72.3
35 to 44	54	15.4	15.4	87.7



	<b>Tourists</b>	<b>%</b>	<b>Value in percentage</b>	<b>Cumulative Percent</b>
Over 45	43	12.3	12.3	100.0
Total	350	100.0	100.0	

The study divided the survey into four groups. The results are as hereby: 94 people with education level of high school and below accounting for 26.9%; 88 people with education level of intermediate school accounting for 25.1%; 58 people with college level accounting for 16.6%; 110 people with university level accounting for 31.4%.

Table 3: Education level in the survey

	<b>Tourists</b>	<b>%</b>	<b>Value in percentage</b>	<b>Cumulative Percent</b>
Pho thong	94	26.9	26.9	26.9
Trung cap	88	25.1	25.1	52.0
Cao dang	58	16.6	16.6	68.6
Dai hoc	110	31.4	31.4	100.0
Total	350	100.0	100.0	

Of the 350 respondents, 85 people said they have visited Binh Thuan for the first-time accounting for 24.3%; 57 people said they have visited to Binh Thuan for the second time accounting for 16.3%, 36 people have visited to Binh Thuan for the third time accounting for 10.3%; and 172 people have visited Binh Thuan for over 3 times accounting for 49.1%.

Table 4: Number of times to Binh Thuan

	<b>Tourists</b>	<b>%</b>	<b>Value in percentage</b>	<b>Cumulative Percent</b>
First time	85	24.3	24.3	24.3
Second time	57	16.3	16.3	40.6
Third time	36	10.3	10.3	50.9
Over 3 times	172	49.1	49.1	100.0
Total	350	100.0	100.0	

First of all, the author assessed the reliability of the scale by Cronbach's Alpha reliability coefficient for all variables in each factor (25 variables). Measuring the reliability of the scale shows that the Cronbach's Alpha coefficient of 0.880 is greater than 0.5, indicating the scale of tourism products is highly reliable and relevant for the study. One of the factors is that the climate with Corrected Item-Total Correlation of 0.166 less than 0.3 should be excluded when conducting further analyzes (according to Jabnoun & Al- Tamimi, 2003), so the number of remaining variables is 24.

To understand the perception of tourists as well as their assessment of the reality of Binh Thuan tourism, the article continued on the descriptive statistics analysis (refer to Appendix 1).

Through the description statistics results, it can be seen that the assessments of tourists on the elements constituting Binh thuan tourism are just under the average level (average = 3,5), meaning that Binh Thuan tourism has no special features but not too bad neither. The element with highest average mark is landscape (3,84), followed by Historical sites (3,78) and Religion (3,68), that means the assessment of tourists matches with the potential and specific features of Binh Thuan tourism as analyzed in the section of reality analysis in Chapter 2. More importantly,

through the description statistics results, we have defined the elements under the normal level of Binh Thuan tourism, including: accommodation (3,25); place of eating (3,15); place of entertainment (3,10); local souvenirs(3,37); attitude of service staff; foreign language skills of service staff (3.13); cost of living (3,12). These are points to be concerned, however, the relative compatibility and the impact meaning of each element require a further quantitative analysis.

The purpose of exploratory factor analysis is to define groups of elements associated with each other to structure the new one, then define which elements tourists to Binh Thuan most concern about, base on that to construct policy solutions focusing on these elements.

Table 5: Kaiser-Meyer-Olkin and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.872
Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square	2401.186
df Sig.	276.000 <b>.000</b>

From the table 5, KMO coefficient (Kaiser-Meyer-Olkin) is 0,872 (>0,5). Observed variables are mutually correlated in the general because Bartlett test is statistically significant (Sig = 0.000<0.005).

Factor loading coefficient is an indicator to ensure the practical significance of factor analysis. With the pattern size of 350, the coefficient greater than 0.4 is considered important (According to Hair et al., 1998). By analysis results, elements include: historical sites; architecture sites; foreign language skills of service staff; local souvenirs. The other elements have factor loading coefficient greater than or equal to 0,5 considered to be of practical significance.

Sum of extraction variance is 54,729% showing that six exploratory factors containing 54,729% initial variables (>50%) are rational for EFA research. (See Rotated Component Matrix<sup>a</sup> at Table 6).

Table 6: Rotated Component Matrix

	Component					
	1	2	3	4	5	6
Ton giao	.746					
Dan toc	.703					
Le hoi	.651					
Cong trinh van hoa	.626					
Phong tục tập quán	.621					
Di tích lịch sử	.498					
Cong trình kiến trúc	.485					
Dịch vụ vui chơi giải trí		.716				
Địa điểm ẩm thực		.680				
Giá cả sinh hoạt		.581				
Trình độ ngoại ngữ của nhân viên		.463				
Phương tiện giao thông			.640			
HT giao thông công cộng			.617			

	Component					
	1	2	3	4	5	6
Than thien cua nguoi dan			.539			
Dia diem luu tru			.518			
Phong canh thien nhien				.662		
Thai do phuc vu cua nhan vien				.585		
Dac san dia phuong				.553		
Qua luu niem cua dia phuong				.437		
Muc do an toan tai dia diem					.655	
Moi truong tu nhien					.623	
Vi tri dia ly					.500	
HT thong tin lien lac						.696
Dia diem du lich						.581

The analysis results of constructing new elements with initial variables as following:

**\* The research factors after EFA analysis:**

- The factor F1 of “Local culture” has impact on the satisfaction of tourists on the local tourism.
- The factor F2 of “Tourism service” has impact on the satisfaction of tourists on the local tourism.
- + The factor F3 “Local specialties” has impact on the satisfaction of tourists on the local tourism.
- + The factor F4 “Tourism Environment” has impact on the satisfaction of tourists on the local tourism.
- + The factor F5 “Natural Heritage” has impact on the satisfaction of tourists on the local tourism.

Under limited conditions of capital, human resources, and technology... the province cannot invest into numbers of factors related to its tourism products at the same time. The issue for managers of Binh Thuan tourism is to determine which factors should be focused on to develop first to create the basic development premise for the tourism industry. The author conducted a multiple regression of the dependent variable of tourist satisfaction on Binh Thuan Tourism (the SAT variable is averaged) and the independent variables which are the five factors explored in the previous section (the variables included in the regression analysis are factorized by calculating the mean of the observed variables in that factor.) The expectation mark of all these variables is positive. The purpose of this analysis is to assess the impact of explored factors on the local tourism satisfaction, and to define which factors having more significance to tourists at the present, this is the basis for proposing development policies for Binh Thuan tourism in the coming time.

The general regression model was modified after EFA analysis:

$$\text{Local tourism satisfaction} = \text{function (F1, F2, F3, F4, F5)}$$

The multiple linear regression equation is as follows:

$$\text{SAT} = \beta_0 + \beta_1\text{F1} + \beta_2\text{F2} + \beta_3\text{F3} + \beta_4\text{F4} + \beta_5\text{F5} + e_i$$

From the results in table 7, there are 3 factors statistically significant at 5% interval confidence, those are F1, F2 and F3. According to the analysis results, in the current period, tourists to Binh Thuan have not paid much attention to the issues of “Tourism environment” (F4), this may be because the geographical location of Binh Thuan is not far and the transportation cost is not important ... The factor of “Natural heritage” (F5) does not catch tourist’s interest, this may be due to the natural sceneries in Binh Thuan are too familiar, or the traveling purpose of tourists is for spirituality and faith...

Table 7: Final Regression results

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	95% Confidence		Correlations			Collinearity Statistics	
	Coefficients		Coefficients			Interval for B					Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part		
1 (Constant)	-.015	.186		-.080	.936	-.382	.352					
F1	.261	.046	.255	5.721	.000	.171	.350	.539	.295	.210	.681	<b>1.468</b>
F2	.293	.043	.296	6.730	.000	.207	.378	.564	.341	.247	.699	<b>1.430</b>
F3	.324	.053	.300	6.162	.000	.220	.427	.623	.315	.227	.572	<b>1.749</b>
F4	.073	.049	.067	1.506	.133	-.022	.169	.461	.081	.055	.675	<b>1.483</b>
F5	.039	.031	.049	1.271	.205	-.021	.100	.258	.068	.047	.907	<b>1.102</b>

However, the elements of “Local culture” (F1), “Travel services” (F2) and “Local specialties” (F3) need more investments from tourism managers and tourism enterprises to be improved to meet requirements of tourists.

## 5. CONCLUSION

The main purpose of this paper is to identify the key criteria that constitute a local tourism product and also analyze the assessments of tourists on the importance of criteria constituting the local tourism product of Binh Thuan. By using qualitative and quantitative analysis of descriptive statistics and exploratory factor analysis, the research determines the factors making up the special’s tourism product of Binh Thuan province and the relationship between the factors found and the satisfaction level of tourists on Binh Thuan tourism, hence this will be the basis for the proposals of building customer-oriented tourism products. The research shows that the solutions of limiting negative effects of “Tourism environment” and “Natural heritage” are not really necessary for Binh Thuan tourism. Instead, we should focus on developing “Local culture”, “Tourism services” and “Tourism specialties” as the basis for exploiting unique characteristics of Binh Thuan’s nature and human to promote its tourism potentials.

## REFERENCES

1. Babbie, E. (2013). *The Basics of Social Research* (13 ed.). Belmont, CA: Wadsworth.
2. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. (2012). Đề án “Phát triển du lịch biển, đảo và vùng ven biển Việt Nam đến năm 2020” và kế hoạch Bình Thuận thực hiện chương trình hành động quốc gia về du lịch giai đoạn 2013-2020. Việt Nam.

3. Gill, J., and Johnson, P. (2010). *Research Methods for Managers* (4 ed.). London: SAGE Publications Ltd.
4. Nguyễn Đình Thọ.; Nguyễn Thị Mai Trang.; (2009). *Nghiên cứu khoa học trong quản trị kinh doanh*. NXB Thống kê.
5. Phạm Trung Lương. (2007). *Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù để nâng cao sức cạnh tranh của du lịch Việt Nam*. Tạp chí Du lịch Việt Nam.
6. Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). *Research methods for business students* (5 ed.). Harlow: Financial Times Prentice Hall.
7. Sekaran, U. & Bougie, R. G. J. (2009). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. *International Journal of Information Technology and Management*.
8. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Bình Thuận. (2014). *Báo cáo tình hình hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh*. Việt Nam.
9. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Bình Thuận. (2015). *Báo cáo tình hình hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh*. Việt Nam.
10. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Bình Thuận. (2016). *Báo cáo tình hình hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh*. Việt Nam.
11. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Bình Thuận. (2017). *Báo cáo tình hình hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh*. Việt Nam.
12. Võ Văn Quang. (2016). *Chiến lược định vị thương hiệu Mũi Né, Bình Thuận*. Bình Thuận, Việt Nam.

## **SẢN PHẨM DU LỊCH ĐỊA PHƯƠNG VÀ XÂY DỰNG SỰ CẠNH TRANH CỦA DU LỊCH BÌNH THUẬN TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP**

**Hoàng Thanh Liêm**

*Trường Đại học Kỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh*

### **Tóm tắt**

Bằng cách sử dụng phương pháp định tính, trước tiên, bài viết này xác định các tiêu chí chính tạo thành một sản phẩm du lịch địa phương. Các tiêu chí được nhóm theo các yếu tố hợp lý liên quan chặt chẽ. Nghiên cứu phân tích đánh giá của khách du lịch về tầm quan trọng của các tiêu chí cấu thành sản phẩm du lịch địa phương của Bình Thuận bằng cách phân tích định lượng thống kê mô tả và phân tích nhân tố khám phá nhằm xác định các yếu tố tạo nên sản phẩm du lịch của tỉnh Bình Thuận. Sau đó, kết quả hồi quy để xác định mối quan hệ giữa các yếu tố được tìm thấy và mức độ hài lòng của khách du lịch đối với du lịch Bình Thuận, điều này làm cơ sở cho các đề xuất xây dựng các sản phẩm du lịch hướng đến khách hàng. Nghiên cứu cho thấy các giải pháp hạn chế tác động tiêu cực của “Môi trường du lịch” và “Di sản thiên nhiên” là không thực sự cần thiết đối với du lịch Bình Thuận. Thay vào đó, chúng ta nên tập trung phát triển “Văn hóa địa phương”, “Dịch vụ du lịch” và “Đặc sản du lịch” làm cơ sở khai thác các đặc điểm độc đáo của thiên nhiên Bình Thuận và con người để phát huy tiềm năng du lịch.

### **Từ khóa**

Bình Thuận, sản phẩm du lịch đặc biệt, du lịch, hài lòng.

## APPENDIX 1

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Phong cảnh thiên nhiên	350	1	5	3.84	.838
Môi trường tự nhiên	350	1	5	3.53	.862
Vị trí địa lý	350	1	5	3.50	.789
Công trình kiến trúc	350	1	5	3.47	.938
Di tích lịch sử	350	1	5	3.78	.949
Công trình văn hóa	350	1	5	3.60	.933
Phong tục tập quán	350	1	5	3.61	.947
Tôn giáo	350	1	5	3.68	.979
Dân tộc	350	1	5	3.45	.985
Le hoi	350	1	5	3.61	1.043
Thân thiện của người dân	350	1	5	3.56	.912
Phương tiện giao thông	350	1	5	3.31	.952
HT giao thông công cộng	350	1	5	3.30	.968
HT thông tin liên lạc	350	1	5	3.40	.927
Địa điểm du lịch	350	1	5	3.57	.898
Địa điểm lưu trú	350	1	5	3.25	.937
Địa điểm ẩm thực	350	1	5	3.15	.905
Dịch vụ vui chơi giải trí	350	1	5	3.10	.939
Qua lưu niệm của địa phương	350	1	5	3.37	.965
Thái độ phục vụ của nhân viên	350	1	5	3.39	.992
Trình độ ngoại ngữ của nhân viên	350	1	5	3.13	1.022
Đặc sản địa phương	350	1	5	3.54	.968
Giá cả sinh hoạt	350	1	5	3.12	.961
mức độ an toàn tại địa điểm	350	1	5	3.51	.948
Giới tính	350	1	2	1.54	.499
Tình trạng gia đình	350	1	4	1.49	.517
Tuổi	350	1	4	2.04	1.005
Trình độ học vấn	350	1	4	2.53	1.191
Quốc tịch	350	1	3	1.02	.150
Số lần đến du lịch	350	1	4	2.84	1.267
Mong muốn trở lại	350	1	2	1.15	.353
Phương tiện nghe về địa phương	350	1	8	5.28	2.037

## SOME SOLUTIONS TO ATTRACT INVESTMENT CAPITAL FOR TOURISM OF TUYEN QUANG PROVINCE

**Do Thi Thuy Phuong, Nguyen Thu Ha, Tran Dinh Tuan**  
*Thai Nguyen Universtiy of Economics and Business Administration*

### Abstract

Tuyen Quang is a province which has many potentials and advantages in tourism development. Tourism development will contribute to the provincial construction and renovation. Investing the capital into tourism development will contribute to promoting economic development, triggering the locally economic restructure, increasing science and technology, especially, due to the context of industrial revolution 4.0 and improving the management and operating capacity of local authorities and tourism enterprises. Recognizing the role of the tourism industry in the local socio-economic development, Tuyen Quang province has been making great efforts in implementing solutions to attract investment capital for tourism development of Tuyen Quang province.

### Keywords

Investment capital, development, tourism, Tuyen Quang.

### 1. THE NEED ON ATTRACTING INVESTMENT CAPITAL FOR TOURISM DEVELOPMENT

Any economic sector wants to develop, requires capital. Attracting investment capital plays a very important role for developing economy in general and tourism industry in particular. Investing a lot of capital will create favorable conditions for tourism to develop quickly and sustainably and exploit the region's potentials. Therefore, constantly attracting investment capital to develop tourism is an indispensable and necessary. This is also evident in the following aspects:

*Firstly*, attracting investment capital in tourism development will contribute to promoting economic development. Increasing in investment capital will create an increase in investment capital contributing to the development of the tourism industry. Tourism is one of the important economic sectors, and tourism development will lead to other industries to develop and it contributes significantly to overall economic growth. Tourism development will create a consumption market for other sectors, such as agriculture, forestry and fisheries, post, telecommunications, goods industry, etc. will consume their products through the sale of products and services for tourists and tourism enterprises.

*Secondly*, attracting investment in the tourism industry will contribute to promoting the restructuring of the local economy. Tourism is an important economic sector, thus, attracting investment in tourism will impact the economic structure towards shifting from agriculture and industry to services. Tourism development will help to make the economic structure more reasonable.

*Thirdly*, attracting investment in tourism will contribute to strengthen science and technology, especially in the context of the current industrial revolution 4.0. The digital world revolution has been affecting all aspects of socio-economic life, including tourism. In order to improve the accessibility and application of advanced and modern science and technology to

meet the requirements of the new context, it is necessary to have capital focusing on tourism development 4.0. Attracting capital in tourism development will help the science and technology of the tourism industry increase through invested projects, equipment and technical innovation, and application of scientific advances and new technology...

*Fourthly*, attracting capital into the tourism industry also makes an important contribution to improve the management level and operating capacity of local governments and tourism businesses. When investment capital is spent to focus on tourism development, it is required that there must be a plan to manage capital and use the capital to achieve the highest efficiency. Since then, the requirements imposed on the authorities and tourism businesses must have certain changes in the executive activities and management to improve the efficiency of using investment capital.

## **2. BASIC FACTORS AFFECTING TO THE ATTRACTION OF INVESTMENT CAPITAL FOR TOURISM DEVELOPMENT OF TUYEN QUANG PROVINCE**

### **2.1. Natural and socio-economic conditions**

Tuyen Quang is a mountainous province in the North of Vietnam. This place is famous for its charming scenery and is the gathering place of many cultures from different ethnic minorities. The terrain consists of high mountains accounting for about 50% of the whole province area, including the entire Na Hang district, Lam Binh, 06 mountainous communes of Chiem Hoa district (Phuc Son, Minh Quang, Phu Binh, Binh Phu, Yen Lap and Kien Dai). ) and 02 communes of Ham Yen district (Phu Luu, Yen Lam); lowland and midland accounts for about 50% of the province's area, including the remaining communes of the two districts of Chiem Hoa, Ham Yen and the districts of Yen Son, Son Duong and Tuyen Quang city. The highest point is Mount Cham Chu (Ham Yen) with an elevation of 1,587m above sea level. Tuyen Quang has a typical climate of the North, each season brings a different beauty.

The people in Tuyen Quang province have long been famous for their beauty, kindness, affection and hospitality. They are hardworking, rich tradition, united and engaged in building and developing the local economy.

### **2.2. The potential of tourism development**

Tuyen Quang province situates in good geographical location, natural conditions, favorable climate, many tourist destinations and more than 500 historical and cultural relics along with long-standing historical and historical values combined with the cultural convergence of ethnic minorities living together,... Therefore, the province has great potential in developing tourism types including ecotourism, spirituality, history and cultural tourism ...

Tuyen Quang has many destinations that attract a lot of tourists such as: Tan Trao special national historical relics, My Lam mineral springs, Ba Be - Na Hang eco-tourism area, Ban Ba waterfall... Many places ranked at the national level such as: Mac Dynasty citadel, Ha temple, Thuong temple, Ý La temple ... Tuyen Quang hydroelectric lake is like "Ha Long on land" among nature. Hydropower lake bed has dozens of "islands" large and small, possessing many hills and mountains. The highest mountain is Pac Ta, which is associated with the legend of local people slavished elephants by alcohol, using elephants to defeat invaders. Along with that are many beautiful waterfalls such as Khuoi Nhi, Khuoi Sung, Nam Me waterfall... and 99 mountainous landscapes in Thuong Lam, Khuon Ha, Lang Can commune.



Tuyen Quang has many special festivals such as Thanh Tuyen festival, boat racing festival, Huong Nghiem pagoda's festival, Ha temple's festival - Thuong temple - Y La temple, Tran temple procession festival... In these, there are many relics of temples and pagodas that have become advantages in developing spiritual cultural tourism of the locality, attracting a large number of tourists every year.

### **2.3. Socio-economic situation**

The economy of Tuyen Quang province has gained remarkable achievements in recent years. During three consecutive years of implementing the Resolution of the XVI Provincial Party Congress, Tuyen Quang completed its annual socio-economic targets on time due to the Resolution's proposed schedule, creating the position and power for Tuyen. Quang firmly stepped in the period of integration and development. According to the report on socio-economic situation in the first 6 months of the year 2019 of Tuyen Quang People's Committee: The gross domestic product of province reached 9.02%. In particular, the value of food production gained over 15.3 thousand tons; industrial production value increased by 11.8% over the same period; total retail sales of social goods and services increased by 8.7%; social income on tourism reached VND 1,122 billion. The total budget revenue in the province reaches 1,007.35 billion VND, as 48.4% of the estimation. The movement of new rural construction continues to be strengthened, maintained and held the quality of criteria in 30 communes which reached new rural standards. The activities of administrative reform, investment environment continued to be improved, the public administrative reform index ranked 19/63 provinces and cities. The activities of culture, information and propaganda are abundant; education, health, labor and employment continued to change; poverty reduction and social security are concerned; defense and security is maintained.

## **3. STRATEGY TO ATTRACT SOCIAL INVESTMENT CAPITAL FOR TOURISM DEVELOPMENT IN TUYEN QUANG PROVINCE**

Tourism is a highly interdisciplinary and highly socialized industry. Therefore, it is necessary to have a strategy to attract investment capital from the whole society to promote the development of the tourism industry. In order to promote tourism in Tuyen Quang province, besides attracting investment capital from the state budget, the provincial budget, ODA, FDI, investment from domestic enterprises ... need to improve the investment source of the majority of the population in the province.

Attracting investment from residents is an important and fundamental strategic solution because it not only increases the capital invested into tourism but also contributes to attract the participation of local residents on tourism business activities. That will contribute to increase incomes for local people, improving their lives, helping to reduce poverty and bringing about effectiveness in protecting the landscape and environment in tourist destinations...

The call for social investment for tourism development requires close coordination of management agencies at all levels and local governments from planning and strategies to the management of investment packages to ensure the most efficient use of investment capital.

## **4. SOME SOLUTIONS TO ATTRACT INVESTMENT FOR TOURISM IN TUYEN QUANG PROVINCE**

In order to enhance the attraction of investment capital for the development of the province's tourism industry, Tuyen Quang needs to promote its available potentials and

advantages and involve the participation of local people, businesses and authorities in realizing synchronous solutions to attract investment capital. Some specific solutions are as follows:

*Firstly*, local authorities at all levels (communes, districts, cities, provinces) need to focus on studying and proposing mechanisms and policies to promote tourism development of the province, policies to promote the attraction of investment capital for the province's tourism development.

*Secondly*, it is necessary to review, renovate and improve the regulations on the operation of tourism businesses in the province, ensuring the implementation of regulations to develop tourism in a sustainable manner, protecting maximum benefits for tourists.

*Thirdly*, it is necessary to focus on studying, building and perfecting the legal basis and sanctions against units and individuals that violate regulations on ensuring environmental sanitation and tourism, guaranteeing security and safety for tourists.

*Fourthly*, it is necessary to improve the capacity and effectiveness, efficiency of state management for the integrating plan on tourism development, regions, regulations or tourist areas, destinations and specific projects, do well the management and exploitation tourist areas in the province.

*Fifthly*, attention should be paid to organizing and arranging a contingent of officials in charge of inspection and examination in the tourism to ensure activities are carried out strictly according to regulations.

*Sixthly*, it is necessary to promote the branding strategy, introduce the tourism image of Tuyen Quang province. Many forms can be used to promote and introduce tourism of the province such as using traditional marketing forms (newspapers, radio, television, conferences, propaganda sessions, training via...) ; online marketing (via websites, social networks, email, forums ...); through organizing events, cultural festivals, sports, tourism ...

*Seventhly*, promoting the application of science and technology in advertising and developing tourism of the province, researching to build tourism 4.0, smart tourism... to meet the requirements of innovation and integration in the current industrial revolution 4.0.

*Eighthly*, Tuyen Quang province needs to concentrate investment on building, upgrading and developing infrastructure to serve and develop tourism.

*Ninthly*, attracting and training high-quality human resources capable of proficient use of information technology to serve the development of the tourism industry.

*Tenth*, it is necessary to renovate the management mechanism of the tourism in particular and other economic sectors from manual administrative to electronic management, to meet the development requirements of tourism in a new context, new conditions.

## **5. CONCLUSION**

Attracting investment plays an important role in economic development in general and tourism development in particular in Tuyen Quang province. Attracting a lot of investment capital will create favorable conditions for tourism to develop quickly and sustainably and exploit the region's potential strengths. The province needs to develop a mechanism to attract capital to invest in tourism development, socialize conservation, embellish relics, landscapes, festivals, folklore activities, trade villages, etc. to serve tourism development, contributing to the local socio-economic development. Tuyen Quang province should implement synchronous

solutions to attract investment capital for tourism development such as: Building mechanisms and policies to promote tourism development of the province; Complete the regulations on the operation of tourism businesses in the province; Improve the capacity, effectiveness and efficiency of water management for tourism development master planning; promoting brand promotion strategy, advertising tourism image in Tuyen Quang province; Concentrate on investing in construction, upgrading and developing infrastructure to serve and develop tourism; Attract and train high-quality human resources capable of proficient use of information technology to serve the development of the tourism industry; Reform the tourism industry management mechanism to meet the sector's development requirements in new contexts and conditions.

## REFERENCES

1. Pham Que Anh (2016), Several factors affecting the attraction of investment capital in tourism in Quang Ninh province, Asia - Pacific Economic Review.
2. Le Quang Dang, Do Thi Nga (2014), Analyzing the current situation and proposing solutions for Thai Nguyen tourism economic development through SWOT matrix, Journal of Science and Technology.
3. Ngo Van Luoc, Ngo Thuy Lan (2018), Developing Ba Ria - Vung Tau Tourism in Industrial Revolution 4.0, National University Press, Ho Chi Minh City.
4. Nguyen Thi Thu Nguyen, Pham Thi Oanh (2018), Developing tourism in Dak Lak Province during the Industrial Revolution 4.0, Proceedings of Scientific Conference: Tourism Development in the Industrial Revolution 4.0
5. <http://tuyenquang.gov.vn/>
6. <http://dulichlambinh.gov.vn/>
7. <http://dulichtuyenquang.gov.vn/>

## MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM THU HÚT VỐN ĐẦU TƯ VÀO DU LỊCH TỈNH TUYÊN QUANG

**Đỗ Thị Thúy Phương, Nguyễn Thu Hà, Trần Đình Tuấn**  
*Trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh Thái Nguyên*

### Tóm tắt

Tuyên Quang là tỉnh có nhiều tiềm năng và thế mạnh về phát triển du lịch. Phát triển ngành Du lịch sẽ góp phần vào công cuộc xây dựng và đổi mới tỉnh. Thu hút vốn đầu tư vào phát triển du lịch sẽ góp phần thúc đẩy kinh tế phát triển, đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu kinh tế địa phương, tăng cường khoa học công nghệ đặc biệt trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và góp phần quan trọng vào việc nâng cao trình độ quản lý và năng lực điều hành của chính quyền địa phương và các doanh nghiệp du lịch. Nhận thức được vai trò của ngành Du lịch đối với sự phát triển kinh tế xã hội địa phương, tỉnh Tuyên Quang đã và đang nỗ lực rất nhiều trong việc thực hiện các giải pháp nhằm thu hút vốn đầu tư cho phát triển du lịch của tỉnh Tuyên Quang.

### Từ khóa

Vốn đầu tư, phát triển, du lịch, Tuyên Quang.

## PROVINCAL GOVERNMENT MANAGEMENT IN DEVELOPING COMMUNITY BASED TOURISM - CASE STUDY IN SON LA PROVINCE

**Bui Xuan Nhan**

**Tran Thu Phuong**

*Thuongmai University*

### **Abstract**

Community-based tourism development is a topic that is currently of interest to many researchers. In Vietnam, community-based tourism was developed many years ago and is increasingly supported. The policy on community-based tourism development in Vietnam has been gradually improved and concretized, which is expressed in the Law on Tourism 2017, Vietnam tourism development strategy to 2020 - vision to 2030 and a series of specific policies of localities having conditions to develop community-based tourism. However, in practice not all localities are successful in developing community-based tourism in a sustainable way. The localities developing community-based tourism successfully are those having a good and effective state management that creates a favorable environment for developing this kind of tourism. In this context, the study of state management for community-based tourism development, especially at the provincial level, is of great significance. The paper focuses on analyzing the role and content of local government management in community-based tourism development, along with the results of practical analysis of community-based tourism development management in Son La province. Accordingly, it proposes some recommendations to strengthen the role of the provincial government management for the development of community-based tourism. These solutions may apply to other provinces with similar conditions.

### **Keywords**

State management, community-based tourism, Son La, Northwest region.

### **1. INTRODUCTION ABOUT COMMUNITY-BASED TOURISM DEVELOPMENT**

Tourism includes activities that involve people's traveling outside of their regular residence to meet the needs of sightseeing, learning, entertaining, and relaxing for a certain period of time. Nowadays, tourism has become an indispensable need in cultural and social life in many countries. In the world, tourism is now considered one of the leading economic sectors, developing at a high speed, and attracting many participating countries for its great socio-economic benefits. This is even more evident in the trend of globalization and regionalization. With continuous growth over the past decades, tourism has affirmed to be one of the fastest growing and largest service economies in the world, contributing to the development and prosperity of many nations.

However, besides the great economic contributions, the strong growth of the global mass tourism has also resulted in negative impacts on the natural and cultural environment in many places. These unwanted impacts have led to growing concerns about conservation and preservation of resources to ensure long-term and sustainable exploitation for the benefit of communities, businesses and tourists. Therefore, in the 1970s, community-based tourism began

to be introduced as an alternative type for mass tourism due to its unwanted effects on environment, and meeting new trends of tourists who want to experience indigenous cultural values. Since its appearance, community-based tourism has received the attention of many countries around the world because this tourism type not only gives visitors the experience of cultural values of the community but also contributes to the improvement of economic welfare, protection of natural and cultural resources towards a sustainable development.

So far, there have been many studies domestically and internationally related to the development of community-based tourism with a variety of topics such as community-based tourism concepts, principles, development conditions, stakeholders, etc. made by different authors namely E. Murphy (1985), Simpson (2008), Boonratana (2010), Vajirakachorn (2011), Álvarez-García (2018), etc.

Vietnam's Tourism Law 2017 introduced the concept of community-based tourism as follows: "Community-based tourism is a type of tourism developed on the basis of cultural values of the community, being managed, organized and exploited by the community and bringing benefits to the community" Many studies have also given different concepts about community-based tourism, but most agree on the nature of community-based tourism as a type of tourism which is managed by the community. This is the difference between community-based tourism and other types of tourism. However, the community can manage all or parts of tourism activities depending on many different factors such as the willingness and unity of the community, the role of the leader in the community, the support of the stakeholders, so on. Therefore, the development of community-based tourism requires an approach which is appropriate to the characteristics of each region, towards the purpose of maximizing benefits for the local and limiting the negative impacts of tourism on the community, resources and environment.

Stakeholders involved in community-based tourism development often include:

*Private sector:* This component plays an important role in community-based tourism development. This component can be accessible to the market, knowledgeable about customers and marketing channels that directly benefit the community. The private sector not only participates in the operation process but also in earlier stages such as preparing and planning to design and develop tourism products meeting the needs of tourists. Without the participation of the private sector, it is probably hard to achieve the target of economic benefits of community-based tourism model.

*Local community:* Local community is the core of community-based tourism development. Without this factor, it is impossible to distinguish community-based tourism from other types of tourism. Local community possesses tourism resources and directly serve tourists. Therefore, educating tourism knowledge and skills for the community is essential.

*State management:* State management plays an important role in managing, planning and promoting community-based tourism. This role varies in different countries. At the local level, the local government is the direct agency managing community-based tourism activities in the territory by using state management tools.

*Development assistance organizations, experts, training institutions and the media:* Development assistance organizations can be national or international non-governmental organizations. Non-governmental organizations often provide technical and financial support primarily for the development of the community. Experts provide professional support and consultancy about planning, managing, building common conventions of the community, etc.

Training institutions such as universities and colleges provide training services for different stakeholders in the community-based tourism model. The training content can be tourism operation, selling skills, management skills, foreign language, etc. Media, on one hand, can help promote tourism products of the community to tourists, organizations, etc. and on the other hand, communicate to raise awareness of stakeholders in the community-based tourism system.

## **2. RESEARCH OBJECTIVES AND METHODOLOGY**

### **2.1. Research objectives**

The main objective of the paper is:

- To clarify the role and content of provincial government management in community-based tourism development;
- To propose a number of solutions to strengthen the provincial government management for sustainably developing community-based tourism.

### **2.2. Methodology**

In order to meet the objectives of the study, the paper analyzes the real practice of managing community-based tourism development in Son La province as a case study. Relevant secondary data was collected from journals and research papers on the internet, reports from units and agencies related to community-based tourism development in Son La province, etc.

## **3. PROVINCIAL GOVERNMENT MANAGEMENT IN COMMUNITY - BASED TOURISM DEVELOPMENT**

### **3.1. The role of local authorities in community-based tourism development**

Studies on community-based tourism development in many countries around the world have shown the important role of the state component. In order to successfully develop community-based tourism, the state component in this paper is mainly local governments, which must play a key role coordinating all stakeholders, promoting community participation and creating a favorable environment for stakeholders to participate in community-based tourism development. The role of local authorities in community-based tourism development is reflected in the following main contents:

- Orienting the development of community-based tourism: the goal of developing community-based tourism is to bring about opportunities for developing local economy by selling tourism products and services, thereby, contribute to poverty reduction and conservation of tourism resources. Community-based tourism should be oriented to develop based on the above goal. Orientating community-based tourism development is done by local authorities via planning, developing plans and strategies in short, medium and long terms. At the same time, local authorities use strategic tools, plans, laws and policies as a basis for examining, controlling and evaluating activities for community-based tourism development. Accordingly, local authorities can regulate behaviors of community-based tourism stakeholders. Local authorities also play an important role in communicating and leading local people, tourists and businesses to properly and fully implement the role of each entity in the development of community-based tourism.

- Creating a favorable environment for the development of community-based tourism: the local government should create a fair environment for the stakeholders participating in community-based tourism development on the basis of implementing the regulations from the

state and issuing regulations in an appropriate and transparent manner. Stakeholders are responsible for fully complying with local laws and regulations. In addition, to facilitate the development of community-based tourism, depending on the characteristics of each locality, the local authority can issue mechanisms and policies to support infrastructure and human resource development, provide financial support and other incentives for stakeholders to encourage the development of community-based tourism in each stage.

- Ensuring safety and security for tourists, control the information transmitted to tourists as well as the behavior of tourists, regulate the quantity of tourists to ensure the capacity of local tourist sites, etc. On the other hand, tourists must comply with the regulations of the local government at tourist destinations.

- Communicating and educating local residents about the benefits of tourism development, creating a mechanism to ensure the benefits of local people. Local authorities also need to well control the behaviors of local communities to avoid negative activities such as overcharging tourists, forcing them to buy things, causing environmental pollution, destroying tourism resources, preventing legal tourism activities, etc.

Involvement of stakeholders with the state management role of the local government will help build an appropriate framework for developing community-based tourism.

Different stakeholders in community-based tourism development often have different objectives. Therefore, so as to develop community-based tourism successfully, the views of those stakeholders must be integrated and consensus in a common effort to develop this type of tourism, in which, the local government must play the coordinating role.

### **3.2. Content of provincial government management for community-based tourism development**

According to Article 75 of Vietnam's Law on Tourism 2017, state management of tourism at the provincial level includes the following main contents: (1) Concretize strategies, plans, planning and policies for tourism development so that they are consistent with local conditions; (2) Promulgate or submit to state agencies for promulgating preferential policies to attract investment to exploit the potentials and strengths of local tourism; support community-based tourism development; (3) Manage tourism resources, tourist areas, tourist attractions, tourism business activities and tourist guides in the province; (4) Ensure good social security and safety, environment, food safety in tourist zones, tourist spots, where there are many tourists visiting; (4) Communicate and raise people's awareness to ensure a friendly, positive and polite tourism environment; (5) Organize places for parking or stopping for those means of transport which were granted tourism means of transport so that they can be able to access tourist attractions, tourist accommodations; checking and installing signs and signboards in tourist zones and tourist spots; (6) Receive and resolve tourists' petitions.

From the above contents, it can be seen that to manage the development of community - based tourism, local authorities need to perform the following main tasks:

*Firstly*, based on strategies, planning and tourism development plans of the nation, local authorities need develop those for tourism development generally and community-based tourism development particularly of the locality, which are in accordance with the characteristics, conditions and strategies of local socio-economic development.

*Secondly*, local authorities need build mechanisms and policies to develop community-based tourism in the locality (including policies to support initial necessary equipment; foster knowledge and skills of the community to serve tourists; support the promotion of community-based tourism products), so that on the one hand, it can implement state policies, on the other hand based on the competence of the provincial level, it can issue specific mechanisms and policies on a common legal framework to well exploit the resources, advantages and potentials of local community-based tourism development.

*Thirdly*, local authorities need examine activities related to organizing, managing community - based tourism businesses in the province.

#### 4. CURRENT STATE MANAGEMENT ON COMMUNITY-BASED TOURISM DEVELOPMENT IN SON LA PROVINCE

Son La has a relatively favorable geographical position, which is located at the gateway to the northwestern mountains and borders with Lao People's Democratic Republic. Son La's terrain is quite diverse with unique landscapes such as the landscape of Moc Chau and Son La - Na San highlands; landscape of large reservoir area, etc. Son La also has a system of Karst caves such as Doi cave (Son Moc Huong cave - Moc Chau), Tham Ta Toong cave (Bo village, Chieng An commune, Son La city), Thuong Thien cave (Huoi Hin, Chieng Ngan commune, Son La city) and many beautiful unnamed caves which have just been discovered. Son La has a long history of formation with the habitat of 12 ethnic groups such as Thai, Mong, etc. creating a unique cultural nuance of the province. There are many folk festivals and games such as “Con” throwing, hunting, fishing, Xen Muong and Xen Ban associated with many folk games. Especially, many ethnic villages still retain valuable and attractive historical and cultural values.

With the advantages of geographical location and tourism potential mentioned above, Son La can develop many types of tourism. In recent years, Son La tourism has achieved positive results: In 2018, Son La received more than 2 million tourist arrivals among which about 1.2 million are overnight visitors (including 70,000 international tourist arrivals), total tourism revenue reached to more than 1.3 trillion VND (nearly 6 times higher than in 2010). In Son La province, there are 162 tourist accommodations which have been ranked with 2,900 rooms, of which 118 tourist lodges, 14 homestays, 03 three-star hotels, 11 two-star hotels and 16 one-star hotels (Table 1).

*Table 1: Statistics on tourism development in Son La province*

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
International tourist arrival ( <i>thousand of arrival</i> )	36	42	43	39	55	48	53,3	70
Domestic tourist arrival ( <i>thousand of arrival</i> )	368	1.073	1.108	1.494	1.217	1.795	2.400	2.000
Tourism revenue ( <i>billion VND</i> )	210	502	602	622	700	887	1.420	1.500
Tourist accommodation rooms ( <i>room</i> )	1.572	1.600	1.800	2.550	2.900	3.200	3.500	3.900
Labor in tourism ( <i>person</i> )	1.190	1.260	1.550	1.670	1.750	2.020	3.130	4.000

*Source: Son La Department of Culture, Sports and Tourism*



Community-based tourism was developed in Son La in 2008. With the support of the Netherlands Development Organization (SNV), the province's first community-based tourism model was formed in Chieng Yen commune, Moc Chau district. In 2010, a project was started to support 4 community-based tourism villages (Na Bai village - Chieng Yen commune; Ban Ang village - Moc Chau town, Ban Bo, Ban Hum - Son La city). The initial target was to raise awareness of managerial officials and communities about tourism development in supported areas. In 2016, Son La issued a policy to support the development of community-based tourism in the province to 2020. The main contents of this policy were to financially support community-based tourism villages (setting up a system of signboards, investing in waste collection and treatment systems, building standard public toilets), and households participating in tourism activities (lowering interest on bank loans, training tourism skills).

With the support of international organizations and the proactive promulgation and implementation of policies to support and develop community-based tourism in Son La, there have been encouraging results. On average, there are about 16,000 tourist arrivals coming to community-based tourism sites annually with the total revenue of 4 billion VND/year, an increase of over 20%/year in the period of 2010-2015; attracting 30% of villagers to participate in community-based tourism activities; creating stable jobs for over 200 employees and shifting about 20% of the free farming time to serving for tourism.

In Son La province, there are about 20 villages having potential for community-based tourism development, 10 of which are having community-based tourism activities (see Table 2). 5 among those villages and 23 households have received support for tourism development directly from the provincial policy on developing community-based tourism.

*Table 2: Quantity of villages having potential for community-based tourism development and those having community-based tourism activities in Son La*

District/City	Quantity of villages having potential for CBT development	Quantity of villages having CBT activities	Number of business households		
			Total amount	Accommodation	Food & Beverage
Son La city	4	3	19	10	9
Vân Hồ District	6	3	11	11	9
Mường La District	2	1	1	1	1
Mộc Châu District	3	2	18	18	18
Quỳnh Nhai	3	1	1	1	1
Phù Yên District	1				
Yên Châu District	1				
Total amount	20	10	50	41	38

*Source: Son La Department of Culture, Sports and Tourism*

However, besides the achieved results, community-based tourism development in Son La also reveals certain limitations. Most of the community-based tourism sites have been developed spontaneously. Consequently, many of them have similar models, the quality of technique and service facilities is not good enough; The typical traditional culture of the local people is not clearly demonstrated and there is the lack of real-life experiences - one of the important factors for community-based tourism. Tourism knowledge and skills of local people who are participating

in community-based tourism activities are limited, leading to poor quality, poor tourism products and services, and not appealing to tourists. In fact, the number of tourists coming to community-based tourism sites in Son La has been decreasing in the last few years. Apart from that, the natural environment at some community-based tourism sites is being contaminated due to the lack of waste collection system and specific regulations on environment protection.

The above successes and limitations of community-based tourism development in Son La are generally related to all involved parties among which the main role belongs to state management. The management of community -based tourism development in Son La over the years can be seen as follows:

*Achievements:*

- Having developed and implemented the master plan for tourism development in Son La province to 2020 with a vision to 2030 (approved in 2014), including contents on community-based tourism development. This plan together with the planning of Moc Chau National tourist zone approved by the Prime Minister is the spring board for investing, managing tourism generally and community-based tourism development particularly in an intergrated and synchronous way.

- Having communicated effectively to raise awareness about community-based tourism development. Community-based tourism development has been recognized as the right and effective direction in tourism development in particular and socio-economic development in general.

- Having issued policies, which have been quite effectively implemented, to support community-based tourism development. In addition, a number of documents on managing community-based tourism activities in the province have been issued including regulations on organizational structure to manage community-based tourism activities in villages, community-based tourism principles, etc. that make the management of community-based tourism more effective.

- Promotion of community-based tourism has been paid attention and gradually achieved positive results. Community-based tourism sites have been posted on tourism industry's website as well as many domestic travel agencies'. Publications on community-based tourism have been exhibited at many tourism fairs and exhibitions and

*Limitations:*

- Although tourism development plans and planning have been developed, including the contents of community-based tourism development, the implementation has not been effective enough due to the lack of activeness of tourism industry and interdisciplinary coordination mechanism. Lessons learnt from domestic and foreign localities show that, so as to have an effective model of community-based tourism development, apart from the participation of consulting organizations, it is necessary to have the participation of many related fields and industries such as Agriculture and Rural Development, Culture, Trade, etc. with specific roles in which tourism industry must play the key one.

- The investment in infrastructure is still limited, failing to meet the development needs: No planning for parking areas; Non synchronous signposts (only seen at some stops); Poor transportation system, not to mention some new roads, which match new rural criteria, are not suitable for community-based tourism development; Many villages have cultural houses but they

are rarely used, besides, the internal display is not suitable for them to act as a tourist stop or a place for community activities for tourists.

- The promulgation of policies to support community-based tourism villages and households participating in tourism activities is a great effort of this mountainous province. However, the guidelines for using those supported finance is not clear enough resulting in its inefficient use. In addition, the impractical requirements in organizing training courses limits the number of participants. Additionally, there is the lack of policies to support businesses and individuals to invest or bring visitors to community-based tourism sites making it hard to develop this kind of tourism as desired.

- There are no specific policies, regulations, and guidelines on environment protection in tourism development generally and community-based tourism particularly. Therefore, the natural environment in some tourist villages are in danger of being polluted; the natural landscapes in many places are destroyed due to commercialization of tourism activities. The cultural identity of ethnic groups in Son La is a valuable resource for tourism development, however, there are no specific guidelines on the preservation and promotion of this particular resource in tourism development. Many traditional ethnic houses are not reconstructed and restored as the original architecture, etc. That is the reason why tourist villages are not really attractive to tourists.

## **5. RECOMMENDATIONS TO STRENGTHEN THE MANAGEMENT ROLE OF PROVINCIAL GOVERNMENTS FOR COMMUNITY-BASED TOURISM DEVELOPMENT**

Community-based tourism is considered a tool for the poverty reduction. Community-based tourism development is particularly suitable for remote and isolated areas, where there are many tourism resources but no favorable conditions for development. However, it should be recognized that the development of community-based tourism is a very complex process, requiring close cooperation of many different stakeholders. This is also a long-term process with many different stages, in which state management plays a very important role. The initial outputs of community-based tourism development in some localities are thanks to the commitment and determination of the government. In fact, the development of community-based tourism in Son La as well as in many other localities in the past period has raised many issues to be solved for the provincial state management on community-based tourism development. In order to make the most use of the potentials to develop community-based tourism in a sustainable way, gradually overcome the shortcomings in the management of community-based tourism development, it is necessary to implement the following recommendations:

*Firstly*, build a project to develop community-based tourism. In order to serve as a basis for managing tourism development, most provinces and cities have developed master plans for tourism development, tourist zone planning and other planning related to tourism development. However, community-based tourism has its own characteristics, and its successful development requires more complex and difficult criteria than other types of tourism. Consequently, so as to develop community-based tourism in a methodical way, localities with community-based tourism potential need to establish a project to develop this type of tourism in an effective way ensuring the harmony between development and preservation of community's cultural values, limiting spontaneous development breaking tourism environment. The project needs to focus on the following main contents:

(1) Fully assess necessary factors for developing community-based tourism (tourism resources, community characteristics, infrastructure, socio-economic conditions, conditions of supply - demand, etc.); (2) Identify prioritized locations for community-based tourism development (ethnic villages with: special cultural values, households which are eligible to participate, suitable infrastructure conditions, nearby tourist attractions, etc.) (3) Develop orientations for developing community-based tourism on different themes, avoiding duplication of products, causing boredom for tourists (Thai, Muong, Dao, Mong Day villages, etc.), building a homestay model (typical architecture of the ethnic group, experience areas, supplement services, methods of organizing activities, etc.).

*Secondly*, avoid developing community-based tourism in the absence of adequate research on market demand, successful and unsuccessful lessons from other localities, avoiding spreading investment without specific development plans and planning. It is necessary to carry out pilot models and their review before deciding to replicate the models. Enhancing the participation of industries, consulting organizations with the coordinating role of the local tourism industry in the development of community-based tourism is essential. It is important to mobilize the participation of different industries in supporting community-based tourism: Agriculture and rural development sector can support the development of agricultural products (under the program “One commune one product” associated with restructuring agricultural production); Trade sector support the development of products from brocade villages, etc. to serve tourists; Culture sector support the preservation and bringing indigenous cultural values into tourism products, etc. Besides, tourism industry needs to cooperate with neighboring localities and tourism businesses in bringing visitors to community-based tourism sites.

*Thirdly*, review and evaluate the quality of tourism human resources, demand for being trained and retrained of tourism households and community-based tourism villages in the province to develop suitable training programs, at the same time selecting qualified training institutions to implement. Training content should focus on: organizing and managing community-based tourism activities, reception skills, housekeeping, food and beverage, cleanliness, landscapes protection, cultural and natural values conservation and promotion, basic knowledge about firefighting, food safety and hygiene, etc. Besides, it is necessary to strengthen the capability of tourism managerial officials at all levels to meet the requirements of managing community-based tourism activities in the area.

*Fourthly*, issue specific regulations and guidelines related to the protection of natural and cultural environment in community-based tourism development; Communicate and educate the community and other participants in tourism activities on resource protection (especially traditional cultural values of ethnic groups) and tourism environment. Accordingly, it can raise awareness of people, businesses and tourists in protecting natural resources and the environment; Strengthen the inspection and examination of observing regulations in environment protection at homestays and community-based tourism villages, etc.; install the guidance, notices about environment protection; place ecological dustbins; build standard public toilets in community-based tourism villages.

*Fifthly*, set up appropriate mechanisms and policies to support infrastructure at community-based tourism sites. Son La in particular and many northwestern provinces in general are in remote areas with complex terrains, poor socio-economic conditions and transportation system decreasing the accessibility of tourists and travel of local people. In order to facilitate the exploitation of community-based tourism potential, it is necessary to: upgrade inter-village,

inter-commune and internal roads in villages; install signposts to community-based tourism villages, etc.; build parking areas and public toilets in community-based tourism villages to limit environmental pollution and ensure hygiene; research and re-arrange community cultural houses in villages to both serve community activities and welcome tourists. The support of infrastructure should only be implemented at the places of potential, specifically defined in the project of community-based tourism development, avoiding ineffective investment.

*Sixthly*, it is necessary to closely combine the construction of new rural areas with the development of community-based tourism through specific policy frameworks. Development of community tourism and new rural construction have an interactive relationship. The development of community-based tourism contributes practically to the criteria of new rural construction, whereas the construction of new rural areas also creates a rural transport system and an increasingly perfect infrastructure contributing to appealing to tourists. Therefore, in order to make use of new rural construction outputs for tourism activities, there should be specific policies and guidelines to integrate activities to support new rural construction with tourism development. In particular, special attention should be paid to the design of roads, cultural houses, etc. that must be suitable with local cultural characteristics to attract tourists.

## REFERENCES

1. Culture and Information Division of Moc Chau, Van Ho and Son La city (2018): Report on the status of community-based tourism development in Moc Chau, Van Ho, and Son La city, Son La province.
2. Son La Department of Culture, Sports and Tourism (2014): Adjusting the master plan for tourism development in Son La province to 2020, vision to 2030.
3. Son La Department of Culture, Sports and Tourism (2018): Report on the results of developing policies to develop community-based tourism and orientation of community-based tourism development in Son La province to 2020.
4. Son La Investment Promotion Center (2018): Report on the current state of development, promotion and policies to attract investment in community-based tourism in Son La province.
5. People's Committee of Moc Chau district, Son La province (2017): Regulations on managing community-based tourism villages in Moc Chau.
6. José Álvarez-García, Amador Durán-Sánchez & María de la Cruz del Río-Rama (2018), Scientific coverage in community-based tourism: Sustainable tourism and strategy for social development, *Sustainability* 2018, 10, 1158. Molecular Diversity Preservation International, MDPI.
7. Peter E. Murphy (1985), *Tourism: a community approach*, New York; London: Methuen.
8. Thanathorn Vajirakachorn (2011), *Determinants of Success for Community-Based Tourism: The Case of Floating Markets in Thailand*, Ph.D. Thesis, Texas A&M University, College Station, USA.

## QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC TẠI ĐỊA PHƯƠNG VỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG - NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP TỈNH SƠN LA

Bùi Xuân Nhân, Trần Thu Phương

*Trường Đại học Thương mại*

### Tóm tắt

Phát triển du lịch dựa vào cộng đồng là một chủ đề hiện đang được nhiều nhà nghiên cứu quan tâm. Tại Việt Nam, du lịch dựa vào cộng đồng đã được phát triển từ nhiều năm trước và ngày càng được khuyến khích. Chính sách phát triển du lịch dựa vào cộng đồng ở Việt Nam đã dần được cải thiện và cụ thể hóa, được thể hiện trong Luật Du lịch 2017, chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020 - tầm nhìn đến năm 2030 và một loạt chính sách cụ thể của các địa phương có điều kiện phát triển cộng đồng du lịch dựa trên nền tảng. Tuy nhiên, trên thực tế không phải tất cả các địa phương đều thành công trong việc phát triển du lịch dựa vào cộng đồng một cách bền vững. Các địa phương phát triển du lịch dựa vào cộng đồng thành công là những nơi có sự quản lý nhà nước tốt và hiệu quả, tạo ra một môi trường thuận lợi để phát triển loại hình du lịch này. Trong bối cảnh này, nghiên cứu quản lý nhà nước để phát triển du lịch dựa vào cộng đồng, đặc biệt là ở cấp tỉnh, có ý nghĩa rất lớn. Bài viết tập trung vào phân tích vai trò và nội dung của quản lý chính quyền địa phương trong phát triển du lịch dựa vào cộng đồng, cùng với kết quả phân tích thực tế về quản lý phát triển du lịch dựa vào cộng đồng tại tỉnh Sơn La. Để từ đó, bài viết đề xuất một số khuyến nghị để tăng cường vai trò của quản lý chính quyền tỉnh đối với sự phát triển của du lịch dựa vào cộng đồng. Những giải pháp này có thể áp dụng cho các tỉnh khác có điều kiện tương tự.

### Từ khóa

Quản lý nhà nước, du lịch dựa vào cộng đồng, Sơn La, khu vực Tây Bắc.

## PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG TẠI CÁC CỘNG ĐỒNG TỘC NGƯỜI THIỂU SỐ Ở TỈNH TUYÊN QUANG - NHỮNG VẤN ĐỀ LƯU Ý NHẪM ĐẢM BẢO PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

TS. Nguyễn Anh Tuấn

*Trưởng Đại học Văn hóa Hà Nội*

### Tóm tắt

Du lịch sinh thái cộng đồng là cách tiếp cận phát triển nhấn mạnh vào các yếu tố: Cộng đồng địa phương, kinh tế du lịch và môi trường. Cách tiếp cận này đảm bảo mối quan hệ hài hòa giữa kinh tế và tính bền vững của môi trường tự nhiên cũng như bảo tồn bản sắc văn hóa. Đối với các tộc người thiểu số Tuyên Quang, có thể lựa chọn loại hình du lịch này, trong đó đề cao vai trò của chủ thể tộc người thiểu số với việc khai thác giá trị văn hóa và tài nguyên thiên nhiên tại địa phương để cải thiện cuộc sống. Bên cạnh đó, cần chú trọng phát triển bền vững thông qua việc nâng cao năng lực cho người dân, bảo vệ tri thức bản địa và môi trường sinh thái địa phương. Với tinh thần trên, bài viết này tập trung vào khẳng định vai trò của cộng đồng tộc người thiểu số tại Tuyên Quang trong mô hình phát triển du lịch, đồng thời chỉ ra một số vấn đề cần lưu ý nhằm đảm bảo phát triển bền vững về kinh tế, văn hóa và môi trường.

### Từ khóa

Du lịch sinh thái, cộng đồng, văn hóa, sinh kế, tộc người, Tuyên Quang.

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Các cộng đồng tộc người thiểu số ở Việt Nam nói chung, (ngoại trừ một số tộc người được xếp vào nhóm đồng đảo như Hoa, Khơ-me, Chăm), các tộc người thiểu số ở tỉnh Tuyên Quang nói riêng chủ yếu sinh sống tại các vùng nông thôn, miền núi và các địa bàn “vùng sâu vùng xa”. Chính sách dân tộc của Nhà nước có nhiều ưu tiên cho khu vực này, nhưng quan điểm “miền núi tiến ngược miền xuôi” trong việc thực thi chính sách khiến mục tiêu giảm nghèo được đặt làm trọng tâm, trong khi yếu tố văn hóa bản địa thường bị bỏ qua. Với việc xây dựng chính sách và đầu tư cho các chương trình phát triển, Đảng và Chính phủ đã có những cố gắng để nâng cao đời sống kinh tế, văn hóa của các cộng đồng tộc người thiểu số, nhờ đó diện mạo khu vực miền núi có những thay đổi tích cực. Tuy nhiên, so với vùng đồng bằng và các vùng trung tâm thì sự thay đổi này chưa thật sự tương xứng. Trên thực tế, cuộc sống của cư dân cộng đồng tộc người thiểu số tại Tuyên Quang vẫn còn nhiều khó khăn, thách thức khi phải đối mặt với nghèo đói, sự gia tăng dân số, sức ép từ việc cạn kiệt tài nguyên cho sinh kế truyền thống và sự lệ thuộc vào các hệ thống kinh tế bên ngoài<sup>135</sup>. Ngoài vấn đề phụ thuộc vào nguồn hàng hóa và các nhu yếu phẩm từ “miền xuôi”, một vấn đề đáng lưu tâm là “về mặt văn hóa, tri thức địa phương trở nên thứ yếu, hay thấp kém hơn văn hóa quốc gia do sự quảng bá của truyền thông... Mặc dù quá trình hòa

<sup>135</sup> Kết quả điều tra hộ nghèo, hộ cận nghèo năm 2016 (theo chuẩn nghèo tiếp cận đa chiều áp dụng cho giai đoạn 2016-2020), tỉnh Tuyên Quang có 55.827 hộ nghèo, chiếm 27,81% và 18.050 hộ cận nghèo, chiếm 8,99%. Tỷ lệ hộ nghèo cao chủ yếu tập trung tại các huyện, xã vùng sâu, vùng xa, vùng đông đồng bào dân tộc thiểu số. Các huyện có tỷ lệ hộ nghèo cao là Lâm Bình 60,79%; Na Hang 50,08%. Một số xã có tỷ lệ hộ nghèo rất cao như: Xuân Lập, Phúc Yên, Hồng Quang (huyện Lâm Bình); Sinh Long (huyện Na Hang) hơn 80%.

nhập vào hệ thống văn hóa lớn hơn có những yếu tố tích cực, song nó làm giảm sự quản lý của người địa phương về dòng chảy thông tin, làm suy yếu các biểu tượng của bản sắc và biến người miền núi từ người sản xuất thành người tiêu thụ văn hóa”<sup>136</sup>. Nguy cơ tự định kiến và xóa bỏ văn hóa truyền thống tộc người hiện hữu ở nhiều nơi, tiềm ẩn đánh mất sự đa dạng bản sắc.

Trước thực tế đó, các chính sách phát triển cộng đồng dần chú ý hơn tới vấn đề đảm bảo văn hóa và sinh kế cho các tộc người thiểu số. Các nhà nghiên cứu chú trọng vào tính bền vững của phát triển thông qua việc bảo vệ và phát huy giá trị của tri thức bản địa. Một trong những cách tiếp cận phát triển cộng đồng dạng này là dựa vào du lịch sinh thái cộng đồng. Dù có thể mang những cách gọi như: *du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái, du lịch dựa vào cộng đồng, phát triển du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng, phát triển cộng đồng dựa vào du lịch...* thì về cơ bản, đây là một loại hình du lịch đề cao tính chất tham gia của cộng đồng địa phương, trong đó yếu tố tài nguyên thiên nhiên và văn hóa tộc người (tri thức bản địa) trở thành tài nguyên để xây dựng các sản phẩm du lịch, với mục đích phát triển bên cạnh việc đảm bảo tính bền vững của thiên nhiên và văn hóa. Hay nói cách khác, đây là loại hình du lịch diễn ra trong khu vực sinh sống của cộng đồng bản địa với môi trường tự nhiên xung quanh, kết hợp tìm hiểu văn hóa địa phương trong mối quan tâm đến vấn đề môi trường. Du lịch sinh thái cộng đồng cũng là một phương thức để khai thác các giá trị văn hóa địa phương, tạo sinh kế cho người dân.

Trong mô hình du lịch sinh thái cộng đồng, yếu tố chủ thể chủ động được đề cao, khẳng định rằng bản thân người dân địa phương có khả năng giải quyết các vấn đề của riêng họ bởi chính họ là người sở hữu văn hóa, tri thức bản địa, họ hiểu vấn đề của mình rõ ràng hơn những cá nhân và tổ chức bên ngoài. Cộng đồng không tiếp nhận thụ động các chương trình phát triển mà cần được cùng tham gia bàn bạc, bị thuyết phục và tự đưa ra quyết định và thực hành.

## **2. VAI TRÒ CỦA CỘNG ĐỒNG TỘC NGƯỜI THIỂU SỐ TỈNH TUYÊN QUANG TRONG MÔ HÌNH PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG**

### **2.1. Khái quát tiềm năng du lịch sinh thái cộng đồng tại tỉnh Tuyên Quang**

Tuyên Quang là tỉnh miền núi phía Đông Bắc, có diện tích 5.867,90 km<sup>2</sup>, nằm cách Hà Nội 140 km về phía Bắc. Phía Bắc tỉnh giáp tỉnh Hà Giang, phía Đông Bắc giáp Cao Bằng, phía Đông giáp Bắc Kạn và Thái Nguyên, phía Nam giáp Vĩnh Phúc, phía Tây Nam giáp Phú Thọ, phía Tây giáp Yên Bái. Kết nối giao thông về cơ bản đáp ứng được nhu cầu vận chuyển hàng hóa và di chuyển của con người trong nội tỉnh và các tỉnh lân cận. Hiện tại, qua quốc lộ 2C, chỉ mất hơn 2 giờ để đi từ thành phố Tuyên Quang đến Hà Nội với tổng chiều dài khoảng 130km. Trong tỉnh, 100% các xã có đường ô tô đến tận nơi với hơn 80% số đường được nhựa hóa.

Mang đặc trưng của của khí hậu nhiệt đới gió mùa với đồi núi cùng những cánh rừng rậm, Tuyên Quang có nguồn tài nguyên sinh thái đa dạng, phong phú. Địa hình của tỉnh có khoảng 50% là vùng núi cao với toàn bộ huyện Na Hang, Lâm Bình, 06 xã vùng cao của huyện Chiêm Hóa (Phúc Sơn, Minh Quang, Phú Bình, Bình Phú, Yên Lập, Kiên Đài) và 02 xã vùng cao của huyện Hàm Yên (Phù Lưu, Yên Lâm); vùng núi thấp và trung du chiếm khoảng 50% diện tích của tỉnh, bao gồm các xã còn lại của 02 huyện Chiêm Hóa, Hàm Yên và các huyện Yên Sơn, Sơn Dương, thành phố Tuyên Quang. Điểm cao nhất là đỉnh núi Cham Chu (Hàm Yên) có độ cao 1.587 m so với mực nước biển. Với điều kiện như trên, Tuyên Quang có nguồn tài nguyên du lịch tự nhiên phong phú, thuận lợi cho hình thức du lịch sinh thái. Ví dụ huyện Na Hang có hơn

<sup>136</sup> Hoàng Cẩm, Phạm Quỳnh Phương (2012), *Diễn ngôn, chính sách và sự biến đổi văn hóa - sinh kế tộc người*, NXB Thế giới, Hà Nội, tr.48.



80% diện tích là rừng núi, sinh thái đa dạng, nhiều cảnh quan đẹp do địa hình núi có địa hình Karst (Các-xơ), cùng hệ thống sông suối, núi đồi tạo ra các dạng địa hình khác nhau, làm nên nhiều địa điểm đẹp thác Pác Ban, thác Năm Me, thác Khuổi Nhi, thác Khuổi Sung, Cọc Vài Phạ, vách Nàng Tiên - Chú Khách. Khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang - Lâm Bình vừa được công nhận danh thắng quốc gia đặc biệt vào 13/02/2019 tạo điều kiện thu hút nguồn vốn đầu tư cho bảo tồn và phát triển. Ngoài ra, du lịch lòng hồ Thủy điện Tuyên Quang cũng tạo nên sức hấp dẫn riêng. Nhìn chung, với hệ sinh thái rừng, các phong cảnh tự nhiên gắn liền với địa hình và điều kiện thủy văn, tỉnh Tuyên Quang có nguồn tài nguyên du lịch tự nhiên phong phú.

Tuyên Quang là vùng đất giàu tài nguyên du lịch nhân văn. Với dân số 760.289 người (năm 2015), cùng 22 tộc người cùng sinh sống, trong đó có trên 52% là các tộc người thiểu số như: Tày chiếm 25,45%; Dao 11,38%; Sán Chay chiếm 8,0%; H'mông chiếm 2,16%; Nùng chiếm 1,90%, Sán Dìu chiếm 1,62%, các tộc người thiểu số khác chiếm 1,28%<sup>137</sup>, đây là tỉnh có chỉ số đa dạng văn hóa cao. Chính sự đa dạng này tạo điều kiện thuận lợi để thúc đẩy hình thức du lịch sinh thái cộng đồng bởi các tộc người tại Tuyên Quang còn lưu giữ được nhiều giá trị văn hóa đặc trưng, thể hiện qua ngôn ngữ, nhà ở, ẩm thực... Tộc người Tày còn thực hành loại hình đàn tính và các làn điệu như hát then, hái cọi, hát quan làng; người Dao còn lưu giữ điệu hát Páo Dung và thực hành sinh hoạt, trong nghi lễ, trong lao động sản xuất. Các cộng đồng tộc người hiện lưu giữ và thực hành nhiều lễ hội truyền thống, trong đó có các lễ hội được công nhận là Di sản văn hóa phi vật thể cấp Quốc gia như: Lễ Tơ Hồng, Lễ Rước Dâu, Lễ Cấp sắc, hát Páo Dung của người Dao, Lễ hội Lồng tồng của người Tày, Lễ Nhảy lửa của người Pà Thẻn...

Với nguồn tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch nhân văn đa dạng, phong phú, tỉnh Tuyên Quang có điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch, trong đó có loại hình du lịch sinh thái cộng đồng.

## 2.2. Vai trò của tộc người thiểu số tỉnh Tuyên Quang trong phát triển du lịch sinh thái cộng đồng

Các cộng đồng tộc người thiểu số tỉnh Tuyên Quang đã có những đóng góp quan trọng vào khối đại đoàn kết, tạo nên sức mạnh tổng thể của cả dân tộc trong quá trình xây dựng và phát triển đất nước. Trong lịch sử, Tuyên Quang là “Thủ đô kháng chiến”, là khu giải phóng, nơi bảo vệ lực lượng yếu nhân. Các tộc người thiểu số đã dồn sức người, sức của để bảo vệ cách mạng, góp phần vào thắng lợi của cuộc Cách mạng Tháng tám năm 1945. Với 22 tộc người cùng sinh sống, họ đã tạo nên sự đa dạng về văn hóa, biểu đạt qua đa dạng về ngôn ngữ, giá trị, niềm tin, đạo đức, phong tục, truyền thống, tri thức địa phương... Sự đa dạng này “là khởi nguồn cho giao lưu, đổi mới, và sáng tạo, đa dạng văn hóa cũng cần thiết đối với nhân loại như đa dạng sinh học đối với tự nhiên”<sup>138</sup>. Đa dạng văn hóa đã tạo nên một dân tộc tỉnh Tuyên Quang giàu có về bản sắc, đa dạng tài nguyên nhân văn, góp chung vào nền văn hóa Việt Nam đa dạng, thống nhất.

Với mỗi tộc người cụ thể, văn hóa của họ được hình thành trong quá trình thích ứng với môi trường tự nhiên và môi trường xã hội, hình thành nên hệ thống tri thức bản địa với những kiến thức khoa học cộng đồng được tích lũy bởi sự khôn ngoan của nhiều thế hệ, được thực hành, sai và sửa sai, do đó phù hợp với việc tận dụng tự nhiên để tồn tại, cũng như tạo nên hệ thống thiết chế bằng luật tục và tín ngưỡng - tôn giáo để duy trì sự ổn định trong cộng đồng. Chính bởi vậy, bảo vệ tri thức bản địa chính là bảo tồn cơ sở cho sự tồn tại và phát triển bền vững của mỗi tộc người tại Tuyên Quang. Do đó, trong các chương trình phát triển, cần chú

<sup>137</sup> Số liệu từ trang [tuyenquang.gov.vn](http://tuyenquang.gov.vn)

<sup>138</sup> UNESCO (2001), *Tuyên ngôn thế giới về đa dạng văn hóa*.

trọng tính đa dạng của địa phương, cũng như tôn trọng tri thức bản địa và các thực hành văn hóa của cộng đồng.

Đối với loại hình du lịch sinh thái cộng đồng, các điều kiện cần để xây dựng chương trình du lịch, trước hết nằm ở tiềm năng tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn. Tài nguyên tự nhiên có thể liệt kê như môi trường sinh thái, cảnh sắc thiên nhiên... bao quanh khu vực sinh sống của cộng đồng, cũng là nơi cộng đồng tộc người thiểu số khai thác các sản phẩm tự nhiên phục vụ cuộc sống. Tài nguyên du lịch nhân văn chính là văn hóa tộc người cùng với hệ thống tri thức bản địa phong phú, giúp cộng đồng tồn tại và phát triển. Hai nguồn tài nguyên trên thường dễ tạo tính tò mò, kích thích nhu cầu khám phá, trải nghiệm của du khách, tạo động lực du lịch và điều kiện cần thiết để tìm kiếm thị trường du lịch. Bên cạnh đó, các vùng này thường xa xôi, hẻo lánh, các điều kiện về giao thông không thuận lợi, về cơ bản còn biệt lập. Đây là những điều kiện dễ thấy tại các vùng tộc người thiểu số tại tỉnh Tuyên Quang, đặc biệt như ở huyện Na Hang. Do vậy, khách du lịch và những nhà kinh doanh du lịch thường phải dựa vào cộng đồng dân cư tại chỗ để tranh thủ cơ sở hạ tầng và nguồn nhân lực. Thực tế, đây là mối quan hệ có lợi cho cộng đồng địa phương bởi giúp đem lại thu nhập cũng như tác động tới nhận thức của họ rằng phải bảo tồn văn hóa, cốt cách và bản sắc cộng đồng, cũng như bảo vệ môi trường sinh thái để có thể kéo du khách đến, thậm chí kéo du khách quay trở lại.

Với mỗi điểm du lịch sinh thái cộng đồng, người dân trở thành nhà cung cấp hướng dẫn viên địa phương, phục vụ phương tiện đi lại, phục vụ ăn uống, cung cấp dịch vụ lưu trú, bán hàng thủ công mỹ nghệ, trình diễn văn hóa địa phương (nhảy, hát, kể chuyện,...) để thể hiện bản sắc văn hóa và cách thức trình diễn (dệt, học làm nông nghiệp, âm nhạc, làm thủ công làm, nấu ăn,...) nhằm hỗ trợ du khách trải nghiệm thiên nhiên và văn hóa bản địa. Bởi như đã phân tích, chính họ, những người nằm trong cộng đồng mới có đầy đủ tri thức để hiểu về nơi họ cùng tổ tiên đã sinh sống, chết đi và trao truyền lại tri thức cho thế hệ tiếp theo trong hàng ngàn năm qua. Do đó, chỉ có họ mới có thể kiểm soát và bảo vệ được nguồn tài nguyên bằng các kiến thức khoa học cộng đồng được thực hành trong quá trình thích ứng văn hóa, sinh kế. Ngoài ra, với kiến thức của họ, họ sẽ giúp cho thế giới bên ngoài có thêm hiểu biết để nâng cao nhận thức về các giá trị của chính họ, dẹp bỏ sự định kiến tộc người, kích thích nhu cầu khám phá sự đa dạng văn hóa, tận hưởng sự bình yên đến từ môi trường sinh thái trong lành và đời sống bình dị của người dân địa phương.

Trong mô hình phát triển du lịch sinh thái cộng đồng, cộng đồng tộc người bản địa trở thành một bên tham gia, có trách nhiệm và quyền lợi được phân chia rõ ràng, bên cạnh các đối tác khác là: Nhà nước, doanh nghiệp du lịch, du khách và một số tổ chức khác. Chính mối quan hệ các bên này thể hiện rõ vai trò của cộng đồng tộc người thiểu số tỉnh Tuyên Quang trong mô hình phát triển.

Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra trong mô hình này, Nhà nước đóng vai trò kiến tạo bằng việc tạo chính sách, cơ chế để mô hình du lịch sinh thái cộng đồng tại địa phương hoạt động hiệu quả nhất. Ví dụ như việc tạo ra các chính sách hỗ trợ phát triển cơ sở hạ tầng, tập huấn cho người dân hay tạo điều kiện cấp giấy phép cho khách nước ngoài. Doanh nghiệp du lịch tham gia vào cung ứng và phát triển các dịch vụ tại địa phương như sản xuất các mặt hàng lưu niệm, thiết kế tour du lịch, quảng bá, thu hút du khách... Các doanh nghiệp này có thể ở nơi khác nhưng có thể liên kết với chính quyền và người dân địa phương để thúc đẩy phát triển du lịch sinh thái cộng đồng và chia lợi nhuận. Bên cạnh đó, còn có một số tổ chức phát triển cộng đồng như các tổ chức thuộc chính phủ và phi chính phủ. Thường các tổ chức này hỗ trợ các dự án nâng cao năng lực cộng đồng, cụ thể ở đây là nâng cao năng lực của cộng đồng địa phương về phát triển du lịch bền vững, hỗ trợ vốn và chuyên gia để cùng xây dựng mô hình du lịch tại địa phương cũng như đào tạo các kỹ năng cần thiết liên quan tới du lịch sinh thái cộng đồng cho người dân bản địa.

Còn đối với cộng đồng tộc người thiểu số, nếu không có họ, chắc chắn không có loại hình du lịch sinh thái cộng đồng. Bởi như đã phân tích, đây là nhóm người làm chủ tài nguyên và văn hóa, cũng chính là nguồn tài nguyên du lịch phục vụ du khách. Văn hóa, lối sống của mỗi cộng đồng và thiên nhiên bao quanh họ chính là lý do và sức hấp dẫn du lịch để du khách đến và trải nghiệm. Tuy nhiên, một điều không thể phủ nhận là sẽ thật khó để các cộng đồng này tự triển khai khi thiếu kỹ năng và kiến thức. Họ cũng thường không có vốn đầu tư, các cơ sở hạ tầng cần thiết để phát triển du lịch. Do đó, với các tổ chức khác trong mô hình, cần hỗ trợ để nâng cao kỹ năng và kiến thức về du lịch sinh thái cộng đồng để xóa bỏ những bất lợi và điểm yếu của bản thân cộng đồng, giúp cộng đồng tộc người thiểu số tỉnh Tuyên Quang có thể dần tự chủ trong chuỗi các hoạt động cung ứng dịch vụ du lịch. Bởi vậy, cần có sự đầu tư tài chính, cũng như nâng cao chất lượng vốn xã hội, vốn con người cho những cộng đồng dân tộc thiểu số đó.

### 3. NHỮNG LƯU Ý NHẪM ĐẢM BẢO PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG CỘNG ĐỒNG TỘC NGƯỜI THIỂU SỐ TỈNH TUYẾN QUANG TRƯỚC TÁC ĐỘNG CỦA DU LỊCH

Du lịch sinh thái cộng đồng mang lại lợi ích cho cộng đồng tộc người thiểu số tại Tuyên Quang, góp phần nâng cao ý thức tự giác tộc người trong việc bảo vệ bản sắc văn hóa cũng như bảo vệ tài nguyên môi trường. Đây là những điều kiện quan trọng để đảm bảo tính kế tục lâu dài và bền vững của mỗi cộng đồng trong tương lai.

Tuy nhiên, đây cũng là một lực tác động tạo áp lực lên chính cộng đồng tộc người thiểu số bởi sự can thiệp từ bên ngoài có thể phá vỡ nhịp sống hàng ngày của họ, cũng như tạo áp lực lên chính môi trường. “Ô nhiễm môi trường từ rác thải công nghiệp và sinh hoạt, ô nhiễm nguồn nước ngầm từ rác thải, các hóa chất tẩy... đã và đang là những vấn đề môi trường nhức nhối cho các cộng đồng nằm trong các khu phát triển du lịch”<sup>139</sup>. Ngoài ra, các tệ nạn xã hội từ bên ngoài có thể thâm nhập vào các cộng đồng vốn có tính biệt lập tương đối với xã hội đô thị, công nghiệp như: mại dâm, nghiện hút, mất trật tự xã hội... Thậm chí có thể diễn ra các xung đột về mặt văn hóa giữa cộng đồng bản địa với các nhóm “bên ngoài” và những mặt trái của giao lưu, tiếp biến văn hóa như: thay đổi lối sống, ảnh hưởng tới ngôn ngữ, biến đổi các giá trị phong tục, tập quán, tha đổi cấu trúc xã hội... Những vấn đề trên đưa đến thách thức về sự suy thoái của cả môi trường và văn hóa, làm biến dạng lợi ích cốt lõi của du lịch sinh thái cộng đồng là bảo đảm tính bền vững của thiên nhiên và văn hóa tộc người.

Trong mô hình này, lợi ích kinh tế thường đến chậm bởi mỗi dự án phát triển cũng cần có thời gian để xây dựng thị trường và nâng cao năng lực cộng đồng. Có thể các công việc hàng ngày và sinh kế truyền thống vẫn cho lợi ích cụ thể hơn nên khó lôi kéo các thành viên của cộng đồng. Ngoài ra, xung đột lợi ích giữa doanh nghiệp du lịch với người dân cũng có thể xuất hiện khi loại hình du lịch sinh thái cộng đồng hiện chỉ là một phân ngành Du lịch nhỏ. Các doanh nghiệp du lịch khi đầu tư sẽ tính toán đến việc chi một phần lợi nhuận quay trở lại để phục vụ phát triển cộng đồng, cũng như bảo tồn thiên nhiên và văn hóa. Trong khi đó, lợi nhuận thu lại có thể còn hạn chế. Điều này cũng tạo ra những rào cản, làm giảm sự quan tâm đầu tư của doanh nghiệp du lịch đến các vùng xa xôi.

Mặt khác, mỗi cộng đồng tộc người thiểu số thường coi vùng đất bao quanh mình thuộc sở hữu cộng đồng. Điều này được thể hiện trong luật tục, trong phong tục và truyền thống kế tục lâu đời. Có thể với tộc người này thì một cánh rừng có thể là cánh rừng thiêng hạn chế xâm phạm, một con sông có thể được cộng đồng coi là nơi khai thác chung của riêng các thành viên trong cộng đồng... Do đó, khi xây dựng mô hình du lịch sinh thái cộng đồng, cần chú ý tới các đặc điểm này nếu không muốn tạo ra các xung đột trong việc tiếp cận các nguồn tài nguyên tự nhiên.

<sup>139</sup> Võ Quế (2006), *Du lịch cộng đồng - lý thuyết và vận dụng*, NXB Khoa học và Kỹ thuật, tr.7.

Trước những vấn đề trên, khi xây dựng chương trình phát triển du lịch sinh thái cộng đồng tại các vùng tộc người thiểu số ở tỉnh Tuyên Quang, cần lưu ý một số vấn đề để tránh tạo ra những tác động tiêu cực đến sự phát triển bền vững của cộng đồng:

- Trước hết, cần bảo vệ bản sắc văn hóa và hệ thống tri thức bản địa. Đây là vấn đề cốt lõi trong mỗi chương trình phát triển bởi suy cho cùng, mục đích hướng tới chính là cộng đồng tộc người thiểu số có thêm phương tiện để nâng cao đời sống, cải thiện sinh kế, đảm bảo được kế tục bền vững của văn hóa tộc người và sự bền vững của môi trường tự nhiên. Nếu làm biến dạng văn hóa, cộng đồng tộc người thiểu số đánh mất bản sắc thì về cơ bản, cộng đồng chỉ tồn tại ở cái tên và sự đa dạng văn hóa bị đánh mất, tri thức bản địa bị lu mờ bởi các thực hành từ bên ngoài đưa vào, khiến bản thân người thiểu số bị động trong ứng phó với các thách thức từ môi trường tự nhiên và môi trường xã hội về sau khi cơ chế thích ứng với các điều kiện kinh tế, chính trị, xã hội đặc thù của họ không còn, hoặc họ phải đối phó với những thách thức mới mẻ, nằm ngoài tri thức địa phương của họ. Bảo vệ bản sắc văn hóa và hệ thống tri thức bản địa cũng giúp cộng đồng tộc người thiểu số nhận thức tầm quan trọng của môi trường thiên nhiên và văn hóa đối với các đời sống của họ, cũng như gìn giữ và tái tạo nguồn tài nguyên để phục vụ cho hoạt động du lịch.

- Khai thác nguồn tài nguyên tự nhiên phục vụ du lịch nhưng cần hài hòa lợi ích và đảm bảo không gian sinh kế truyền thống của cộng đồng tộc người thiểu số. Thực tế, chỉ có một nhóm trong cộng đồng có thể tham gia vào loại hình du lịch này. Các nhóm còn lại vẫn tiếp tục sinh kế truyền thống thông qua việc khai thác tự nhiên, làm nông nghiệp... Việc bảo vệ không gian sinh kế truyền thống có ý nghĩa quan trọng trong việc đảm bảo yếu tố vật chất đã giúp cộng đồng tộc người thiểu số tồn tại và phát triển hàng trăm năm qua. Với vốn tri thức bản địa, cộng đồng sẽ tiếp tục sinh sống và tồn tại như cách cha ông họ đã trải qua. Bởi các cộng đồng này thường yếu thế là nhóm thiểu số, sự tiếp cận các nguồn vốn (vốn tài chính, vốn xã hội, vốn nhân lực) cho phát triển gặp nhiều hạn chế. Do đó, những can thiệp từ bên ngoài nếu thiếu tính nhân văn, thiếu sự điều tiết của các cơ quan quản lý sẽ có thể đưa đến những xung đột về mặt quyền lực trong sở hữu tài nguyên, khiến cộng đồng chủ thể mất đi vị thế chính trị, kinh tế, văn hóa. Từ vị thế “làm chủ”, họ sẽ dần phụ thuộc vào các tổ chức bên ngoài.

- Bảo vệ và nâng cao nguồn nhân lực địa phương trong quá trình tham gia vào chuỗi cung ứng các dịch vụ du lịch. Đây là yếu tố để xác định năng lực tham gia của cộng đồng đến đâu, họ có thể tự chủ trong quản lý hay cần dựa vào hoặc phối hợp với các tổ chức bên ngoài. Nguồn lực tại chỗ với các thành viên cộng đồng tộc người thiểu số giúp họ khẳng định rằng cộng đồng mới chính là yếu tố quyết định trong sự thành công của loại hình du lịch sinh thái cộng đồng. Thành viên của cộng đồng tộc người thiểu số có được chủ động tham gia vào các khâu từ lập kế hoạch, ra quyết định và thực thi dự án phát triển du lịch sinh thái cộng đồng hay không sẽ cho thấy bản chất của chương trình phát triển này. Mặt khác, điều này phản ánh đúng mục đích mà du lịch sinh thái cộng đồng hướng tới. Nếu không thực hiện tốt, cộng đồng tộc người thiểu số dễ dàng trở thành những người bị “ra rìa” trong quá trình phát triển, thậm chí họ mất quyền kiểm soát tương lai của chính mình khi những cá nhân, tổ chức bên ngoài can thiệp vào cuộc sống và tiếp cận nguồn tài nguyên của họ. Bởi bản chất của du lịch sinh thái cộng đồng là vấn đề trao quyền. Cộng đồng tộc người thiểu số phải nắm quyền làm chủ để cân bằng quyền lực, quyền lợi đối với các cá nhân và doanh nghiệp du lịch đến từ bên ngoài.

Những phân tích trên cho thấy, khi bắt đầu một dự án can thiệp vào đời sống của những cộng đồng yếu thế như các cộng đồng tộc người thiểu số, dù mục đích chính đáng là “phát triển cộng đồng”, yêu cầu cần có những nghiên cứu đánh giá tác động cụ thể, cũng như các nhà hoạch định chính sách cần tạo ra cơ chế phù hợp, đảm bảo sự tham gia của cộng đồng trong sự cân bằng hài hòa lợi ích giữa các bên. Du lịch suy cho cùng cũng chỉ là một phương thức khai thác các giá trị văn hóa tộc người và nguồn lực tự nhiên để thúc đẩy sự phát triển của cộng đồng, điều quan trọng là phải đảm bảo sự kế tục bền vững của cộng đồng về mặt văn hóa và môi trường sống.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hoàng Cẩm, Phạm Quỳnh Phương (2012), *Diễn ngôn, chính sách và sự biến đổi văn hóa - sinh kế tộc người*, NXB Thế giới, Hà Nội.
2. Ngô Thắng Lợi (2004), “Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý phát triển”, *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, số 88, tr.12-14.
3. Bùi Cẩm Phương (2018), *Nghiên cứu du lịch dựa vào cộng đồng người Tày khu vực ven hồ Thủy điện Tuyên Quang, tỉnh Tuyên Quang*, Luận án Tiến sĩ Việt Nam học, Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn.
4. Lương Hồng Quang (2017), *Phát triển văn hóa dựa vào cộng đồng: Các tranh luận lý thuyết và thực tiễn*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
5. Võ Quế (2006), *Du lịch cộng đồng - lý thuyết và vận dụng*, NXB Khoa học và Kỹ thuật, Hà Nội.
6. Trần Thị Thủy (2013), “Cân bằng giữa vai trò của cộng đồng và vai trò của Nhà nước trong việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa phi vật thể”, *Kỷ yếu Hội thảo 10 năm thực hiện Công ước bảo vệ di sản văn hóa phi vật thể của UNESCO - Bài học kinh nghiệm và định hướng tương lai*, Quảng Nam.
7. UNESCO (2001), *Tuyên ngôn thế giới về đa dạng văn hóa*.
8. Đặng Nghiêm Vạn (2003), *Cộng đồng quốc gia dân tộc Việt Nam*, NXB Đại học Quốc gia TP. HCM.
9. Cổng thông tin tỉnh Tuyên Quang: <http://www.tuyenquang.gov.vn>

## DEVELOPING COMMUNITY ECOTOURISM IN ETHNIC MINORITY COMMUNITIES IN TUYEN QUANG PROVINCE - CONSIDERABLE ISSUES TO ENSURE SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Nguyen Anh Tuan

*Ha Noi University of Culture*

### Abstract

Community ecotourism is a development approach that emphasizes the following factors: local community, tourism economy and environment. This approach ensures a harmonious relationship between economy and sustainability of the natural environment as well as preserving cultural identity. For Tuyen Quang ethnic minorities, this type of tourism can be selected, which emphasizes the role of ethnic subjects with the exploitation of local cultural and natural resources to improve the life. In addition, attention should be paid to sustainable development through capacity building for the people, protection of indigenous knowledge and local ecological environment. With this spirit in mind, this discussion focused on affirming the role of ethnic minorities in Tuyen Quang in the tourism development model, while addressing some issues to be noted in order to ensure sustainable development about economy, culture and environment.

### Keywords

Ecotourism, community, culture, livelihood, ethnic group, Tuyen Quang.

## MAGNETITE EXTRACTION IN SELECTED COMMUNITIES IN NORTHERN LUZON: ITS AFTERMATH ON ECONOMIC AND TOURISM DEVELOPMENT

**Luzviminda P. Relon**

*University of Northern Philippines*

### **Abstract**

The Philippines is well-known for its beautiful sceneries and fine beaches, thus, it has become a place of choice to visit for relaxation of different tourists across the globe. However, some beautiful spots, and even places which might be developed as such, are now facing serious problems due to abusive economic activities and utilization. Sand mining is undeniably an economic activity in many countries across the globe. This study aimed to determine the extent of awareness of the people about the aftermath of mining activities like magnetite extraction; disclose the experienced problems and effects of mining in terms of the tourism industry, livelihood and public health; and present the actions taken of the communities to minimize the adverse effects and to promote the communities to boost the tourism industry. It utilized in-depth interview and a questionnaire in gathering data from the local folks of the selected communities.

It was disclosed that both the environment and human aspects, especially with regard to livelihood and health matters, are vulnerable to the negative impacts of black sand, thus may disturbed ecosystem that would likely have adverse effects to the community as a whole.

Corresponding events and numerous initiatives undertaken by both the government agencies, non-government organizations or private sectors may have significant affect towards the economic and tourism development of the communities. The concerted efforts of both community folks and local government officials in the implementation of all initiatives, programs, and activities will surely contribute in attracting tourists and would help the communities alleviate their economic condition. Likewise, be very helpful in reviving the natural beauty of the coastal areas.

### **Keywords**

Environmental Degradation, In-Depth Interview, Magnetite Extraction, Ilocos.

### **1. BACKGROUND**

The Philippines is a beautiful archipelago located in South East Asia which has many things to offer to its people and visitors. It is undeniably a country rich in natural resources and beautiful sceneries. Historically, it was one of the reasons why it was frequently visited, then eventually inhabited by the earliest settlers like the Chinese, Japanese, and the Spaniards. Its long stretch of coastal areas with fine beaches in Luzon, Visayas and Mindanao has attracted thousands of local folks and foreigners to visit the places. Eventually, the tourism industry became a potential source of income that benefitted both ordinary and affluent community folks. Hence, tourism industry in the Philippines has been identified as one of the powerful engines for

a strong and sustained economic growth. Other than being tourist destinations and favorite hang outs of many Filipinos, especially during summer time, these beaches have also attracted people for economic reasons for economic/business purposes. The different beaches around the Philippines, are either regarded as white sand beaches like the famous Boracay or black sand beaches due to the abundance of magnetite sand. This has attracted black sand miners and thus, engaged in black sand mining. These varied potentials of the coastal areas have therefore pose negative and positive effects in both natural resources and human resources. These could be promising sources of raw materials for production purposes like the magnetite.

Magnetite extraction or black sand mining is undeniably an economic activity in many countries across the globe. Based on the latest (2014) data from the Observatory of Economic Complexity (OEC) Database, the world's top 10 sand-exporter countries are: USA, Germany, Netherlands, China, Belgium-Luxembourg, Australia, Vietnam, Cambodia, France, and Malaysia. The world's top 10 sand-importer countries are: Singapore, Canada, Belgium-Luxembourg, Netherlands, Japan, Mexico, Germany, Hongkong, China, and Italy. Among the countries in Southeast Asia, it has been noted that in Indonesia, sand miners have completely eradicated 24 islands since 2005. The sand from those islands ended up in Singapore, which needs colossal amounts to continue its construction of territorial expansion. Singapore has created an extra 20 square miles in the past 40 years and still adding more, making Singapore the world's largest sand-importer by far. In comparison, China is only the 9th largest sand-importer. But to put this into perspective, between 2011 and 2013, China used more concrete than the United States did during the entire 20th century. The demand for sand has denuded beaches and riverbeds in neighboring countries that Indonesia, Malaysia and Vietnam have restricted or banned export of sand to Singapore. In Vietnam, sand miners have torn up hundreds of acres of forest and farmers' fields to get at underground sand deposits. In the Philippines, the Coastal Care Database identifies sand mining operations in Cagayan-Gonzaga, Aparri-Cagayan, Ilocos Sur, Lingayen, and Sorsogon City. Both legal and illegal mining operations persisted in these sand mining areas (Mendoza, 2018).

The Philippines is known as an agricultural country because majority of the people from Aparri to Jolo still depend on farming. Other than agriculture, mining is considered as one of the oldest industries in the country. It has been a very evident economic activity even before the Pre-hispanic period as shown by the discovered relics, including fossils adorned with precious stones, from different communities across the country. Many of these antiquated accessories and jewelries are exhibited in various national and museums. Hence, mining activities have played very significant role in the life of every Filipino. Moreover, the Philippine government has also prioritized the mining industry as a main source of enriching its coffers. A good example of this is the approval of Republic Act 7942 popularly known as the Philippine Mining Act of 1995. Thus, mining became a very common scene as well as a very lucrative source of income especially to people or multinational companies which have explored the shorelines and are now visibly or discretely exploiting resources. A few years back, Chinese became very much interested in establishing mining relations with the government, especially along magnetite mining or popularly known in the affected areas as black sand mining. Magnetite is a magnetic and very dense (heavy) mineral of iron. It has many industrial uses. Magnetite is an important source of iron for the iron and steel industries but it also has other uses as an industrial mineral to produce many value-added products.

Undeniably, the coastal areas have provided economic and aesthetic benefits for the residents. In 2001, the government adopted tourism among its pillars for sustained economic growth by attracting more visitors, extending their length of stay, and increasing the attractiveness of the tourism products of the country (NES, 2001). The government through National Ecotourism Strategy (NES) identified the goals of ecotourism as follows: i) to develop globally competitive ecotourism products, ii) to develop responsible ecotourism market, and iii) to optimize community benefits and enhance the quality of visitor experience from ecotourism. The 2001-2004 Medium Term Philippine Development Plan (MTPDP) contained specific chapter on tourism and its contribution to the economy in order to achieve national objectives which is centered on poverty alleviation, employment generation and infrastructure strengthening. Moreover, the DOT together with the Philippine Convention & Visitors Corporation (PCVC) spearheaded the Grassroots Entrepreneurs for Ecotourism (GREET) program to encourage entrepreneurship and enhance livelihood opportunities in the country's ecotourism sites. Foreign tourists arrivals gain momentum from 2004 until the global financial crises in 2008 to 2010. In 2009, the tourism industry was further revitalized by the passage of RA 9593 also known as The Tourism Act of 2009 which is a declaration of the Philippine government that tourism is an indispensable element of the national economy and an industry of national interest and importance, which must be harnessed as an engine of socio-economic growth and cultural affirmation to generate investment, foreign exchange and employment, and to continue to mold an enhanced sense of national pride for all Filipinos. To date, the tourism sector is considered priority sector able to drive efforts to encourage inclusive socio-economic development, reduce poverty, promote gender equity and private sector participation, and safeguard natural and cultural heritage. This is attuned to the targets in the Millennium Development Goals of the Philippine Development Plan for 2011-2016, The government is paying particular attention to tourism so it can successfully pursue its agenda of inclusive growth given the multiplier effect on jobs and the amount of the money it brings into the country. It is aggressive in its tourism marketing campaign such as the "It's more fun in the Philippines" which highlights the most important attractions in the country can offer. Aside from its beautiful beaches and perfect weather, its people, the joyful disposition and love of life makes every vacation in the Philippines an unforgettable experience. Its driving principle is growth in economy to redound to better lives for people. The goal is not merely to maintain growth but to cement the Philippine position as one of the vacation hotspots of the world.(Anasco and Lizada, 2014).

Other than its significant contribution to the Philippine economy, tourism also has an impact on social development, which is broad and deep because it is both labor and capital intensive. It promotes skills and vocational development that can be exported, and it promotes a 'culture of tourism' through a safer and cleaner environment that benefits not only tourists but the entire community as well. It also promotes and creates strong peripheral benefits to other economic sectors and society as a whole through: 1) tourism infrastructure spending, 2) catalyzing entrepreneurship, and 3) improving the image of the country in international trade and investment. Moreover, the Philippines can compete and win by developing its tourism sector because: 1) it possesses 'timeless' competitive advantage of proximity to North-East Asia especially China, Japan, and Korea, and it has also world class natural attractions; 2) it is relatively free of restrictions unlike the other sectors of the economy.



Mining also is a promising source of income for people. However, the negative effects are visibly seen along the following resources like water, land as well as ecosystem damage. Mines use a lot of water, though some of the water is reusable. Leftover chemical deposits from explosives are usually toxic, and increase the salinity of mine water, as well as contaminating it. There are many environmental concerns about the effects mining has on the land. Trees need to be cut down in order to have a mine built, and whole forests could be destroyed. Mining involves moving large quantities of rock, and in surface mining, overburden land impacts are immense. Overburden is the material that lies overtop of the desirable mineral deposits that must be removed before the mining process begins. Mines are highly damaging to the ecosystems surrounding them. Many different types of mines affect many different types of ecosystems.

It has proven that mining activities have brought both positive and negative effects among Filipinos. According to Benjamin Diokno, the Philippine economy has to grow vigorously and on a sustained basis by 7 to 8% for a decade in order to make a difference in the lives of poor Filipinos.. Yet, agriculture is growing feebly while manufacturing is operating below capacity. While public construction is picking up, private construction is slowing down. (Cordillera People's Alliance, 2007).

Mining activities may also lead to the displacement of local folks in their own communities or may alter their social practices. The Cordillera People's Alliance (2007) disclosed that one of the additional impacts is the violation of the collective rights of the indigenous Kankanaey and Ibaloy people of their collective rights to self-determination and cultural integrity as they are displaced from the land and community that is the basis of their continued existence and identity.

On the other hand, mining activities may create job opportunities for the local folks. With respect to employment, there are a huge number of persons who are directly or indirectly engaged with mining industry. The persons involved directly with this mining industry are workers who are engaged in activities like digging, extracting etc. ([www.economywatch.com](http://www.economywatch.com)).

The environmental impact of mining includes erosion, formation of sinkholes, loss of biodiversity, and contamination of soil, groundwater and surface water by chemicals from mining processes. In some cases, additional forest logging is done in the vicinity of mines to increase the available room for the storage of the created debris and soil. Besides creating environmental damage, the contamination resulting from leakage of chemicals also affect the health of the local population. Mining companies in some countries are required to follow environmental and rehabilitation codes, ensuring the area mined is returned to close to its original state. Some mining methods may have significant environmental and public health effects.

The rich natural resources of the Ilocos Region continue to entice local and foreign visitors annually. The Philippine Statistics Authority has reported that tourist arrivals also heightened from 1.6M in 2015 to 2.4 million in 2018, which contributed to increase in income of families and provided more opportunities for employment and entrepreneurial activities. Ilocos Sur is a coastal province in Northern Luzon. Its long stretch of coastal municipalities have opened numerous of opportunities for the residents economically. Many have become dependent to the sea as fishermen, some have established small-scale businesses especially in areas which are frequented by tourist for swimming and relaxation purposes. Videoke bars or Resto bars have also been put up to add color or enjoyment for the tourists. However, with the visible as well as discreet operations of magnetite mining or black sand mining in 2011 in some municipalities of Ilocos Sur particularly in Caoayan, Santa, Sta. Catalina, Sta. Cruz and San Vicente, these

coastal municipalities have been exposed to hazards of mining. It has also affected the number of people visiting or swimming in the beaches because these have been heavily guarded due to magnetite extraction. The operations of these companies were able to secure permit from the Department of Environment and Natural Resources for dredging activities especially along the Abra River and Mestizo River. These companies have been visibly operating within the riverbanks of the Abra River in Santa and Caoayan complete with dredging equipment and facilities several years ago, not until the black sand mining was exposed in the said areas. The four municipalities are situated facing the South China Sea and at the same time, they have wide rice fields nearby the shore which people utilize for their agricultural activities. In Nagtupacan, San Vicente, Ilocos Sur, the people are also engage in aquaculture like raising bangus, tilapia, Malaga, shrimps and other varieties along the riverbanks leading into the sea. With the onset of discreet mining operations, some fishermen were obliged to sell their fish cages and fingerlings to the nearby municipalities because the space usually occupied by their fish cages became the passage way of the extracted black sand from the shore through the use of gigantic pipes. These were intentionally installed deep within from the processing plant all the way down the river up to the sea where a ship allegedly used and transported the Chinese in the said localities. However, in 2013, the black sand mining sites were raided and dismantled by the joint taskforce of national agencies from the National Capital Region like the Department of Justice headed by Secretary de Lima, Mines and Geosciences Bureau, Department of Environment and Department of Environment and Natural Resources. This group was known as the Inter-Agency Anti-Illegal Mining Task Force (Francisco, 2014). This study then would like to look into the life in the communities especially its effects to the environment, especially along tourism development and economic activities after black sand mining was halted by the interagency task force in 2013. Moreover, it aimed to disclose the programs and activities which have launched by the local government units in order to attract more visitors and eventually provide additional livelihood for the people in the coastal municipalities. Moreover, the actions taken by the local government so as to restore the beauty of the coastal areas that would encourage people, young and old alike to plunge and enjoy the sea breeze as well as to be captivated once again by the beautiful sunset of the West Philippine Sea.

## **2. OBJECTIVES OF THE STUDY**

This study aimed to disclose the effects of magnetite extraction in both the people and the environment, especially along tourism development in the selected communities after the mining operations were halted by the government.

1. Determine the extent of awareness of the people about the aftermath of mining activities;
2. Disclose the experienced problems and effects of mining in terms of the tourism industry, livelihood and public health;
3. Actions taken by the communities to minimize the adverse effects of magnetite extraction and to promote the communities to boost the tourism industry

## **3. METHODOLOGY**

This study aimed to disclose the personal experiences of the affected people by magnetite extraction or black sand extraction as well as the observed environmental issues and problems which have surfaced due to the mining activities. The researchers targeted a bigger population, however, only a few positively responded for work and personal reasons. The places of study

were in Caoayan, San Vicente, and Sta. Catalina, Ilocos Sur. There were 30 resident-respondents, composing of 18 males and 12 females chosen purposively and who willingly responded all the questions.

This research is descriptive and exploratory in nature. The researcher utilized a questionnaire and conducted in-depth interview among the people in the community. Twelve of the respondents, composing men and women were willingly interviewed by the researcher. To further validate their responses, the researcher also revisited the communities and did unstructured observation. Likewise, it was explained to all the respondents that whatever elicited information would be used for research purposes only, and that their identity and their names be kept with utmost confidentiality.

To enable the researcher to present and analyze the data in accordance with the objectives set in this study, frequency count and percentage were utilized while the answers during the interview were described and content analyzed.

#### 4. RESULTS AND DISCUSSION

This chapter deals with the presentation, analysis and interpretation of the data gathered.

##### 4.1. Extent of awareness of the people on mining activities

*Table 1. Awareness of the People on Mining Activities*

Do you think there was mining activity in your community?	f	%
Yes	30	100
No	0	0
Total	30	100
What kind of mining existed in your community?	f	%
Black Sand Mining	20	100
Total	30	100
How long that the mining activity existed in your community?	f	%
5-8 months	0	0
9-13 months	0	0
14-28 months	0	0
28 months & above	30	100%
Total	30	100%
Are you in favor of this mining activity?	f	%
A. Yes	0	0
B. No	30	100%
Total	30	100%
Is mining environmentally acceptable?	f	%
Yes	0	0
No	30	0
Total	30	100%

In terms of the awareness of the people regarding mining activity, the table reveals that all (100%) the respondents were very much aware of the black sand mining activity in their places in the previous years. Moreover, they all believed that the mining activity in their community went for more than two years. Though according to the interviewed respondents, it halted for sometime, but after a year or two, the alleged mining sites became busy again. Some people in the communities were employed also as workers in the site. When the researcher personally went to the area, she observed the presence of a ship and equipment used in their operation. However, when another residents were interviewed, they claimed that they are continuing to dredge the area because it has become already very shallow, thus have limited space to contain water especially during rainy season. The dredging activity has been approved earlier by the local government.

In terms of the question whether the people are in favor of mining, the table suggests that they negate mining in their community since they have witnessed the negative effects environmentally and economically.

One respondent added that:

*“They told us that there is an on-going dredging activity. We have noticed in the last few years that the place has become deeper. However, we have also noticed that during typhoons, the volume of water easily increase which always result to flooding, making it very dangerous to both people and animals to stay in the area. To avoid being flooded, some are leaving their houses and choosing to stay in the evacuation areas situated in the town”.*

In the other places of study like in Sta. Catalina and San Vicente, the residents were very thankful since black sand mining was stopped due to the interagency cooperation in 2013. Thus, no mining activity has observed since then.

Based from the table, it shows that 30 or 100% answered that mining is not environmentally acceptable because they strongly believed that black sand mining have contributed in the their environment. They also observed that their livelihood, both fishing and farming, have been affected and would eventually lead to their displacement in the community due to depletion or lose of the available resources. It can be noted that one of the major sources of income of the people within the sites, other than farming, is fishing. This apprehension is validated by the findings of National Geographic that groundwater can be directly contaminated and the extraction of minerals, some toxins (for example cyanide and mercury) are used that can permanently pollute the water, making it hard for fishers to find fish. Spills into oceans and lakes add toxic heavy metals and sulfuric acid into the environment, which can take ages to fix. (<http://ngm.nationalgeographic.com>)

#### **4.2. Experienced problems and effects of mining in terms of the natural resources, livelihood, public health and tourism aspect**

*Table 2. Observed and Felt Environmental Impacts of Mining*

<b>ON NATURAL RESOURCES</b>	<b>Mean</b>	<b>DR</b>
The quality of surface water remains adequate to support native aquatic life.	4.33	SD
Surface and ground water supplies will remain fit for human consumption.	4.33	SD
Mining significantly contributes to air pollution especially during the operation phase e.g. use of heavy equipment and vehicles).	4.66	SA

ON NATURAL RESOURCES	Mean	DR
Mining can contaminate agricultural soil near the area.	4.93	SA
Mining activities will result to soil erosion.	4.93	SA
Contaminated water cannot be used for bathing, drinking, cooking, or washing clothes, thus creating water scarcity problem for people living nearby.	4.93	SA
<b>Total</b>	4.58	<b>SA</b>

It can be gleaned on the table that overall answers has a descriptive rating of “Strong Agree”. It is further revealed that most of the respondents believed that “contaminated water cannot be used for bathing, drinking, cooking, or washing clothes, thus creating water scarcity for people living nearby”, “mining can contaminate agricultural soil near the area” and mining activities will result to soil erosion (4.93). These appeared that the residents have much concern on these aspects.

These were also validated by the observations and experiences of the residents. They have observed that both in 2013 and with the alleged on-going dredging this time, at times the riverbanks’ water would turn oily, making it unfit for fish and other marine resources to live and survive as well as unsafe for swimming purposes.

Although the tillable lands are only very limited, there are still local folks who engage in farming, but mining activities have affected that very limited space due to soil erosion. In coastal areas of the three municipalities under study, it has been noticed that the land areas of the whole communities have been decreasing in the last ten years. This is really much of concern among the residents.

Moreover, in Caparacadan, Caoayan, prior to the black sand mining activity in 2013, some of the residents dug a shallow hole and extracted potable water in between the hills near the shoreline, which was utilized for drinking and cooking. But at the onset of mining activities, they were no longer allowed even to just walk in the area for it was heavily guarded. The researcher also witnessed how people extracted the potable water years back. Since the stoppage of mining activity in 2013, the flattened hilly areas before where black sand were extracted, gradually and naturally went back to normal. However, residents have stop digging shallow hole.

ON LIVELIHOOD VALUES	Mean	DR
Mining projects can create jobs for the people in the community.	4.30	SA
Mining greatly affects the subsistence and livelihood of the people in the communities	4.30	SA
Roads may be destroyed due to huge equipment and big vehicles which may come and go in the community.	4.93	SA
Mining activities may result from the displacement of the local people in their places of work.	4.36	SA
Mining projects may increase the income of the barangay and municipal government.	4.43	SA
<b>Total</b>	4.46	<b>SA</b>

In the table, it is seen that overall, the respondents strongly agreed that their lives have been affected. They shared that while this activity gave some residents job opportunities to work in the mining sites, they claimed that this did not help them improve their roads, and schools.

Instead, mining activities have brought cracks cemented roads due to huge vehicles like dump trucks loaded with mining products which regularly passed by and ferried the extracted magnetite to a port located in another coastal municipality. The researcher have also noticed the same with the roads in one municipality which these heavy dump trucks used as alternate route when the black sand mining was in full operation in 2013, prior the raid incident by the interagency taskforce of the government. Some of these roads have not been repaired up to the present.

ON PUBLIC HEALTH	Mean	DR
Mining threatens food availability and safety, increasing the risk of malnourishment.	4.93	SA
Presence of large scale equipment and vehicles may cause and trigger respiratory diseases like asthma, and cough.	4.93	SA
Improperly disposed mining wastes pose a potential health risk in the communities.	4.55	SA
<b>Total</b>	<b>4.80</b>	<b>SA</b>

The table shows that the people unanimously agree that black sand mining threatened the health of the people in the community due to dust from the heavy equipment. This scenario discloses that pollution is not only the major concern of urban areas now but even in the rural areas as mentioned. Accordingly, in urbanized environments mining may produce noise pollution, dust pollution and visual pollution. (<http://ngm.nationalgeographic.com>).

Moreover, the farmers have noticed that the variety of fish have been decreasing in the area and there are even times that they could not catch any fish even after hours of fishing activity. Thus, mining and/or dredging has disturbed really the habitat of the marine resources.

The respondent-fisherman stressed that:

*“Before the black sand mining activities in 2012, we always had bountiful catch of fish with different varieties like “Kapiged” (Rabbitfish), “Purong” (Mullet), “Pasga” (fresh water fish with similar features like Ludong, an endangered species of fish), “Abbit” (a variety of sapsap), and also big crabs and shrimps. However, nowadays, we could hardly catch one or worse, nothing anymore. We strongly believed that their habitat has been disturbed, this has affected so much our livelihood”.*

On tourism aspect, the respondents claimed that at the height of the black sand mining in 2013, they had limited access to the beach because the areas were heavily guarded due to the magnetite extraction. It was not also safe for swimming due to the heavy equipment which were stationed in the seashore. Thus, people avoided the beaches in the said places. Other than tourist activities were affected, much more their livelihood because majority of the people were dependent on fishing as their sources of income. In some houses who have put up sari-sari store near the beach front, their income became more limited due to the decreased number of beach goers.

#### **4.3. Actions taken by the communities to minimize the adverse effects of magnetite extraction and to promote the communities to boost the tourism industry**

In early part of 2013, through the initiative of religious and civic organizations, massive information dissemination, peaceful campaign, and rallies were done to sensitize and increase the awareness of both the community and local government officials to stop the mining

activities. The national government sent the interagency task force, thereafter, and conducted raid which lead to the closure of the mining sites and stoppage of all mining activities in Ilocos Sur. In 2015, a Chinese mining company accused of illegally extracting magnetite sand or black sand in Pantay-Tamurong, Caoayan in Ilocos Sur has been cleared by the Mines and Geosciences Bureau (MGB) as cited by Mayuga (2015). In the last five years, the local government units along the coastal municipalities, as initiated by the provincial government, have gradually developed the shoreline for tourism purposes. Concrete plans have been laid out and several infrastructure projects have been constructed like cemented roads and view decks. The provincial government also planned to construct a diversion road like to decongest the national highway while enticing the motorists to natural beauty of the West Philippine Sea. In Sta. Catalina, the local government has reconstructed the eroded roads due to the sand extraction and sea wall have been built to protect the community from being swayed by the roaring sea waves especially during typhoon season. Resorts were also established which are at present frequented by beachgoers from nearby municipalities and other places. These resorts have also become venues for educational and social gatherings. A boulevard that will run through the coastal parts of Sta. Catalina, San Vicente, Sto. Domingo, Magsingal, until Sinait, Ilocos Sur has already been started. Some resto bars were also established in these areas. Truly, it gradually boosts the tourism industry in these coastal municipalities which was once threatened by magnetite extraction. Moreover, it promises a better and safer environment for the Ilocanos.

## 5. CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

Young and old alike Both the environment and local residents, especially with regard to livelihood and health aspects, are vulnerable to the negative impacts of black sand, thus may disturbed ecosystem that would likely have adverse effects to the community.

Corresponding events and numerous initiatives undertaken by both the government agencies, non-government organizations or private sectors may have significant affect towards the economic development of the people. The concerted efforts of both community folks and local government officials in the implementation of all initiatives, programs, and activities will surely contribute in attracting tourists and would help the communities alleviate their economic condition. Thus, be very helpful in reviving the natural beauty of the coastal areas.

## REFERENCES

1. Añasco, Cherry and Lizada Joy (2014) Philippine Tourism: Evolution towards Sustainability Retrieved from: [https://www.researchgate.net/publication/314464914\\_Philippine\\_Tourism\\_Evolution\\_towards\\_Sustainability](https://www.researchgate.net/publication/314464914_Philippine_Tourism_Evolution_towards_Sustainability) on accessed June 20, 2019
2. Cordillera People's Alliance 2007 Case Study on the Impacts of Mining and Dams on the Environment and Indigenous Peoples in Benguet, Cordillera, Philippines.
3. Des Mueles et. Al. 2007 "How Healthy are the Canadians?" Retrieved in the worldwideweb on September2, 2007.  
<http://www.newcastle.edu.au/Resources/Research%20Centres/ArtsHealth/Choral>
4. Diokno Benjamine The Core On line Journal Retrieved from the worldwideweb <http://ngm.nationalgeographic.com2009>. on December 10,2012 .

5. Logging of forests and debris dumping retrieved from the worldwideweb <http://ngm.nationalgeographic.com> December 10, 2012.
6. Mining Industry retrieved from the worldwide web on February 10, 2013 [www.economywatch.com](http://www.economywatch.com)
7. Poisoning by mines retrieved from the worldwideweb <http://ngm.nationalgeographic.com> on December 10, 2012.
8. Solid disposal options from the worldwideweb <http://ngm.nationalgeographic.com> on December 10, 2012.
9. First International Conference on Mining Impacts to Human and Natural Environments (March 15, 2008).
10. Wolfe, J. 1993 International Mineral Development Sourcebook.

## **KHAI THÁC QUẶNG SẮT MAGNETIT TRONG CÁC CỘNG ĐỒNG ĐƯỢC LỰA CHỌN Ở MIỀN BẮC LUZON: HẬU QUẢ ĐỐI VỚI KINH TẾ VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH**

**Luzviminda P.ReLon**  
*Trường Đại học Bắc, Philippines*

### **Tóm tắt**

Philippines nổi tiếng với những cảnh đẹp và bãi biển đẹp, do đó, nó đã trở thành một nơi được lựa chọn để ghé thăm, thư giãn của các khách du lịch trên toàn cầu. Tuy nhiên, một số điểm đẹp, và thậm chí những nơi có thể được phát triển như vậy, hiện đang phải đối mặt với các vấn đề nghiêm trọng do các hoạt động kinh tế lạm dụng và sử dụng. Không thể phủ nhận khai thác cát là một hoạt động kinh tế ở nhiều quốc gia trên toàn cầu. Nghiên cứu này nhằm xác định mức độ nhận thức của người dân về hậu quả của các hoạt động khai thác như khai thác từ tính; chỉ ra các vấn đề, sự tác động và kinh nghiệm của khai thác về ngành Công nghiệp du lịch, sinh kế và sức khỏe cộng đồng và trình bày các hoạt động được thực hiện của cộng đồng để giảm thiểu các tác động bất lợi và để cộng đồng để phát triển ngành Du lịch. Nghiên cứu thông qua cuộc phỏng vấn sâu và bảng câu hỏi trong việc thu thập dữ liệu từ những người dân địa phương của các cộng đồng được chọn.

Nghiên cứu chỉ ra rằng cả hai khía cạnh môi trường và con người, đặc biệt là liên quan đến sinh kế và sức khỏe, dễ bị tác động tiêu cực của cát đen, do đó có thể làm xáo trộn hệ sinh thái có tác động xấu đến toàn bộ cộng đồng. Các sự kiện tương ứng và nhiều sáng kiến được thực hiện bởi cả các cơ quan chính phủ, các tổ chức phi chính phủ hoặc khu vực tư nhân có thể có ảnh hưởng đáng kể đến sự phát triển kinh tế và du lịch của cộng đồng. Những nỗ lực phối hợp của cả cộng đồng và các quan chức chính quyền địa phương trong việc thực hiện tất cả các sáng kiến, chương trình và hoạt động chắc chắn sẽ góp phần thu hút khách du lịch và sẽ giúp cộng đồng giảm bớt tình trạng kinh tế của họ. Tương tự như vậy, rất hữu ích trong việc làm sống lại vẻ đẹp tự nhiên của các khu vực ven biển.

### **Từ khóa**

Suy thoái môi trường, phỏng vấn sâu, khai thác Magnetit, Ilocos.



## KNOWLEDGE AND PRACTICES ON CLIMATE CHANGE AMONG NSTP STUDENTS IN THE UNIVERSITY OF NORTHERN PHILIPPINES

Corazon G. Pardo and Larry P. Mendoza

*University of northern Philippines*

### Abstract

One of the key challenges in the 21<sup>st</sup> century in the world is climate change. This study determined the knowledge and practices on climate change of the NSTP students of the University of Northern Philippines. The study used the descriptive-correlation method of research and a survey-questionnaire checklist supplemented by group interviews were used to gather data.

Results revealed that the respondents are 18 years old, males, living in rural areas, with mothers who obtained a higher degree than their fathers, but both parents are working as non-professionals, and they mainly used motorcycles as a mode of transportation. The respondents' primary sources of information about climate change are their teachers, televisions, newspapers, and the internet. They have a low level of knowledge on the causes, effects, and mitigation measures of climate change, but with a good level of practices.

The older and female respondents have higher-level of knowledge on the causes and effects of climate change than the younger and male respondents. Other variables showed no significant relationship on the respondents' knowledge of the causes and consequences of climate change, and all variables on mitigation to climate change.

The researchers recommended that there is a need to improve climate change sensitivity and an increase in the responsiveness of the students of the National Service Training Program. NSTP students may be provided real-life lessons, programs, and activities to respond to the challenge of climate change.

### Keywords

Challenges, climate change, knowledge, practice, students.

### 1. BACKGROUND OF THE STUDY

One of the 21<sup>st</sup>-century key challenges in the world is climate change. It is a global issue that needs to be addressed due to its catastrophic impact on the environment and living things. Limiting its effects is also a global concern. More information about climate change is expected to provide a better understanding, higher awareness, better practice and preventive measures, and lesser hazards.

Climate change is any alteration in climate over time, whether due to natural processes or as a result of human activity. This is attributed directly or indirectly to human activity that alters the composition of the global atmosphere and which is, in addition to natural climate variability, observed over comparable periods (United Nations Framework Convention on Climate Change, 1992).

Climate Change is caused by the increasing volume of Greenhouse Gases (GHG) in the atmosphere. Greenhouse gases are gases that absorb and re-emit infrared radiation, warming the earth's surface and contributing to climate change (UNEP, 1988). The fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC, 4AR 2007) concludes that climate change is already occurring and that further acceleration will result in a two(2) degree increase in global temperature and of extreme weather conditions. The Philippines is ranked 4<sup>th</sup> in the Global Climate Risk Index (<http://kidlat.pagasa.dost.gov.ph>).

Global attention on climate change remains a major issue worldwide because of low adaptive capacities and its projected impacts. Global climate changes have a range of potentially adverse effects in all walks of life. People's lives, health and well-being and the environment and economy are greatly affected by its results.

Lee et al. (2015), studied the predictors of public climate change awareness and risk perception of 119 countries around the world. Results showed that educational attainment is the single strongest predictor of climate change awareness. Understanding the anthropogenic cause of climate change is the strongest predictor of climate change risk perceptions, particularly in Latin America and Europe, whereas the understanding of local temperature change is the strongest predictor in many African and Asian countries. However, other critical factors associated with public awareness and risk perceptions highlight the need to develop tailored climate communication strategies for individual nations.

Apropos to the recommendations of Leiserowitz, et al. (2016) and Howe (2015), there is still a need to improve the primary education, climate literacy, and public understanding of the local dimensions of climate change which are vital for civic engagement and support for climate action.

The Philippines, as an archipelago located at the south-eastern part of Asia, is exposed to both climatic and geological hazards (NDCC, 2008), and it most vulnerable to the effects of climate change due to its limited resources (Jose and Cruz, 2007). Education still tends to be the single strongest predictor in public promotion of awareness and understanding about this phenomenon (Leiserowitz et al., 2016).

Seeing education and the educational institutions as essential factors that could help increase climate change awareness as well as the environment, Bajet (2013) found that the 56 service providers respondents' had a very high level of knowledge on climate change and ozone-depleting substances.

Considering the role of education along with climate change, the researchers felt the need to conduct a study to determine the knowledge and practices on climate change of the NSTP students. Results of this study may lead to the formulation of a policy on programs and activities about climate change among the students.

## **2. OBJECTIVES**

This study aimed to determine the knowledge and practices on climate change of the NSTP students of the University of Northern Philippines, during the 1st semester of School Year 2017-2018. Specifically, it sought to determine:

1. The profile of the respondents in terms of the following:

- A. Socio-demographic Factors: Age, Sex, Civil Status, Place of residence, mode of transportation, Highest educational attainment of parents, and Occupation of parents; and
  - B. Sources of Information: human, mass media, and print media.
2. The level of knowledge of the NSTP students on climate change along with its causes, effects and mitigation measures;
  3. The level of practices of the NSTP students on climate change; and
  4. the significant relationship between the respondents’ level of knowledge on climate change and their profile.
  5. The significant relationship between the respondents’ level of practices on climate change and their profile.

**3. CONCEPTUAL FRAMEWORK**

Presented below is the conceptual paradigm which will guide the researcher in the conduct of the study.

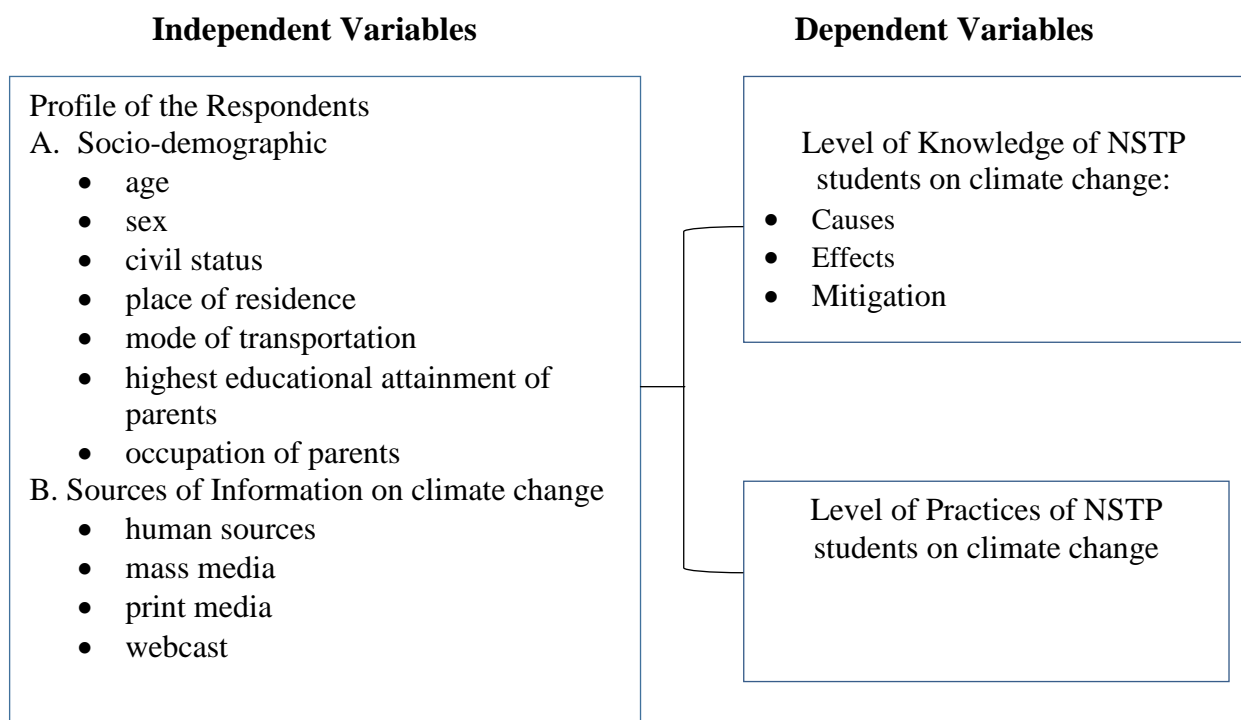


Figure 1. Conceptual Paradigm

The figure shows that the respondents’ level of knowledge and practices on climate change is influenced by their profile.

**4. METHODOLOGY**

The study made use of the descriptive-correlation method of research. The descriptive method determined the profile, level of knowledge, and practices on climate change of the respondents. The correlational method described the relationship between the dependent and independent variables.

The respondents of the study were population of 132 students enrolled in NSTP during the 1st semester of School Year 2017-2018. Table 1 presents the distribution of respondents.

*Table 1. Distribution of Respondents*

<b>Colleges</b>	<b>N</b>
College of Teacher Education	14
College of Technology	50
College of Architecture	16
College of Information Technology	27
College of Social Work	15
College of Engineering	10
<b>Total</b>	<b>132</b>

In gathering data, the researchers used a questionnaire-checklist consisted of three parts: Part I elicited information on the socio-demographic profile and sources of information; Part II determined the respondents' knowledge on climate change along with its causes, effects and mitigation measures; and Part III identified the respondents' practices on climate change. Group interviews were also done to validate the answers of the respondents. Two data collectors did distribution and retrieval of the questionnaires with the supervision of the researchers.

Mean Scores of the respondents on the level of knowledge along with the causes, effects, and mitigation measures on climate change were converted to percentage scores and interpreted as follows:

*Level of Knowledge along Causes, Effects and Mitigation Measures on Climate Change*

<b>Statistical Range</b>	<b>Descriptive Equivalent</b>	
	<b>Item</b>	<b>Overall</b>
90.00-100.00	Outstanding (O)	Very High (VH)
85.00-89.99	Very Satisfactory (VS)	High (H)
80.00-84.99	Satisfactory (S)	Average (A)
75.00-79.99	Fairly Satisfactory (FS)	Low (L)
Below 75	Poor (P)	Very Low (VL)

*Responses to the negative statements, on the other hand, were rated as follows:*

<b>Score</b>	<b>Descriptive Rating</b>	
	<b>Item</b>	<b>Overall</b>
90.00-100.00	Poor (P)	Very Low (VL)
85.00-89.99	Fairly Satisfactory (FS)	Low (L)
80.00-84.99	Satisfactory (S)	Average (A)
75.00-79.99	Very Satisfactory (VS)	High (H)
Below 75	Outstanding (O)	Very High (VH)

On the other hand, the respondents’ level of practices on climate change interpreted following the norms below:

*Level of Practices on Climate Change*

Statistical Range	Descriptive Equivalent	
	Item	Overall
4.21-5.00	Always (A)	Very Good (VG)
3.41-4.20	Often (O)	Good (G)
2.61-3.40	Seldom (Se)	Very Poor (VP)
1.81-2.60	Very Satisfactory (VS)	High (H)
1.00-1.80	Never (N)	Needs Improvement (NI)

The data gathered were treated using frequency count and percentage to describe the profile of the respondents in terms of age, sex, civil status, place of residence, mode of transportation, highest educational attainment and occupation of parents, sources of information on climate change. Mean score and percentage were used to determine the level of knowledge and practices of the respondents on climate change. Correlation analysis was employed to determine the relationship between the respondents’ level of experience and practices on climate change and their socio-demographic profile and sources of information on climate change.

## 5. RESULTS AND DISCUSSIONS

### 5.1. Profile of the Respondents

Table 2 presents the socio-demographic profile of the respondents. As seen on the table, a great percentage (39 or 29.6%) of the respondents are 18 years old, males (99 or 75%), residing from rural areas (68 or 51.5%), their mothers (68 or 51.5%) are college graduates but working as non-professionals (113 or 85.6%), while their fathers are high school graduates (59 or 44.7%) and non-professionals (119 or 90.2%), and with more than half (67 or 50.8%) are using motorcycles as mode of transportation.

*Table 2. Socio-Demographic Profile of the Respondents*

Socio-Demographic Profile of the Respondents		f	%
Age	22& above	21	15.9
	21	7	5.3
	20	29	22.0
	19	35	26.5
	18	39	29.6
	17	1	0.7
	Total	132	100.0
Sex	Male	99	75.0
	Female	33	25.0
	Total	132	100.0

<b>Socio-Demographic Profile of the Respondents</b>		<b>f</b>	<b>%</b>
Residence	Urban	64	48.5
	Rural	68	51.5
	Total	132	100.0
Mothers' Highest Educational Attainment	Master's degree	14	10.6
	College	68	51.5
	High School	49	37.1
	Elementary	1	0.8
	Total	132	100.0
Fathers' Highest Educational Attainment	Master's degree	13	9.8
	College	55	41.7
	High School	59	44.7
	Elementary	5	3.8
	Total	132	100.0
Mothers Occupation	Professional	19	14.4
	Non-Professional	113	85.6
	Total	132	100.0
Fathers Occupation	Professional	13	9.8
	Non-Professional	119	90.2
	Total	132	100.0
Mode of Transportation*	Walking	31	23.5
	PUV/B	45	34.1
	Biking	7	5.3
	Motorcycle	67	50.8
	Car	7	5.3

\* multiple responses

### 5.2. Source of Information on Climate Change

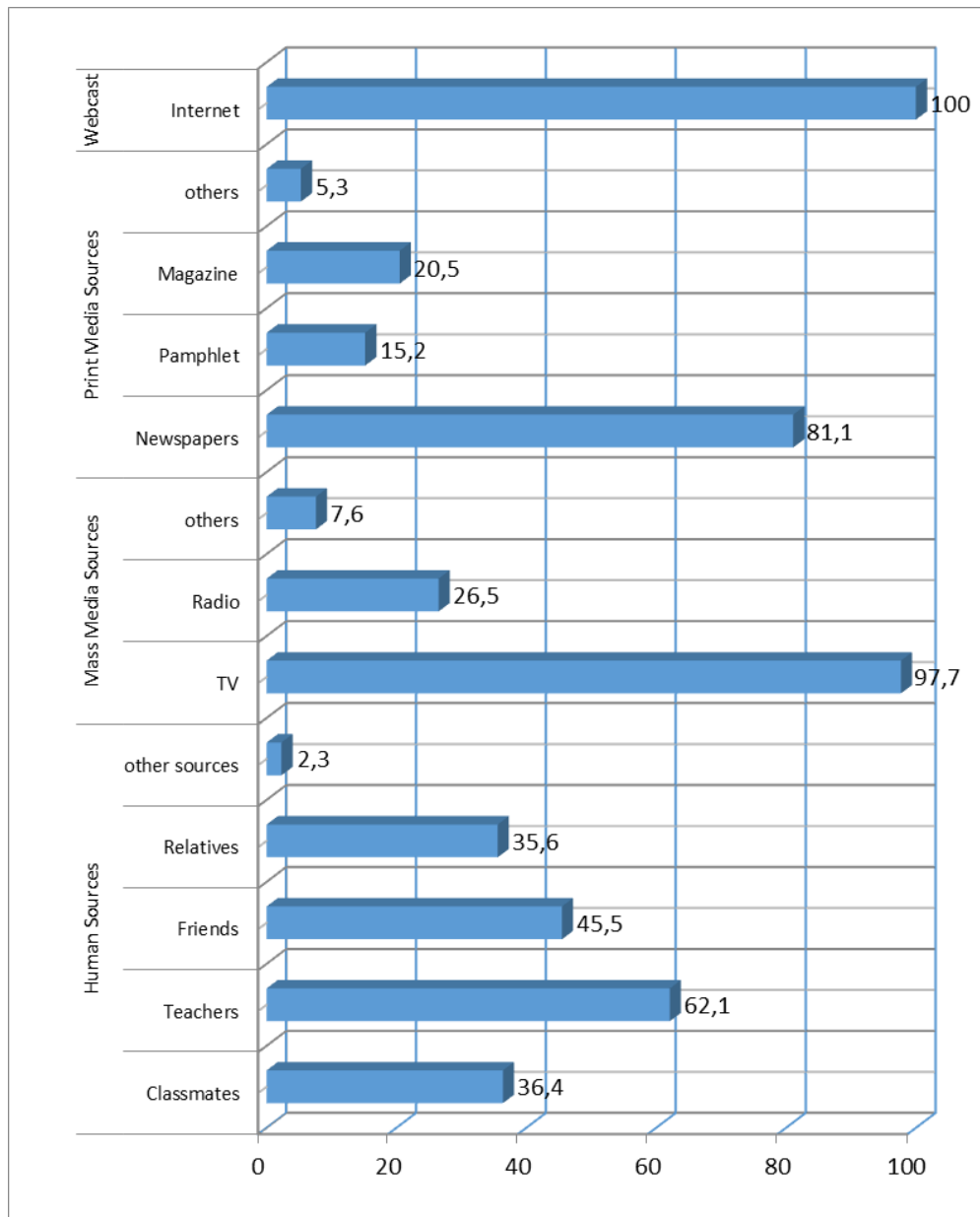


Figure 1. Profile of the Respondents on Sources of Information on Climate Change

The respondents' primary human sources of information on climate change are teachers (62.1%), television (97.7%) along with mass media, newspapers (81.1%) along with print media, and 100% of them are using the Internet. This means that the respondents have learned, seen, or heard about climate change mainly from their teachers, televisions, newspapers, and the internet.

### 5.3. Level of Knowledge on Climate Change

As presented in Table 3, the overall level of knowledge of the respondents on the causes of climate change is very low (74%). This is supported by their poor experience that agriculture waste emits methane (58%), using of firewoods for cooking (65%), increase and massive use of chemical fertilizers and pesticides on croplands (66%), throwing of wastes in open dumps and in landfills (70%), and continuous and expanding mining operations/activities (71%) are also causes of climate change.

Table 3. Level of Knowledge of the Respondents on the Causes of Climate Change

Causes of Climate Change	f	%	DR
1. Emission of carbon dioxide from industrial activities like coal-fired power plants, etc.	117	89	VS
2. Emission of carbon dioxide from vehicles.	116	88	VS
3. Emission of methane from agriculture wastes (animal and plant waste).	76	58	P
4. Deforestation.	100	76	FS
5. Increase and massive use of chemical fertilizers and pesticides on croplands.	87	66	P
6. Continuous and expanding mining operation/exploration activities	94	71	P
7. Leaving the lights off in the home*.	88	67	O
8. Throwing of wastes in open dumps and landfills.	92	70	P
9. Burning of garbage/trashes.	101	77	FS
10. Burning of firewoods for cooking.	86	65	P
11. Humans.	114	86	VS
Overall	97.4	74	VL

Norms:

Statistical Range	Descriptive Equivalent	
	Item	Overall
90.00-100.00	Outstanding (O)	Very High (VH)
85.00-89.99	Very Satisfactory (VS)	High (H)
80.00-84.99	Satisfactory (S)	Average (A)
75.00-79.99	Fairly Satisfactory (FS)	Low (L)
Below 75	Poor (P)	Very Low (VL)

These results imply that the respondents did not know that agricultural wastes like rice straws release methane. This is supported Cao et al., (1996) who cited that by rice paddies are a significant source of methane, and an estimated global methane source strength of  $100 \pm 50$  TG per year are emitted (Wassmann and Rennenberg, 1993).

Getting the item mean ratings, the respondents exhibited an outstanding knowledge that turning off the lights is not a cause of climate change, and they demonstrated a very satisfactory understanding that carbon dioxide emission from industrial activities (89%) and vehicles (88%), and humans (86%) are reasons of climate change. The sound understanding of the respondents that the causes of climate change are contributed by carbon dioxide emission from industrial activities and vehicles and human activities could be attributed to their broad exposure to the internet, televisions, and teachers.

Result of the interview further support the findings that the respondents are more familiar that carbon emissions from industrial activities and vehicles and the people themselves are the leading causes of climate change, and they are not aware that agricultural wastes also emits methane, to wit:



*“We are only aware that when rice straws and other plants decomposed, it will be added as organic fertilizer in the farm/field, but not as an emitter of methane”.*

Reflected from table 4 is the level of knowledge of the respondents on the effects of climate change. On the overall, the respondents' level of experience on the effects of climate change is low (77%). Getting the highest and lowest mean ratings of the items, the respondents obtained an outstanding knowledge that typhoons and storm surge are becoming more intense, frequent and devastating (94%), rising of temperature accelerates the melting of glaciers, shrinking of sea ice, and increase in sea level (92%), scarcity of water (90%), and the air quality is not getting better (62%) are effects of climate change. However, they are at a poor level of understanding on the other impacts of climate change like food production is threatened (73%), and increase of the world’s human population (36%).

The above results imply that the respondents are more familiar with the effects of climate change on weather conditions and patterns because they might have experienced, seen in the internet or televisions, read or heard from different sources that typhoons are becoming stronger, frequent and devastating, temperature is becoming hotter, glaciers are melting hence, sea level rises, potable water is not adequate and the air quality is deteriorating. But they are not very familiar that the decreasing of food production, increasing of human population, wide spreading of diseases, and extinction of species are also evidences that the climate is changing.

This conforms to the findings of the UNDP in Japan that the impacts of climate change like varying weather patterns (91.9%), storms were stronger and more frequent (73.1%), increasing air temperature (73.6%), and floods (71.7%) were noted by the majority of the respondents (www.adaptation-undp.org).

*Table 4. Level of Knowledge of the Respondents on the Effects of Climate Change*

<b>Effects of Climate change</b>	<b>f</b>	<b>%</b>	<b>DR</b>
1. Rise in temperature accelerates the melting of glacier, shrinking of sea ice & increase in sea level	121	92	O
2. Typhoons and storm surge have become more intense, frequent and devastating	124	94	O
3. Food production is threatened	96	73	P
4. Widespread extinction of species	104	79	FS
5. Disappearance of coral reefs	105	80	S
6. Increase of world’s human population	47	36	P
7. Severe drought is happening elsewhere in the world	106	80	S
8. Air quality continues to get better*	82	62	O
9. Widespread of diseases.	99	75	FS
10. Scarcity of water.	119	90	O
11. Occurrence of forest fires.	109	83	S
Overall	101	77	L

Norms:

Statistical Range	Descriptive Equivalent	
	Item	Overall
90.00-100.00	Outstanding (O)	Very High (VH)
85.00-89.99	Very Satisfactory (VS)	High (H)
80.00-84.99	Satisfactory (S)	Average (A)
75.00-79.99	Fairly Satisfactory (FS)	Low (L)
Below 75	Poor (P)	Very Low (VL)

Table 5 shows that on the overall, the level of knowledge of the respondents on the mitigation measures on climate change is high (86%). Getting the highest and lowest rating of each item, the respondents obtained an outstanding level of knowledge that planting more trees (99%), conserving energy, and using energy friendly appliances (92%), recycling (90%), and not using dryer to dry clothes (59%) are measures to mitigate climate change. They obtained only a satisfactory knowledge on the mitigation measures of climate change like walking, go by bicycle or car pool or bus instead of using own vehicle (83%) and purchasing a fuel-efficient vehicle to replace most frequently used automobile (80%). The above findings imply that the respondents are very familiar with mitigation measures on climate change.

*Table 5. Level of Knowledge of the Respondents on the Mitigation Measures on Climate Change*

Mitigation Measures on Climate Change	f	%	DR
1. Use-energy friendly appliances	121	92	O
2. Buy food and other products with reusable or recyclable packaging	117	89	VS
3. Replace incandescent light bulbs with compact fluorescent bulbs.	112	85	VS
4. Recycle: sort waste, re-use, prevent waste	119	90	O
5. Walk, go by bicycle or car pool or bus instead of using own vehicle.	110	83	S
6. Purchase a fuel – efficient vehicle to replace most frequently used automobile.	106	80	S
7. Conserve energy	122	92	O
8. Consume less	113	86	VS
9. *Use dryer to dry clothes	78	59	O
10. Plant more trees.	131	99	O
Overall	113	86	H

Norms:

Statistical Range	Descriptive Equivalent	
	Item	Overall
90.00-100.00	Outstanding (O)	Very High (VH)
85.00-89.99	Very Satisfactory (VS)	High (H)
80.00-84.99	Satisfactory (S)	Average (A)
75.00-79.99	Fairly Satisfactory (FS)	Low (L)
Below 75	Poor (P)	Very Low (VL)

Table 6 revealed a low (79%) overall knowledge of the respondents on climate change as a result of their low (77%) knowledge on its effects, and even lower (74%) on its causes. The respondents only obtained high (86%) awareness along mitigation measures of climate change.

Table 6. Overall Level of Knowledge of the Respondents on Climate Change

Level of Knowledge on Climate Change	f	%	DR
Causes	97.4	74	VL
Effects	101	77	L
Mitigation Measures	113	86	H
Overall	103.8	79	L

Norms:	Statistical Range	Descriptive Equivalent
	90.00-100.00	Very High (VH)
	85.00-89.99	High (H)
	80.00-84.99	Average (A)
	75.00-79.99	Low (L)
	Below 75	Very Low (VL)

These findings imply that the respondents are more knowledgeable on mitigation measures on climate change than its causes and effects. Though, it is remarkable that knowledge on mitigation measures is high, respondents should also be equipped with further understanding on the causes and effects of climate change as preventive measures.

#### 5.4. Level of Practices on Climate Change

Table 7 shows the level of practices of the respondents on climate change. As evidence on the table, the respondents’ overall level of practices on climate change is “Good” (x=3.63) only. They also demonstrated an “often” level of practices in all the nine items rated with “conserving energy at home and at work/school”, which obtained the highest mean rating, while “using dryer to dry clothes “got the lowest mean rating of 2.86 which mean that they only “sometimes” doing this. These results may imply that students have already taken actions to minimize the effects of climate change. However, more intense practices are still needed to improve further the participation of the students to prevent or decrease the impact of climate change.

Table 7. Level of Practices on Climate Change

Practices on Climate Change	X	DR
I use-energy friendly appliances/equipment	3.66	O
I buy food and other products with reusable or recyclable packaging	3.76	O
I replace incandescent light bulbs with compact fluorescent bulbs.	3.48	O
I recycle, sort and prevent/reduce waste	3.73	O
I walk, go by bicycle or car pool or bus	3.56	O
I support the use of low-emission or renewable fuel vehicles	3.67	O
I conserve energy at home and at work/school	4.08	O
I consume less, reduce, reuse, and recycle.	3.75	O

Practices on Climate Change	X	DR
I use a dryer to dry my clothes.	2.86	S
I plant more trees.	3.71	O
Overall	3.63	G

Norms:	Statistical Range Item	Descriptive Equivalent Overall
4.21-5.00	Always (A)	Very Good (VG)
3.41-4.20	Often (O)	Good (G)
2.61-3.40	Sometimes (S)	Poor (P)
1.81-2.60	Seldom (Se)	Very Poor (VP)
1.00-1.80	Never (N)	Needs Improvement (NI)

Table 8 revealed the relationship between the respondents' level of knowledge on climate change and their profile. As seen on the table, a significant relationship exists between the level of knowledge of the respondents on the causes of climate change and age ( $r=.186$ ). There is also a substantial relationship between respondents' level of knowledge on the effects of climate change and their sex. This means the older and female respondents tend to have a higher level of knowledge on the causes and effects of climate change than the younger and male respondents.

*Table 8. Correlation Results Showing the significant relationship between the respondents' level of knowledge on climate change and their profile*

Profile	Level of Knowledge		
	Causes	Effects	Mitigation
Age	.186*	.120	.057
Sex	.155	.238**	.144
Residence	.082	.048	.036
Mothers' Occupation	-.123	-.160	-.144
Fathers' Occupation	-.037	-.071	-.104
Mothers' Highest Educational Attainment	.005	-.026	-.036
Fathers' Highest Educational Attainment	-.014	.086	.045

The other variables like residence, parents' occupation and highest educational attainment, showed no significant relationship on the respondents' level of knowledge on the causes, effects, and mitigation measures on climate change.

Similarly, Table 9 shows that the respondents' level of knowledge on the causes, effects and mitigation measures on climate change and their sources of information on climate change and mode of their transportation yield no significant relationship. These results suggest that whatever source of information on climate change, and mode of transportation used, the respondents tend to have the same level of knowledge on the causes, effects, and mitigation of climate change.

Table 9. Chi Square Results Showing the significant relationship between the respondents' Source of Information, Mode of Transportation and their Knowledge on the Causes, Effects of Climate Change

Variables		Chi Square	df	Significance
Knowledge on the Causes of Climate Change	Sources of Information			
	Human	8.234	10	.606
	Mass Media	3.251	6	.777
	Print Media	5.807	4	.669
	Mode of Transportation	4.227	12	.979
Knowledge on the Effects of Climate Change	Sources of Information			
	Human	4.695	5	.454
	Mass Media	3.719	3	.293
	Print Media	7.437	4	.115
	Mode of Transportation	4.913	6	.555
Knowledge on Mitigation of Climate Change	Sources of Information			
	Human	4.695	5	.454
	Mass Media	3.719	3	.293
	Print Media	7.437	4	.115
	Mode of Transportation	4.913	6	.555

As seen in Table 10, the respondents' level of practices on climate change is not significantly related with their sex ( $r=.177$ ). This means that the females tend to have a better level of practices than the male respondents. Other variables did not yield any significant correlation on the practices of the respondents.

Table 10. Correlation Results Showing the significant relationship between the respondents' level of practices on climate change and their profile

Profile	Level of Practices on Climate Change
Age	.150
Sex	.177*
Residence	.110
Mothers' Occupation	-.132
Fathers' Occupation	.140
Mothers' Highest Educational Attainment	.130
Fathers' Highest Educational Attainment	-.005

Table 11 also shows that the respondents' level of practices on climate change is not significantly related with their sources of information on climate change and mode of transportation. This result implies that the respondents have more or less the same level of practices on climate change. This result conforms to the previous finding of this study that the

respondents' sources of information on climate change and mode of transportation is not correlated with their level of knowledge on the causes, effects and mitigation of climate change.

*Table 11. Chi Square Results Showing the significant relationship between the respondents' Source of Information and Mode of Transportation and their level of practices on climate change*

Profile	Chi Square	df	Significance
Sources of Information			
Human	15.009	15	.451
Mass Media	11.322	9	.254
Print Media	12.053	12	.441
Mode of Transportation	19.872	18	.340

## 6. CONCLUSIONS

1. The respondents are 18 years old, males, living in rural areas, with mothers who obtained higher degree than their fathers, but both parents are working as non-professionals, and they mainly used motorcycles as mode of transportation.

2. Teachers, televisions, newspapers and the internet are main sources of the respondents' information on climate change.

3. The respondents have low level of knowledge on climate change but with good level of practices.

4. The older and female respondents have higher level knowledge on the causes and effects of climate change than the younger and male respondents. Other variables showed no significant relationship on the respondents' knowledge on the causes and effects of climate change, and all variables on mitigation to climate change.

## 7. RECOMMENDATIONS

There is a need to improve the climate change sensitivity and increase in responsiveness of the students of the National Service Training Program. This could be done by providing them real-life lessons, programs and activities to respond to the challenge of climate change.

## REFERENCES

1. Bajet, M.A. (2013). Awareness on Climate Change and Compliance with the Code of Practice for Refrigeration and Air Conditioning in Ilocos Sur, Philippines.
2. Climate Change in the Philippines, February 2011. Retrieved at <http://kidlat.pagasa.dost.gov.ph>, December 20, 2013.
3. Howe, P.D., Mildenerger, M., Marlon, JR, Leiserowitz, A. (2015) Geographic variation in opinions on climate change at state and local scales in the USA, downloaded at <https://escholarship.org/uc/item/2bz0416w> IPCC, 4AR 2007.
4. Jose, A.M., Cruz, N.A. (2007) Climate change impacts and responses in the Philippines: water resources.

5. Lee, T.M., Howe, P.D., Markowitz, E.M., Ko, .Y., Leiserowitz, A.A. (2015) Predictors of public climate change awareness and risk perception around the world. *Nature Climate Change*, 2015; DOI: 10.1038/nclimate2728.
6. Leiserowitz, A., Maibach, E. Roser-Renouf, C., Rosenthal, S., and Cutler, M. (2016) *Climate Change in the American Mind* downloaded at <http://climatecommunication.yale.edu>.
7. National Disaster Coordinating Council ( 2008) UNEP, 1988 United Nations Framework Convention On Climate Change.
8. [http://www.adaptation-undp.org/sites/default/files/resources/knowledge\\_attitudes\\_and\\_practice\\_study\\_on\\_climate\\_change\\_in\\_belize.pdf](http://www.adaptation-undp.org/sites/default/files/resources/knowledge_attitudes_and_practice_study_on_climate_change_in_belize.pdf).

## KIẾN THỨC VÀ THỰC HÀNH VỀ THAY ĐỔI KHÍ HẬU CỦA SINH VIÊN CHUYÊN NGÀNH NSTP, TRƯỜNG ĐẠI HỌC BẮC PHILIPPINES

**Corazon G. Pardo and Larry P. Mendoza**

*Trường Đại học Bắc Philippines*

### Tóm tắt

Một trong những thách thức chính trong thế kỷ XXI trên thế giới là biến đổi khí hậu. Nghiên cứu này xác định cơ sở lý luận và thực tiễn về biến đổi khí hậu của sinh viên NSTP Trường Đại học Bắc Philippines. Nghiên cứu đã sử dụng phương pháp nghiên cứu tương quan mô tả và một danh sách kiểm tra câu hỏi khảo sát được bổ sung bởi các cuộc phỏng vấn nhóm được sử dụng để thu thập dữ liệu.

Kết quả cho thấy những người được hỏi là 18 tuổi, nam giới, sống ở nông thôn, có những bà mẹ có bằng cấp cao hơn người bố, nhưng cả hai bố mẹ đều làm việc không chuyên, và họ chủ yếu sử dụng xe máy như một phương thức vận chuyển. Các nguồn thông tin chính của người trả lời về biến đổi khí hậu là giáo viên, truyền hình, báo và internet. Họ có trình độ hiểu biết thấp về nguyên nhân, tác động và các biện pháp giảm thiểu biến đổi khí hậu, nhưng với mức độ thực hành tốt.

Người trả lời lớn tuổi và nữ có kiến thức cao hơn về nguyên nhân và ảnh hưởng của biến đổi khí hậu so với người trả lời trẻ và nam. Các biến khác cho thấy không có mối quan hệ đáng kể về kiến thức của người trả lời về nguyên nhân và hậu quả của biến đổi khí hậu và tất cả các biến về giảm thiểu đối với biến đổi khí hậu.

Các nhà nghiên cứu khuyến nghị rằng cần phải cải thiện độ nhạy cảm với biến đổi khí hậu và tăng khả năng đáp ứng của các sinh viên Chương trình đào tạo dịch vụ quốc gia. Học sinh NSTP có thể được cung cấp các bài học, chương trình và hoạt động thực tế để đối phó với thách thức của biến đổi khí hậu.

### Từ khóa

Thách thức, biến đổi khí hậu, kiến thức, thực hành, sinh viên.

## DEVELOPING TOURISM IN ORDER TO ENHANCE COMPARATIVE CAPABILITY, THE CASE OF TIEN GIANG DESTINATION

**Nguyen Thanh Vuong**

*Tien Giang University*

**Huynh Thanh Hieu**

*Hau Giang Political School*

### **Abstract**

Tourism is a part of modern civilization and is an essential part in our life, people have already spent their time and money for tourism. Today, tourism is becoming a necessary need over the world. Tourism is also a part of important economy in many countries. The benefits of tourism are gaining significantly through spending for tourist services. Tourism is called an export field inbound, it can bring great turnovers for tourist companies. It is crucial for tourist companies to compete by innovating business activities, enhancing productivity and products quality. Therefore, companies need to develop management strategies to adapt to environmental changes, providing customers with some environmental-friendly tourist products in order to enhance competitive productivities.

Population has been increasing recently due to the economy developing, and having limited resources.

Environmental pollution is a serious problem and with the ecosystem decreasing. Therefore, tourism can affect and is responsible for environment pollution. In order to develop tourism, it is necessary to build friendly-environmental attractions for tourists. Tien Giang province, is an example of tourist attractions.

By using the Fact-finding methods, with the case-study of Tien Giang destination, the research propose the solutions that to develop green tourism in order to enhance comparative capability the tourist destinations in Vietnam.

### **Keywords**

Tourism, strategy, competitive products, green tourism.

### **1. INTRODUCTION**

After joining World Trade Organization (WTO) in 2006, tourism in Tien Giang province began to develop significantly. In the period 1983-1999, Tien Giang tourist company (after becoming Tien Giang Joint Venture Tourism Company), is one of the popular tourist company in Vietnam. In 2018 there are 41 companies in tourism companies [Nguyen, Thanh Vuong (2016), page 2].

Tien Giang is one of the provinces in the Mekong Delta, in the southern economic zone, in the tourism growth triangle: Ho Chi Minh City (HCMC) - Can Tho - Kien Giang (Phu Quoc) and growth triangle of Ho Chi Minh City - Bien Hoa - Vung Tau. Tien Giang's tourism resources are plentiful, especially the natural resources along the Tien River and historic sites that have attracted tourists [Service of Culture, Sports and Tourism of Tien Giang (2010), page 3].



However, compared to other economic sectors, Tien Giang tourism has a low proportion, the tourism products of Tien Giang is not diversified, the tour program is mainly based on natural resources and the property of the households. The tourist areas have not been invested or reinvested in expansion, services are not diversified, but there are new products, attractions and has a very friendly environmental atmosphere. While traveling, exploring the pristine land, watching the beauty of Tien Giang's tourism destinations are exciting and has a very large range of tourists. In order to improve competitiveness compared to other destinations, Tien Giang tourism industry should focus on improving and advertising green tourism to meet the needs of tourists to Tien Giang.

## **2. THE CONTENTS OF STUDY**

### **2.1. Some concepts relevant**

In order to expand green tourism, we need to understand the concept of green tourism. According to Furqan A., & el al (2010), the term of green tourism is used to refer to environmental friendly tourism but with different focus and meanings. These terms are used for two purposes: firstly, the destination of customers will be beautiful and attractive. Second, the green tourism can be used to signal that tourism activities taking place in the area does not harm the environment (Font and Tribe, 2001). A product or service can be considered green tourism when it is beneficial to the producer and consumer without compromising the environment. [Furqan A., Mat Som AP, Hussin R., 2010, page. 65].

Green tourism in developed countries like Japan is similar to rural tourism, the pursuit of green tourism is made in the natural environment, and provides visitors with the opportunity to experience local culture. An Oriental and a rural lifestyle. Rural Japan's participation in agriculture and forestry plays an important role in environmental management. Green tourism in Japan is more focused on the sustainable environment of rural areas, and these areas are managed by the people. The capital needed to develop the environment is provided by the central and local governments to businesses as well as rural people [Arahi, 1998].

In Malaysia, the government has encouraged the use of green products while providing training in environmental management and introducing waste management techniques and the use of recyclable products. The resort business, resort. The staff of tourist resorts and resorts participating in green tourism are educated and trained on eco-friendly and eco-friendly tourism [Abdul Khalid et al. (2010)].

It can be said that green tourism is environmentally friendly, that includes some tourism activities, and tourism based on nature, culture and education. Education contributing to conserve efforts and make a sustainable development with the active participation of the local community. It is a form of tourism that attracts a great deal of attention from all walks of life, especially for those who wish to visit and relax. At present, the travel needs of tourists are upgraded to a level are not only for travel, but to also help travelers explore and to enjoy and spend time in a clean space, and be at peace in harmony and nature. Used vehicles and products are also environmentally friendly.

### **2.2. Methodology**

The Fact-finding methods are used to gather the needed information with its aim to analysis the potential for green tourism development. By using case-study research, the case of Tien Giang

destination, the authors desire proposing the suitable solutions to develop tourism in order to enhance comparative capability of the other tourism destinations in Viet Nam.

### **2.3. Potential for green tourism development in Tien Giang**

Tien Giang is divided into three distinct areas, the potential for green tourism development: the fruit tree area along the Tien River with fruit gardens around the four seasons, the vast canals and rivers; Tan Thanh sea ecological area and ecosystems flooded alum in Dong Thap Muoi, Tan Phuoc district. Tien Giang terrain is relatively flat, with alluvial soils near the Tien River, accounting for 53% of the province, suitable for many plant varieties and livestock. Tien Giang has a 32km long coastline with thousands of hectares, 800 kilometers of rivers and canals, 10,000 hectares of water surface, 5,500 hectares of coastal alluvial land and thousands of hectares of riverside alluvial grounds. It has many advantages for cultivating aquatic and marine species (e.g clam, shrimp, crab...) and developing the sea and river economy.

Tien Giang has many canals and islands, interwoven together creating the orchard green four fresh season with the famous products such as Cho Gao dragon fruit, Hoa Loc sand mango, pomelos Co, Orange, Tieng Cai Be, Lo Ren Breast milk, Go Cong cherry, ect. In addition, the lifestyle is simple, true nature, bearing bold cultural characteristics of the southern delta water garden. The tourism products are extremely rich and unique. Some of the tourism products includes: music, floating markets and traditional villages.

Furthermore, in order to increase the attractiveness of ecological tours, Tien Giang has always been interested in opening more tourist attractions and products with high attractiveness to meet the demand. For tourists in and outside Tinh, international tourists, such as: yacht on the Tien River; Travel to special orchards of Tien Giang. Rowing on the river, canals, listening to the music of the many traditional villages in Tien Giang has been restored, the customary customs in Tien Giang river gardens are also promoted. Along with that, the facilities of tourism business of Tien Giang developed quite strong, with 41 travel business units, 16 international travel business units, 23 travel agencies domestic and 2 business units transporting tourists; Tien Giang has 221 tour guides; 210 tourist accommodation establishments; 24 restaurants; Approximately 322 motor boats, 307 rowing boats and 6 canoes . The high factors have created the number of visitors to Tien Giang each year. According to the Department of Culture, Sports and Tourism of Tien Giang province, during 2005-2013, the growth rate of tourists arriving in Tien Giang increased to 12.3%, in 2013. Over 1.3 million People travel to Tien Giang, including 739,949 domestic visitors. In the first 9 months of 2014, Tien Giang welcomed over 1 million visitors, reaching nearly 76% and up over 9.08% over the same period last year and nearly 470,000 international visitors [Nguyen, Thanh Vuong (2014), page 55].

With the advantages of natural resources such as; geographic, climatic characteristics, culture, history resources, human resources and tourism infrastructure (as mentioned above). Tien Giang tourism development has improved, especially the ecotourism and cultural tourism. These are some of the characteristics of green tourism products today.

### **2.4. Development of green tourism products in Tien Giang**

Green tourism (as mentioned above) is a type of tourism based on nature and culture, contributing to preserve nature, protect biodiversity and the culture in the community. The development of green tourism offers significant economic benefits, such as; creating opportunities, increased employment and higher income for the future generation in the country as well as for local people. And where nature reserves and landscapes are attractive.

At present, the situation of climate change and environmental pollution seriously threatens the development of the tourism industry, which has made the tourism industry in Vietnam and Tien Giang tourism in particular focus. To build a tourism model towards sustainable green growth. This type of tourism has been used by developed countries such as Japan, South Korea, Britain, Australia etc... Unfortunately, it has not been applied widely in the local tourist destinations in Vietnam.

To enhance the competitiveness, thus creating a sustainable development of tourism destinations, Tien Giang tourism industry must pay attention to building and developing green tourism products. Here are some suggestions for Tien Giang tourism to develop green tourism products:

- Create natural and friendly environment, close to the environment of tourist destinations (Thoi Son tourist area, Tan Thanh beach tourist area, Cai Be tourist area, Dong Thap Muoi eco-tourist area ), planting many trees, dredging the canals, making the wild look of the destination.
- Constructing tours according to seasons in the year according to climate characteristics in Tien Giang: rainy season, floating season, dry season. According to Kozak M. & Rimmington M., 1999, seasons in year The seasons also play an important role in evaluating tourism destination competencies: for example, in the summer, this destination may compete with the destination in the same tourist season [Tien Giang, Potentials, Achievements and Prospects, 1999, page 274-275].
- Upgrading the type of hiked tourism in the area, developing tourism experience tours: tourists are directly involved in production with local people such as gardening, planting, harvesting, Learn how to produce / process the products and make them yourself in the craft villages.
- To develop the type of cultural tourism: to provide visitors with experience tours to make a real farmer when they come to Tien Giang, tourists will be able to eat the folk food of bold South West, experience the nightlife with local people, participate in local folk festivals.
- Organizing many festivals and tourism events associated with traditional folk customs in Tien Giang.
- Organizing activities based on nature such as; boat racing on the river, fishing on the river.

## **2.5. Solutions to develop green tourism products in Tien Giang as well as other destinations in Viet Nam**

In order to develop green tourism, the tourism sector needs to address the following issues:

- Local authorities, tourism enterprises, local people and tourists must be responsible for the environment, paying special attention to the protection, conservation and improvement of the quality of the natural environment in order to ensure health. long term and sustain life of ecosystems in that environment.
- Local authorities must educate and educate local tourism workers and local people about their sense of protection of natural resources and not harm the environment, protect ecosystems, species of plants and animals.
- Local authorities, tourism enterprises and local people have the responsibility to propagate tourists to well-run green tourism, do not litter or pollute at tourist destinations.

- Local governments need to strengthen local economic support, capital support for businesses, and community capital support to ensure sustainable local economic growth and opportunities. employment for local people.

- It is essential to preserve a diversified culture: the state, tourism enterprises, local people and tourists need to respect and appreciate the local culture and should diversify culture to ensure Maintain the prosperity of local culture.

- It is necessary to renovate, upgrade and develop tourist destinations, however, in the course of renovation, the ecological environment of these destinations should be minimized. To minimize the use of materials that may damage the ecological environment (eg use of cement, steel, synthetic resins... when constructing works at tourist destinations).

- Local authorities should issue policies and strategies to develop destinations with a sustainable development orientation. In the planning and development of tourism, it is necessary to have the consent of the local people.

- Tien Giang tourism industry needs to link with the tourism industry in other localities in the development and exploitation of tourism, to avoid the duplication of tourism products of each other.

### **3. CONCLUSION**

Because of the increasing population, environmental pollution to the alarming level of green growth in a sustainable and environmentally friendly manner is an urgent requirement for all economic sectors, especially for the tourism sector. Because the industry must expand and explore tourism, to take advantage of new natural resources can attract tourists to visit. In order to develop sustainable tourism, it is imperative to develop green tourism - a type of tourism that is close to nature. Green tourism is also considered to be a very effective solution in protecting the ecological environment by educating the sense and responsibility of protecting the environment for tourism businesses, local people and tourists.

In the context of globalization as competition now occurs in the business sector, especially in the tourism business is inevitable. For the tourism business, in order to compete, it is necessary to create many unique tourism products, such as; designing many different tour programs, building new homestay models, not duplicating with the opposite.

### **REFERENCES**

1. Abdul Khalid, S.N., Mahadi, R., Abdul Wahid, N., Amran, A., Abustan, I. and George, R.A. (2010). A field survey on the green performance of selected Resorts in Malaysia. Proceedings of the International Graduate Tourism Research Conference, Kuala Lumpur, April 16-17.
2. Arahi, Y. (1998). Rural tourism in Japan: the regeneration of rural communities.
3. Furqan A., Mat Som A.P., Hussin R., (2010), Promotion green tourism for future sustainability, Theoretical and Empirical Research in Urban Management.
4. Kozak M. and Rimmington M., (1999), Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical finding, *Hospitality Management* 18 (1999) 273-283.

5. Nguyen, Thanh Vuong (2014), Tien Giang Tourism Development Solution, Journal of Economics and Forecasting, Ministry of Planning and Investment, Ministry of Planning and Investment, ISSN 0866.7120, December 2012 (No. 24).
6. Nguyen, Thanh Vuong (2016), Enhance competitiveness in tourism business at Tien Giang, Thesis of PhD., Graduate Academy of Social of Social Sciences, Ha Noi, Viet Nam.
7. People's Committee of Tien Giang Province (1999), Tien Giang, Potentials, Achievements and Prospects, 101/GP/VHTT, Tien Giang Department of Culture and Information.
8. Project of Developing Tien Giang Tourism period the year 2010 to 2020 (2010), Service of Culture, Sports and Tourism of Tien Giang.

## PHÁT TRIỂN DU LỊCH ĐỂ NÂNG CAO KHẢ NĂNG CẠNH TRANH, NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP TỈNH TIỀN GIANG

**Nguyễn Thanh Phụng**

*Trường Đại học Tiền Giang*

**Huỳnh Thanh Hiểu**

*Trường Chính trị Hậu Giang*

### Tóm tắt

Ngày nay, du lịch đang trở thành một nhu cầu cần thiết trên toàn thế giới. Du lịch là một phần quan trọng trong phát triển kinh tế ở các nước. Những lợi ích của du lịch đang đạt được thành tựu thông qua việc chi tiêu cho các dịch vụ du lịch. Du lịch được gọi là một lĩnh vực xuất khẩu trong nước, nó có thể mang lại doanh thu lớn cho các công ty du lịch. Điều quan trọng đối với các công ty du lịch là cạnh tranh bằng cách đổi mới các hoạt động kinh doanh, nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm. Do đó, các công ty cần phát triển các chiến lược quản lý để thích ứng với thay đổi môi trường, cung cấp cho khách hàng một số sản phẩm du lịch thân thiện với môi trường để nâng cao năng suất cạnh tranh.

Dân số đã tăng lên gần đây do nền kinh tế đang phát triển và có nguồn lực hạn chế. Ô nhiễm môi trường là một vấn đề nghiêm trọng với hệ sinh thái. Do đó, du lịch có thể ảnh hưởng và chịu sự tác động bởi ô nhiễm môi trường. Để phát triển du lịch, cần xây dựng các điểm tham quan thân thiện với môi trường cho khách du lịch. Tỉnh Tiền Giang là một ví dụ về các điểm du lịch.

Bằng cách sử dụng các phương pháp tìm hiểu thực tế, với nghiên cứu trường hợp về điểm đến Tiền Giang, nghiên cứu đề xuất các giải pháp phát triển du lịch xanh nhằm tăng cường khả năng so sánh các điểm du lịch tại Việt Nam.

### Từ khóa

Du lịch, chiến lược, sản phẩm cạnh tranh, du lịch xanh.

## DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TẠI THÀNH PHỐ CẦN THƠ TIỀM NĂNG, THỰC TRẠNG, GIẢI PHÁP

**Đào Ngọc Cảnh**

*Khoa Khoa học xã hội và Nhân văn,  
Trường Đại học Cần Thơ*

### Tóm tắt

Du lịch cộng đồng, còn gọi là du lịch dựa vào cộng đồng, là hình thức tổ chức hoạt động du lịch dựa vào sự tham gia của cộng đồng dân cư địa phương nhằm khai thác những nét đẹp của cảnh quan thiên nhiên và những giá trị văn hóa truyền thống của địa phương. Từ đó, du lịch cộng đồng đem lại nguồn thu nhập cho người dân, góp phần bảo vệ môi trường và phát huy những giá trị văn hóa truyền thống của địa phương.

Bài viết này phân tích các tiềm năng và thực trạng phát triển du lịch cộng đồng tại thành phố Cần Thơ. Từ đó, đề xuất các định hướng phát triển các mô hình du lịch cộng đồng ở thành phố Cần Thơ, góp phần đưa du lịch trở thành ngành trọng điểm của thành phố Cần Thơ.

### Từ khóa

Du lịch cộng đồng, tiềm năng du lịch, văn hóa cộng đồng, thành phố Cần Thơ.

### 1. GIỚI THIỆU

Du lịch cộng đồng (Community-Based Tourism) là hình thức kinh doanh du lịch mà chủ thể là cộng đồng địa phương đứng ra tổ chức nhằm khai thác những giá trị về cảnh quan thiên nhiên và văn hóa bản địa tạo thành các sản phẩm du lịch để phục vụ du khách. Luật Du lịch Việt Nam (2017) định nghĩa: “*Du lịch cộng đồng là loại hình du lịch được phát triển trên cơ sở các giá trị văn hóa của cộng đồng, do cộng đồng dân cư quản lý, tổ chức khai thác và hưởng lợi*”.

Ngày nay, quá trình đô thị hóa, công nghiệp hóa tăng lên mạnh mẽ đã thúc đẩy du khách tìm về những vẻ đẹp bình dị, không khí trong lành và những giá trị văn hóa truyền thống ở các vùng nông thôn, miền núi, hải đảo là những nơi mà làn sóng văn minh đô thị chưa tác động tới. Vì vậy, du lịch cộng đồng đang trở thành xu thế ngày càng phổ biến trên thế giới và ở Việt Nam.

Cần Thơ là thành phố trực thuộc Trung ương, đô thị loại 1, trung tâm du lịch của vùng Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL). Trong những năm vừa qua, ngành Du lịch Cần Thơ có nhiều chuyển biến tích cực. Năm 2018, TP. Cần Thơ đón gần 8,5 triệu lượt khách du lịch, tăng 12,5% so với cùng kỳ năm 2017, đạt 106% kế hoạch năm. Tổng thu từ du lịch đạt 3.785 tỷ đồng, tăng 30,6% so với năm 2017 và đạt 108% kế hoạch năm.

*Bảng 1: Lượng khách du lịch đến TP. Cần Thơ thời kỳ 2015-2018*

*Đơn vị tính: lượt khách*

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Tổng số	4.702.203	5.349.817	7.539.221	8.480.968
Khách quốc tế	354.773	490.972	580.625	730.000
Khách nội địa	2.012.860	4.858.845	6.958.596	7.750.968

*Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch TP. Cần Thơ*

Nghị quyết số 03-NQ/TU ngày 01/8/2016 của Thành ủy Cần Thơ đã xác định mục tiêu: “Phấn đấu đến năm 2020, đưa du lịch thành phố Cần Thơ trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, khẳng định thương hiệu, phát triển bền vững, đóng góp quan trọng trong cơ cấu khu vực dịch vụ và tăng trưởng của thành phố; phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, có trọng tâm, xứng tầm đô thị trung tâm vùng đồng bằng sông Cửu Long”. Nghị quyết cũng nhấn mạnh: “Tập trung phát huy nội lực, mời gọi nhân dân, cộng đồng dân cư và các thành phần kinh tế đầu tư kinh doanh phát triển dịch vụ du lịch...”.

Với những tiềm năng thế mạnh về tài nguyên và vị trí địa lý cùng với chủ trương khuyến khích người dân phát triển du lịch, trong thời gian gần đây du lịch cộng đồng ở Cần Thơ có nhiều khởi sắc. Bài viết này phân tích tiềm năng và thực trạng phát triển du lịch cộng đồng tại TP. Cần Thơ, từ đó rút ra các bài học kinh nghiệm để có thể vận dụng vào địa bàn huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang, góp phần đưa du lịch cộng đồng ở đây phát triển nhằm nâng cao đời sống người dân, phát triển kinh tế-xã hội và đẩy mạnh phong trào xây dựng nông thôn mới của địa phương.

## 2. DỮ LIỆU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### 2.1. Dữ liệu nghiên cứu

Các dữ liệu được thu thập từ nhiều nguồn: từ các công trình nghiên cứu, từ số liệu thống kê, từ báo cáo tổng kết của cơ quan ban ngành địa phương, từ các khảo sát trực tiếp tại thực địa và từ các nguồn thông tin tư liệu khác dưới dạng văn bản, bản đồ, hình ảnh, video... Các dữ liệu này được hệ thống hóa, phân tích, tổng hợp nhằm phục vụ cho đề tài nghiên cứu.

### 2.2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp chủ yếu được sử dụng trong nghiên cứu này là phương pháp phân tích định tính kết hợp với các phương pháp so sánh, tổng hợp và khảo sát thực tế tại địa bàn nghiên cứu. Ngoài ra, nghiên cứu này còn áp dụng phương pháp phỏng vấn sâu đối với người dân và các nhà lãnh đạo, quản lý nhằm tìm hiểu về nhận thức và định hướng phát triển du lịch tại địa phương.

## 3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

### 3.1. Tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng tại thành phố Cần Thơ

#### 3.1.1. Tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng gắn với sông nước - miệt vườn

Thành phố Cần Thơ có diện tích tự nhiên 1.439,2km<sup>2</sup>, dân số 1.257.900 người (Tổng cục Thống kê, 2016). Trên địa bàn TP. Cần Thơ có các tuyến quốc lộ đi qua như 1A, 91, 80, 61; có sân bay quốc tế Cần Thơ; có cảng Cần Thơ là một trong 8 cảng chính trên toàn quốc. Vì vậy, Cần Thơ là đầu mối giao thông hàng đầu ở ĐBSCL, rất thuận để phát triển các hoạt động giao lưu kinh tế - xã hội của thành phố, trong đó có du lịch.

Cần Thơ có địa hình bằng phẳng, nhiều sông rạch, trong đó có hai sông lớn là sông Hậu và sông Cần Thơ. Sông Hậu là một trong hai nhánh chính của sông Cửu Long thuộc phần hạ lưu sông Mê Kông. Sông Cần Thơ như một vòng cung bao quanh phần trung tâm của TP. Cần Thơ và đổ vào sông Hậu tại bến Ninh Kiều nổi tiếng thơ mộng. Hệ thống sông rạch phong phú là tiềm năng to lớn để Cần Thơ phát triển các loại hình du lịch sông nước như du thuyền trên sông, trải nghiệm các hoạt động đánh bắt thủy sản, tham quan làng bè nuôi cá trên sông, tham quan sông Mê Kông hùng vĩ,...

Đặc biệt, là nơi hội tụ của nền văn minh sông nước ĐBSCL, TP. Cần Thơ có thể mạnh mẽ phát triển loại hình du lịch chợ nổi. Ở Cần Thơ có hai chợ nổi là chợ nổi Cái Răng và chợ nổi Phong Điền. Chợ nổi Cái Răng đã được công nhận là di sản văn hóa cấp Quốc gia của Việt Nam vào năm 2016, được tạp chí Du lịch Rough Guide của Anh bình chọn là một trong 10 chợ ấn tượng nhất thế giới và được trang web du lịch Youramazingplaces bình chọn là một trong 5 chợ nổi đẹp, thú vị nhất khu vực châu Á. Sức hấp dẫn của chợ nổi nơi đây là vẫn giữ được những nét đơn sơ, mộc mạc, của văn hóa sông nước. Hoạt động mua bán trên các ghe thuyền (thương hồ) của người dân rất đông đúc nhưng cũng rất thanh bình, thân thiện.

Hình ảnh “cây bèo” chào hàng là nét văn hóa đặc sắc của chợ nổi ĐBSCL nói chung và ở Cần Thơ nói riêng. “Bèo” là một cây sào được dựng lên trên ghe thuyền để treo các loại hàng hóa mà chủ ghe hàng cần bán. Có thể nói, cây bèo là sự sáng tạo độc đáo của dân thương hồ. Nhờ có cây bèo mà từ xa, người mua hàng sẽ tiếp cận đến nơi có hàng cần mua rất dễ dàng, thuận tiện. Hình ảnh cây bèo cùng với những mặt hàng nông sản miền nhiệt đới đa sắc màu tạo nên dấu ấn khó quên trong tâm trí du khách. Ngoài ra, cách thức giao hàng theo kiểu tung hứng giữa thuyền này với thuyền kia khi mua bán hàng cũng rất đặc sắc và điệu nghệ, làm cho du khách rất thích thú.

Nằm ở trung tâm vùng ĐBSCL, được phù sa bồi đắp thường xuyên nên đất đai rất màu mỡ. Vì vậy, Cần Thơ cũng nổi tiếng với các vườn cây ăn trái trĩu quả, mà người dân địa phương gọi là “miệt vườn”. Đây là điều kiện thuận lợi để hình thành và phát triển loại hình du lịch miệt vườn rất hấp dẫn. Các vườn cây ăn trái tập trung nhiều ở huyện Phong Điền và các quận Cái Răng, Bình Thủy, Thốt Nốt. Đến với miệt vườn, du khách sẽ bị cuốn hút bởi những vườn cây xanh mát, trái cây tươi ngon, người dân mến khách, cuộc sống thanh bình, thân thiện. Tại đây, du khách sẽ được thưởng thức trái cây tươi ngon hái tại vườn hoặc trải nghiệm hoạt động thu hoạch trái cây cùng với những người dân địa phương. Ngoài ra, du khách có thể mua trái cây mang về làm quà và tham gia các hoạt động tham quan, thưởng thức những giá trị văn hóa bản địa tại địa phương như đờn ca tài tử Nam Bộ - di sản văn hóa thế giới, thưởng thức món ăn miệt vườn, chèo xuồng “ba lá” theo kênh rạch hoặc đi xe đạp trên đường mòn để tham quan khung cảnh sông nước, làng quê thanh bình,...

Tại Cần Thơ còn có các bãi bồi trên sông được gọi là cù lao (cồn) như cù lao Tân Lộc, cồn Sơn, cồn Khương, cồn Ấu. Đây là những địa bàn có nhiều tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng do vẫn giữ được những nét văn hóa truyền thống của người dân Nam Bộ gắn liền với khung cảnh thiên nhiên sông nước miệt vườn. Bên cạnh những nét chung, ở mỗi cù lao lại có những sản phẩm du lịch độc đáo riêng làm tăng sự hấp dẫn du lịch. Ví dụ, ở cù lao Tân Lộc có loại hình du lịch độc đáo mà người dân gọi là “Tắm cồn”. Hằng năm, vào dịp tết Đoan Ngọ (5/5 âm lịch) rất đông “nam thanh nữ tú” kéo nhau đến tắm ở bãi sông này với mong muốn tắm cồn sẽ gột rửa đi những điều phiền muộn và đem lại sự may mắn. Còn ở cồn Sơn lại có sản phẩm du lịch rất đặc sắc là “cá lóc bay” do anh Lê Trung Tín sáng tạo ra. Khi du khách đến tham quan, anh Tín có thể điều khiển cá trong ao đồng loạt bay lên mặt nước, trông rất ngoạn mục và thích thú.

### 3.1.2. Tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng gắn với di sản văn hóa

Mặc dù là vùng đất mới được người Việt đến khai hoang lập ấp cách đây hơn 300 năm, nhưng Cần Thơ cũng có các di sản văn hóa vật thể và phi vật thể khá phong phú. Tính đến năm 2017, trên địa bàn TP. Cần Thơ có 39 di tích được xếp hạng; trong đó, có 12 di tích cấp Quốc gia, 27 di tích cấp Thành phố.



*Bảng 2: Danh sách các di tích lịch sử-văn hóa cấp quốc gia tại TP. Cần Thơ*

Tên di tích	Loại di tích	Năm xếp hạng	Đơn vị hành chính
Đình Bình Thủy	Kiến trúc nghệ thuật	1989	Bình Thủy
Cơ quan Đặc ủy ANCSĐ Hậu Giang	Lịch sử	1991	Bình Thủy
Chùa Nam Nhã	Lịch sử	1991	Bình Thủy
Chùa Long Quang	Kiến trúc nghệ thuật	1993	Bình Thủy
Chùa Hội Linh	Lịch sử	1993	Bình Thủy
Mộ Thủ khoa Bùi Hữu Nghĩa	Lịch sử	1994	Bình Thủy
Nhà thờ họ Dương (Nhà cổ Bình Thủy)	Kiến trúc nghệ thuật	2009	Bình Thủy
Chùa Ông (Quảng Triệu hội quán)	Kiến trúc nghệ thuật	1993	Ninh Kiều
Khám lớn Cần Thơ	Lịch sử	1996	Ninh Kiều
Mộ nhà thơ Phan Văn Trị	Lịch sử	1991	Phong Điền
Địa điểm thành lập Chi bộ ANCSĐ Cờ Đỏ	Lịch sử	2013	Phong Điền
Điểm chuyển quân, Trạm Quân Y tiền phương & nơi cất giấu vũ khí thuộc Lộ Vòng Cung Cần Thơ trong kháng chiến chống Mỹ	Lịch sử	2013	Phong Điền

*Nguồn: Ban Quản lý di tích TP. Cần Thơ (2017)*

Đồng thời, Cần Thơ còn sở hữu 4 di sản văn hóa phi vật thể được xếp hạng di sản văn hóa thế giới và di sản văn hóa quốc gia. Đó là: Đờn ca tài tử (chung với 20 tỉnh, thành Nam Bộ), Văn hóa Chợ nổi Cái Răng, Lễ hội Kỳ yên đình Bình Thủy và Hồ Cần Thơ.

Ngoài ra, các di tích cấp thành phố cũng có nhiều tiềm năng du lịch như: Đình Thới An, đình Thuận Hưng, chùa Pothi Somron, đình Thường Thạnh, Hiệp Thiên cung, nhà cổ họ Phạm (Tân Lộc), chùa Munirangsay,...

Đáng lưu ý, đình Bình Thủy (Long Tuyền cổ miếu) vừa là công trình có giá trị về kiến trúc nghệ thuật, vừa là dấu ấn lịch sử - văn hóa tiêu biểu cho quá trình khẩn hoang lập ấp của người Việt ở Cần Thơ cách đây khoảng 300 năm. Tại đình Bình Thủy, hằng năm diễn ra hai lần lễ hội Kỳ Yên là Thượng điền (tháng Tư âm lịch) và Hạ điền (tháng Chạp âm lịch) với những nghi lễ đậm tính nhân văn và bản sắc văn hóa Nam Bộ.

Ở Cần Thơ cũng có nhiều nhà cổ, trong đó nổi bật là nhà cổ Bình Thủy (còn gọi là nhà thờ họ Dương) xây dựng từ năm 1870 - một trong những mẫu nhà hiếm hoi còn sót lại khá nguyên vẹn thể hiện sự giao thoa văn hóa phương Đông và phương Tây. Nhà cổ này có nhiều đồ cổ quý giá được giữ gìn cẩn trọng qua nhiều thế hệ càng làm tăng thêm giá trị cho công trình kiến trúc đặc sắc này. Đặc biệt, nhà cổ Bình Thủy đã được chọn làm bối cảnh quay cho nhiều bộ phim, trong đó có phim “Người tình” được chuyển thể từ tiểu thuyết tự truyện cùng tên của nữ văn sĩ Pháp Marguerite Duras.

Với những tiềm năng phong phú như trên, TP. Cần Thơ có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch cộng đồng gắn với các loại hình du lịch sông nước - miệt vườn và du lịch văn hóa. Người dân Cần Thơ rất năng động, sáng tạo đã biết tìm tòi, khai thác những tiềm năng sẵn

có thể phát triển du lịch cộng đồng. Mặt khác, sự thân thiện, mến khách của người Cần Thơ cũng góp phần mạnh mẽ vào sự thu hút khách du lịch đến với cộng đồng dân cư tại các địa bàn trong thành phố.

### 3.2. Thực trạng phát triển du lịch cộng đồng tại thành phố Cần Thơ

Nghị quyết số 03-NQ/TU ngày 01/8/2016 của Thành ủy Cần Thơ đã nhấn mạnh quan điểm: “Phát triển du lịch là một trong những ngành kinh tế động lực, để thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội” với phương châm “Người người làm du lịch, nhà nhà làm du lịch”. Vì vậy, cùng với sự phát triển chung của ngành Du lịch, du lịch cộng đồng ở Cần Thơ cũng có bước phát triển khá mạnh mẽ, nổi bật nhất là mô hình du lịch nhà vườn của các hộ dân, được gọi là loại hình du lịch miệt vườn.

Ở TP. Cần Thơ có nhiều điểm du lịch miệt vườn đang thu hút ngày càng nhiều khách du lịch, trong đó có một số nhà vườn cung cấp dịch vụ lưu trú theo mô hình homestay (nghỉ tại nhà dân). Huyện Phong Điền là địa bàn phát triển du lịch cộng đồng sớm nhất ở TP. Cần Thơ. Hiện nay, ở đây có 10 điểm vườn làm du lịch cộng đồng, trong đó có 6 cơ sở có dịch vụ lưu trú homestay.

*Bảng 3: Các điểm du lịch cộng đồng theo mô hình nhà vườn ở huyện Phong Điền*

STT	Điểm du lịch	Loại hình	Lưu trú
1	Làng du lịch Mỹ Khánh	Vườn du lịch	homestay
2	Vườn du lịch Mùoi Cương	Vườn - homestay	homestay
3	Vườn du lịch Hoàng Anh	Vườn du lịch	
4	Vườn du lịch Mỹ Thuận	Vườn - homestay	homestay
5	HTX du lịch Mỹ Long	Vườn - homestay	homestay
6	Vườn trái cây Vàm Xáng	Vườn du lịch	
7	Vườn trái cây Giáo Dương	Vườn du lịch	homestay
8	Khu du lịch Lung Cột Cầu	Vườn - homestay	homestay
9	Vườn du lịch Vũ Bình	Vườn du lịch	
10	Vườn trái cây Út Dzách	Vườn du lịch	

*Nguồn: Tổng hợp từ khảo sát thực tế, 2018*

Điểm du lịch cộng đồng hình thành sớm nhất và thành công nhất ở huyện Phong Điền là Làng du lịch Mỹ Khánh do hộ ông Lê Văn Sang bắt tay làm du lịch từ mảnh vườn nhà có diện tích 3ha từ năm 1999. Sau 20 năm nỗ lực cố gắng, không ngừng học hỏi và nhận được sự ủng hộ, giúp đỡ của các cấp lãnh đạo địa phương và các cá nhân đơn vị có liên quan, Làng Du lịch Mỹ Khánh đã trở thành một trong những điểm tham quan du lịch lớn và tiêu biểu của Cần Thơ và ĐBSCL có quy mô trên 20 ha, sản phẩm du lịch ngày càng đa dạng như: tham quan vườn với hàng chục loại cây trái, hoa kiểng; thưởng thức trái cây, mua trái cây làm quà; tham quan nhà cổ và tham gia nhiều hoạt động vui chơi giải trí dân gian như đờn ca tài tử, đua heo, đua chó, câu cá, thưởng thức món ăn Nam Bộ,...

Các điểm vườn du lịch như Hoàng Anh, Mỹ Thuận, Ba Xinh, Vàm Xáng, Giáo Dương, Vũ Bình, Út Dzách,... có lượng khách đến tham quan rất đông, nhất là khách nước ngoài bởi gia chủ biết giữ gìn và chăm chút cho phong cảnh làng quê cùng với sự chân thành, mến khách của người dân Nam Bộ. Tại các nhà vườn, du khách được trải nghiệm cách chế biến các món ăn

truyền thống Nam Bộ như: bánh xèo, cá tai tượng chiên xù, cá lóc nướng trui,... hoặc tham gia vào các sinh hoạt thường ngày của gia chủ và người dân địa phương với những tình cảm chân thành, mến khách của người dân. Đây là điều làm cho khách cảm thấy rất quyến luyến lúc chia tay.

Du khách cũng rất thích thú với điểm du lịch homestay Mươi Cường do ngôi nhà của gia đình ông vẫn giữ kiến trúc kiểu truyền thống Nam Bộ xưa: gian nhà thờ tổ tiên, gian để ở và gian bếp tách riêng, có hàng rào dâm bụt trước ngõ được tía tốt cẩn thận, khuôn viên rộng thoáng đàng, những luống hoa được trồng ngay hàng thẳng lối luôn khoe sắc, tỏa hương. Du khách được tận hưởng không khí trong lành của những vườn cây trái ven sông, hòa mình cùng nếp sống của người dân miệt vườn sông nước, tham gia vào đời sống sinh hoạt cùng người dân theo mô hình homestay. Ngoài ra, du khách có dịp trải nghiệm quy trình sản xuất cao thủ công truyền thống hoặc được gia chủ chỉ dẫn làm các món ăn dân gian Nam Bộ. Tại đây, du khách còn được quây quần bên bữa cơm gia đình trong không khí ấm cúng, thân thiện, mộc mạc.

Ở Vườn trái cây Vàm Xáng, khách còn được trải nghiệm hoạt động bán hàng tại chợ nổi Phong Điền với chương trình tour “Một ngày làm thương hồ”. Du khách mua của chủ vườn một số loại trái cây trong vườn, vận chuyển trái cây xuống ghe đi chợ nổi Phong Điền để bán, chủ vườn sẽ bán cho khách giá sỉ (giá bán buôn). Tại chợ nổi du khách được sự hướng dẫn của gia chủ để hòa mình vào không khí mua bán của người dân (thương hồ), trải nghiệm cảm giác của những thương hồ thực sự; chiêm ngưỡng nét đẹp của chợ nổi, ăn sáng tại chợ nổi. Quý khách tự thương lượng giá bán cho các sản phẩm của mình để có lãi. Sau khi mua bán tại chợ xong, du khách đi tham quan chợ quê trên bờ và mua đồ về chuẩn bị cơm trưa cùng gia chủ.

Trong những năm gần đây, các hộ dân ở cồn Sơn (phường Bùi Hữu Nghĩa, quận Bình Thủy) bắt tay vào làm du lịch cộng đồng với những thành công đáng kể. Mặc dù người dân cồn Sơn mới chỉ bắt đầu làm du lịch từ năm 2015, nhưng với thế mạnh từ những vườn cây trĩu quả, ao cá, bến sông, cùng với nếp sống đôn hậu, thân thiện của người dân miền Tây sông nước, lượng du khách đến cồn Sơn ngày càng tăng. Hiện nay, ở cồn Sơn có 16 hộ dân tham gia làm du lịch cộng đồng theo mô hình nhà vườn du lịch. Ngoài ra còn có các hộ dân làm dịch vụ chèo đò chuyên chở khách, nuôi cá bè phục vụ khách tham quan và bán đặc sản chế biến từ thủy sản.

*Bảng 4: Các nhà vườn du lịch ở cồn Sơn (quận Bình Thủy)*

STT	Điểm du lịch	Loại hình	Lưu trú
1	Nhà vườn Hữu Tính	Vườn du lịch	homestay
2	Nhà vườn Thành Đạt	Vườn nhãn, bánh xèo	homestay
3	Nhà vườn Ngọc Phát	Vườn nhãn, bưởi, chôm chôm	
4	Nhà vườn Thành Tâm	Vườn ổi, tát mương	homestay
5	Nhà vườn Cô Ba	Vườn bưởi, thanh long, tát mương	homestay
6	Nhà vườn Cô Út	Vườn ổi, ăn uống	
7	Nhà vườn Sáu Cứng	Vườn vú sữa	homestay
8	Nhà vườn Công Minh	Vườn nhãn, bánh dân gian	homestay
9	Nhà vườn Sáu Cảnh	Vườn nhãn, ăn uống, bánh dân gian	
10	Nhà vườn Song Khánh	Vườn chôm chôm, ăn uống, bánh dân gian	homestay

STT	Điểm du lịch	Loại hình	Lưu trú
11	Nhà vườn Quốc Thịnh	Vườn chôm chôm, ăn uống	
12	Nhà vườn Phương My	Vườn bưởi, ăn uống	
13	Nhà vườn Tín Hòa	Vườn nhãn, cá lóc bay	
14	Nhà vườn Sáu Hồ	Vườn măng cầu, ăn uống	homestay
15	Nhà vườn Chị Nhàn	Vườn du lịch, ăn uống	
16	Nhà vườn Chín Nhỏ	Vườn du lịch, ăn uống	

*Nguồn: Tổng hợp từ khảo sát thực tế, 2018*

Tính cộng đồng trong du lịch là một điểm mạnh ở cồn Sơn, các hộ dân ở đây biết phối hợp nhau để cung cấp dịch vụ vừa tạo sự đa dạng cho khách du lịch, vừa phát huy được sở trường của mỗi hộ gia đình. Tiêu biểu như sản phẩm du lịch “mâm cơm cộng đồng” do các gia đình đóng góp một món ăn trên mâm cơm phục vụ du khách như: gỏi gà xé bưởi Sáu Cảnh, bánh xèo Tám Điền, lẩu cua đồng Năm Phước, cá thác lác rút xương Bảy Bon... Nhờ vậy, “mâm cơm cộng đồng” ngày càng nhiều món, đa sắc, đa vị, đậm đà tình làng nghĩa xóm.

Mô hình hợp tác làm du lịch cộng đồng đã giúp các nông hộ phát huy điểm mạnh của gia đình mình, tạo ra nguồn thu khá đồng đều. Những hộ có vườn cây, bè cá kết hợp vào tour tham quan trải nghiệm, các nghệ nhân khéo tay làm bánh dân gian phục vụ du khách, hộ nào không có vườn rau, ao cá vẫn có thể tham gia vào chuỗi cung ứng sản phẩm bằng cách góp sức lao động, phục vụ... Đặc biệt sản phẩm du lịch độc đáo “cá lóc bay” của hộ anh Lê Văn Tín (Nhà vườn Tín Hòa) đã trở thành “thương hiệu du lịch” của TP. Cần Thơ, thu hút ngày càng nhiều khách du lịch trong nước và quốc tế.

Một số hộ dân ở cù lao Tân Lộc (quận Thốt Nốt) cũng tìm tòi làm du lịch và đạt được những thành công bước đầu dựa trên thế mạnh của một cù lao xanh tươi, trù phú với nhiều loại trái cây tươi ngon, với nhiều nhà cổ và các khu nuôi thủy sản quy mô lớn,... Đến các nhà vườn ở Tân Lộc, ngoài những hoạt động chung phổ biến của loại hình du lịch miệt vườn như: tham quan vườn, thưởng thức trái cây, nằm võng nghỉ ngơi, thưởng thức các món ăn miệt vườn, mỗi điểm vườn cũng tạo được những sản phẩm du lịch riêng để tạo ra sự độc đáo, hấp dẫn, tăng sức cạnh tranh trong du lịch. Ví dụ: Vườn du lịch Sơn Ca (Vườn mận Sáu Tia) có đặc sản “rượu mận Sáu Tia”. Vườn dừa Cô Kiều có dịch vụ bơi xuồng ba lá theo các con mương trong vườn và trải nghiệm công việc của một nhà vườn từ chăm bón, tưới tiêu đến trèo hái dừa và thưởng thức thành quả lao động là những trái dừa thơm, ngọt. Vườn ổi Cô Diệp có món rượu ổi thơm ngon cùng với những món ăn chế biến từ ổi như: ổi chiên giòn, gỏi ổi trộn khô mực. Vườn nho thân gỗ Thầy Thống có loài nho độc đáo: thân giống cây ổi, còn trái giống trái sung được gọi là “nho thân gỗ” do ông tự tay nhân giống phân ly từ hạt cây nho ở vùng đất Nam Mỹ mà thành. Ngoài ra, trong vườn của thầy Thống còn một bộ sưu tập nhiều loài cây quý hiếm trên khắp thế giới thu hút ngày càng nhiều khách đến tham quan du lịch.

Mặc dù mô hình chung về du lịch cộng đồng tại các địa bàn ở Cần Thơ đều nhà vườn du lịch nhưng mỗi địa bàn lại có nét riêng gắn với những giá trị văn hóa của cộng đồng tại từng địa bàn. Ngoài ra, các hộ dân đã biết tìm tòi, sáng tạo để phát triển thành các sản phẩm du lịch độc đáo để nâng cao sức cạnh tranh, tăng sức thu hút khách du lịch.

### 3.3. Bài học vận dụng để phát triển du lịch cộng đồng huyện Lâm Bình

Từ thực tiễn phát triển du lịch cộng đồng ở TP. Cần Thơ, có thể rút ra một số bài học để vận dụng cho huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang như sau:

#### 3.3.1. Nâng cao nhận thức về du lịch

Để đẩy mạnh phát triển du lịch cộng đồng thì vấn đề nâng cao nhận thức về du lịch cho các cấp lãnh đạo, quản lý, các tổ chức xã hội, các doanh nghiệp và người dân trong cộng đồng là rất cần thiết. Nhằm làm cho cán bộ và nhân dân trên địa bàn nhận thức đúng đắn về tiềm năng, lợi thế du lịch của địa phương và vai trò trách nhiệm của mỗi người đối với việc phát triển du lịch. Từ đó có những hành động thiết thực từ việc giữ gìn vệ sinh môi trường, thân thiện niềm nở với khách du lịch, đến việc hình thành ý tưởng kinh doanh và đầu tư phát triển du lịch,...

#### 3.3.2. Phát triển hạ tầng và cơ sở vật chất - kỹ thuật phục vụ du lịch

Để thu hút khách du lịch đến với các địa bàn trong tỉnh và trong huyện, cần tăng cường đầu tư phát triển các công trình kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất - kỹ thuật phục vụ du lịch như đường giao thông, bãi đậu xe, khu vệ sinh công cộng, khu mua sắm, khu vui chơi giải trí, điểm dừng chân và mua bán đặc sản địa phương...

Việc đầu tư phát triển các công trình hạ tầng và cơ sở vật chất - kỹ thuật này cần có trọng tâm, trọng điểm, tránh dàn trải, hình thức. Cần ưu tiên phát triển các công trình tạo điểm nhấn để thu hút khách du lịch đến với địa phương; thông qua đó mở rộng đến các công trình phục vụ du lịch khác.

#### 3.3.3. Phát triển sản phẩm du lịch kết hợp xây dựng thương hiệu điểm đến

Sản phẩm du lịch là yếu tố quyết định năng lực cạnh tranh, sức hấp dẫn và hiệu quả hoạt động kinh doanh du lịch. Vì vậy, vấn đề phát triển sản phẩm du lịch có ý nghĩa rất quan trọng, phải tạo ra được những sản phẩm du lịch đặc thù có tính độc đáo, khác biệt để nâng cao tính cạnh tranh. Thông qua đó để xây dựng thương hiệu điểm đến du lịch cho địa phương. Đặc biệt, cần phát triển các loại hình sản phẩm du lịch đặc thù dựa trên các thế mạnh về du lịch văn hóa - lịch sử - tâm linh kết hợp du lịch sinh thái và những đặc trưng văn hóa bản địa như: tham quan di tích lịch sử văn hóa và thắng cảnh thiên nhiên, tìm hiểu và trải nghiệm văn hóa bản địa, thưởng thức và mua sắm đặc sản địa phương,...

#### 3.3.4. Phát triển nguồn nhân lực du lịch

Con người là nhân tố quyết định đối với sự phát triển du lịch. Vì vậy, vấn đề phát triển nguồn nhân lực du lịch có ý nghĩa rất quan trọng trong phát triển du lịch nói chung, du lịch cộng đồng nói riêng. Do người dân địa phương chưa có kiến thức và kỹ năng du lịch nên cần tuyên truyền vận động người dân và tổ chức các lớp tập huấn để người dân biết làm du lịch một cách bài bản. Ngoài ra, cần tổ chức các lớp ngoại ngữ để nâng cao năng lực ngoại ngữ cho những người làm du lịch. Đồng thời, cần có biện pháp huy động học sinh trung học phổ thông có khả năng ngoại ngữ tốt trên địa bàn để tham gia hướng dẫn du khách nước ngoài đến địa phương,...

#### 3.3.5. Tăng cường thông tin, quảng bá, tiếp thị du lịch

Để thu hút nguồn khách đến với địa phương thì nguồn thông tin và các hoạt động quảng bá, tiếp thị là rất quan trọng. Trong thời đại ngày nay, hệ thống thông tin trực tuyến ngày càng mở rộng và phát triển. Đây cũng là cơ hội tốt để đưa thông tin về các địa bàn du lịch ở địa phương lên mạng toàn cầu. Đồng thời, cần tăng cường kết nối với các công ty du lịch lữ hành;

đẩy mạnh quảng bá tiếp thị du lịch qua các phương tiện thông tin đại chúng như báo chí, đài phát thanh - truyền hình, bảng quảng cáo, ấn phẩm du lịch,... Ngoài ra, có thể phối hợp giữa cấp tỉnh và cấp huyện để tổ chức các cuộc thi sáng tác ảnh, phim video để gây chú ý của du luận và thu hút khách du lịch đến với địa phương.

### 3.3.6. Có cơ chế, chính sách khuyến khích phát triển du lịch cộng đồng

Để phát triển du lịch cộng đồng, cần khuyến khích người dân đầu tư phát triển du lịch như làm homestay, vườn du lịch, sản xuất hàng lưu niệm, đặc sản địa phương,... Đồng thời, cần xây dựng quy chế hoạt động trong mô hình du lịch cộng đồng, xây dựng cơ chế phối hợp và chia sẻ lợi ích giữa các bên liên quan như: chính quyền địa phương, doanh nghiệp du lịch, chuyên gia tư vấn đối với cộng đồng làm du lịch để đảm bảo phát triển du lịch cộng đồng bền vững.

### 3.3.7. Tăng cường liên kết, phát triển các tuyến điểm du lịch

Cần chú trọng hợp tác, liên kết giữa các điểm du lịch ở địa phương với các địa bàn du lịch khác để hình thành hệ thống các tuyến điểm du lịch, góp phần đa dạng các sản phẩm du lịch, tăng cường thu hút khách du lịch. Đồng thời, cần liên kết với các công ty lữ hành để đưa du khách từ các trung tâm nguồn khách đến địa phương. Kinh nghiệm thực tế cho thấy, nếu phát huy tốt khả năng liên kết, phối hợp với các địa bàn lân cận, xây dựng các chương trình du lịch về nguồn, du lịch sinh thái khám phá thiên nhiên, du lịch văn hóa dân tộc,... thì bức tranh du lịch địa phương sẽ ngày càng khởi sắc.

### 3.3.8. Bảo vệ tài nguyên và môi trường du lịch

Cần chú trọng bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch thông qua các biện pháp như: Xây dựng hệ thống thu gom, xử lý chất thải, phòng tránh nguy cơ ô nhiễm môi trường; Tuyên truyền vận động người dân dọn dẹp vệ sinh nhà cửa, ngõ xóm, để tạo ra sự phong quang, sạch sẽ; Tăng cường trồng cây xanh, hoa kiểng để tạo vẻ đẹp và sự hấp dẫn đối với khách du lịch; Ban hành các quy định về việc nuôi thả gia súc, gia cầm và thu gom xử lý chất thải chăn nuôi để bảo đảm vệ sinh môi trường; Xây dựng nếp sống văn hóa, bảo tồn và phát huy những giá trị văn hóa truyền thống của địa phương để góp phần phát triển du lịch cộng đồng; Chú trọng phát triển các sản phẩm sinh thái, sản phẩm hữu cơ, sản phẩm sạch, không có hóa chất và thuốc trừ sâu; Nâng cao ý thức bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch cho du khách và cộng đồng dân cư địa phương.

## 4. KẾT LUẬN

Với những thế mạnh như: cảnh quan sông nước miệt vườn đặc sắc, kết cấu hạ tầng phát triển và với vị thế trung tâm vùng ĐBSCL, thành phố Cần Thơ có tiềm năng rất to lớn để phát triển du lịch nói chung, du lịch cộng đồng nói riêng.

Tuy nhiên, trên thực tế việc phát triển du lịch cộng đồng ở thành phố Cần Thơ cũng còn nhiều khó khăn và thách thức như: vốn kiến thức và kỹ năng du lịch của người dân còn rất hạn chế, đường sá giao thông và cơ sở hạ tầng tại các địa bàn du lịch cộng đồng còn nhiều khó khăn, thiếu các chính sách khuyến khích phát triển du lịch cộng đồng,...

Vì vậy, để tạo điều kiện cho việc hình thành và phát triển du lịch cộng đồng rất cần có sự quan tâm, hỗ trợ của chính quyền, các cơ quan chuyên môn và đoàn thể các cấp để cùng chung tay phát triển du lịch cộng đồng nhằm nâng cao thu nhập, cải thiện đời sống cho người dân, góp phần phát triển kinh tế - xã hội, bảo tồn và phát huy những giá trị văn hóa truyền thống của địa phương.

Từ thực tiễn phát triển du lịch cộng đồng ở TP. Cần Thơ có thể rút ra những bài học bước đầu để vận dụng cho các địa phương khác, trong đó có địa bàn huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang nhằm khắc thác tốt các tiềm năng, thế mạnh của địa phương để phát triển du lịch cộng đồng, góp phần nâng cao đời sống của người dân địa phương và đẩy mạnh phong trào xây dựng nông thôn mới.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Cát Đăng (2017), Đình Tân Lộc Đông đón nhận Bằng xếp hạng Di tích lịch sử - văn hóa cấp Thành phố. Truy cập tại địa chỉ <https://baocantho.com.vn/dinh-tan-loc-dong-don-nhan-bang-xep-hang-di-tich-lich-su-van-hoa-cap-thanh-pho-a87929.html>
2. Lê Hùng, 2019. Phát triển du lịch ĐBSCL và Cần Thơ thích ứng với BĐKH. Truy cập tại địa chỉ <https://baotainguyenmoitruong.vn/kinh-te/phan-tien-du-lich-dbscl-va-can-tho-thich-ung-voi-bdkh-1266827.html>.
3. Nguyễn Văn Thanh (2005): "Đào tạo du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái với bảo vệ môi trường". Tạp chí Du lịch Việt Nam, số 11/2005.
4. Quốc hội, 2017. Luật Du lịch Việt Nam 2017 (Luật số 09/2017/QH14) được Quốc hội khóa 14, kỳ họp thứ 3 thông qua ngày 19/6/2017.
5. Võ Quế (chủ biên), 2006. Du lịch cộng đồng - lý thuyết và vận dụng. NXB Khoa học và Kỹ thuật, Hà Nội.
6. UBND TP. Cần Thơ, 2015. Quyết định số 1358/QĐ-UBND ngày 12/5/2015 về việc phê duyệt "Điều chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển du lịch thành phố Cần Thơ đến năm 2020, định hướng đến 2030". Truy cập tại địa chỉ <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Quyết-dinh-1358-QĐ-UBND-2015-Quy-hoach-phan-tien-du-lich-2020-2030-Can-Tho-274074.aspx>.

## COMMUNITY TOURISM IN CANTHO CITY - POTENTIALS, REALITIES, SOLUTIONS

**Dao Ngoc Canh**  
*Can Tho University*

### Abstract

Community tourism, also called community-based tourism, is a form of organizing tourism activities based on the participation of local communities to exploit the beauty of natural landscapes and traditional cultural values of the locality. Since then, the community based tourism has brought a source of income for the people, contributing to protecting the environment and promoting the traditional cultural values of the locality.

This article analyzes the potentials and realities of community tourism development in Cantho City. Since then, propose orientations for developing community tourism models in Cantho City, contributing to making tourism a key industry of Cantho City.

### Keywords

Community tourism, tourism potential, community culture, Cantho city.

## PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI Ở TUYÊN QUANG

Ngô Văn Hà

*Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng*

### Tóm tắt

Tuyên Quang là tỉnh hội tụ đủ các thế mạnh để phát triển du lịch sinh thái. Nơi đây được thiên nhiên ban tặng nhiều cảnh đẹp nên thơ, rừng núi yên bình, không khí trong lành; có nhiều di tích lịch sử cách mạng; là nơi hội tụ, giao thoa văn hóa của các dân tộc thiểu số với nhiều lễ hội đặc sắc mang tính bản địa. Điều đó đã đưa Tuyên Quang trở thành điểm du lịch sinh thái hấp dẫn đối với du khách trong và ngoài nước. Những năm gần đây, Tuyên Quang đặc biệt quan tâm đến phát triển kinh tế du lịch nói chung và du lịch sinh thái nói riêng để khai thác hiệu quả lợi thế về điều kiện tự nhiên, sinh thái, truyền thống văn hóa và lịch sử.

Tuy đạt được những kết quả quan trọng, nhưng du lịch sinh thái của Tuyên Quang vẫn chưa khai thác hết tiềm năng và lợi thế của nó. Bài viết phân tích và đánh giá tiềm năng phát triển du lịch sinh thái ở Tuyên Quang, đề xuất những giải pháp đưa du lịch sinh thái nơi đây phát triển bền vững trong thời gian tới.

### Từ khóa

Du lịch sinh thái, phát triển bền vững, Tuyên Quang - Việt Nam.

### 1. MỘT SỐ VẤN ĐỀ CHUNG VỀ DU LỊCH SINH THÁI

Du lịch sinh thái là loại hình du lịch dựa vào thiên nhiên và văn hóa bản địa gắn với giáo dục môi trường, có đóng góp cho nỗ lực bảo tồn và phát triển bền vững với sự tham gia tích cực của cộng đồng địa phương (dẫn theo Lê Huy Bá, 2004, tr: 82). Như vậy, du lịch sinh thái phải đem lại hiệu quả về kinh tế, bảo vệ thiên nhiên - môi trường, trách nhiệm với xã hội và cộng đồng. Ở đây có sự kết hợp giữa phát triển du lịch, bảo vệ môi trường tự nhiên và bảo vệ quyền lợi của cộng đồng địa phương. Các nhân tố trên gắn bó chặt chẽ tác động với nhau, nếu chỉ phát triển du lịch không thì không phải là sự phát triển bền vững.

Du lịch phát triển bền vững cần phải dựa vào thị trường thế giới về những điểm du lịch mới, các sản phẩm du lịch ngày càng gia tăng, coi trọng việc bảo tồn tài nguyên thiên nhiên. Du lịch sinh thái bảo vệ tài nguyên một cách bền vững là bao gồm cả tài nguyên thiên nhiên, xã hội, văn hóa. Du lịch sinh thái phải giảm tiêu thụ, giảm chất thải để nâng cao chất lượng môi trường; duy trì tính đa dạng về tự nhiên, văn hóa; phải đặt dưới sự chỉ đạo của hoạt động toàn ngành Du lịch, gắn với quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của vùng, phải đạt các mục tiêu về bảo vệ sinh thái - môi trường, tăng tính thẩm mỹ, phát triển kinh tế, đảm bảo về an ninh quốc phòng, trật tự an toàn xã hội, giữ gìn được văn hóa bản địa. Trong quy hoạch du lịch sinh thái, cần phải gắn kết việc giữ gìn và tôn tạo các truyền thống văn hóa đặc trưng của địa phương, bảo tồn được môi trường nhân văn trong sạch, đồng thời khai thác tốt các di sản văn hóa có giá trị phục vụ cho du lịch. Có như vậy, mới bảo tồn các giá trị của tự nhiên, các giá trị của đa dạng sinh học, giải quyết các mối quan hệ về môi trường, kinh tế - xã hội.



Phát triển các hình thức du lịch sinh thái có sự tham gia của cộng đồng địa phương sẽ đáp ứng tốt công tác quản lý bảo vệ rừng, tạo điều kiện cho người dân địa phương có cơ hội tham quan giải trí, giải quyết công ăn việc làm cho người dân địa phương, từng bước ổn định đời sống của họ, giảm áp lực vào rừng để khai thác trái phép gỗ, do đó cần lồng ghép các chiến lược phát triển du lịch của địa phương với chiến lược phát triển du lịch quốc gia để thu hút sự tham gia của cộng đồng địa phương tham gia vào hoạt động du lịch.

Ở Việt Nam có các loại hình du lịch sinh thái: Du lịch dã ngoại, tham quan, giải trí, nghỉ ngơi, tĩnh dưỡng; du lịch tìm hiểu, nghiên cứu theo chuyên đề sinh thái, lịch sử, khảo cổ, văn hóa; du lịch hội nghị, hội thảo; du lịch về thăm chiến trường xưa; du lịch sinh thái núi đá, rạn san hô (xem thêm Lê Huy Bá, 2004, tr: 165). Tùy theo khu du lịch mà tổ chức hướng dẫn, giới thiệu các loại hình du lịch sinh thái phù hợp như: Tham quan, nghiên cứu các hệ sinh thái đặc thù, điển hình và các loài thú quý hiếm; tham quan, nghiên cứu về khảo cổ, văn hóa; giải trí, nghỉ ngơi, tĩnh dưỡng, hội họp; du lịch mạo hiểm trong rừng; tìm hiểu các phong tục tập quán của các dân tộc ít người; tìm hiểu về các chiến công lịch sử của dân tộc; du lịch ngắn ngày, dài ngày.

## 2. TIỀM NĂNG VÀ TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI Ở TUYẾN QUANG

### 2.1. Tiềm năng phát triển du lịch sinh thái của Tuyên Quang

Tuyên Quang là tỉnh hội tụ đủ các thế mạnh để phát triển du lịch nói chung và du lịch sinh thái nói riêng. Nơi đây được thiên nhiên ban tặng nhiều cảnh đẹp hùng vĩ, nên thơ có hơn 500 di tích lịch sử, văn hóa với nhiều lễ hội đặc sắc, những truyền thuyết, những làn điệu dân ca thấm đượm tình người.

Đến Tuyên Quang, du khách sẽ được thăm Khu di tích lịch sử quốc gia đặc biệt Tân Trào có quy mô hơn 3.100ha, với 177 di tích, trong đó 40 di tích đã được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cấp bằng công nhận Di tích lịch sử quốc gia; 30 di tích được cấp bằng di tích lịch sử cấp tỉnh. Nhiều di tích lịch sử của Tân Trào nằm giữa những cánh rừng đại ngàn hùng vĩ rất thuận lợi cho phát triển loại hình du lịch sinh thái tìm lại chiến trường xưa, tìm hiểu chiến công lịch sử.

Tuyên Quang có nhiều danh thắng nổi tiếng như: Động Tiên, Thác Lăn, đền Thác Cái (xã Yên Phú); đền Bắc Mực, đình Thác Cắm (thị trấn Tân Yên), rừng đặc dụng Chạm Chu (xã Minh Hương). Nà Hang có vùng núi đá vôi trải dọc sông Gâm và sông Năng tạo nên bức tranh thiên nhiên hùng vĩ. Khu bảo tồn thiên nhiên Tát Kè - Bản Bung diện tích 37.000ha với hàng nghìn loài thực vật, động vật quý hiếm, trong đó có loài voọc mũi hếch được ghi trong sách đỏ thế giới. Tuyên Quang có suối khoáng Mỹ Lâm ở vùng rừng núi yên bình, không khí trong lành, có nguồn nước khoáng thiên nhiên được các nhà địa chất học người Pháp phát hiện từ năm 1923, nóng tới 69°C được lấy trực tiếp từ mạch nước sâu hơn 150m, chứa nhiều nguyên tố vi lượng có tác dụng phục hồi sức khỏe và chữa rất tốt các bệnh về cơ, khớp, xương... Tiềm năng trên rất thuận lợi cho phát triển du lịch sinh thái khám phá tự nhiên, nghỉ ngơi, tĩnh dưỡng.

Tuyên Quang có nhiều lễ hội thể hiện bản sắc văn hóa bản địa. Theo thống kê, trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang hiện có hơn 70 đền, chùa với nhiều lễ hội truyền thống độc đáo, hấp dẫn như: Lễ hội đền Hạ, đền Thượng, đền Ý La, đặc biệt là lễ hội thành Tuyên được tổ chức vào dịp Trung thu hằng năm.

Tuyên Quang đang duy trì và phục dựng các lễ hội truyền thống như Lễ hội Cầu mùa, Lễ hội Lồng tồng dân tộc Tày, Lễ hội chọi Trâu, Lễ hội Động Tiên, Lễ hội chùa Hương Nghiêm,

Hội đua thuyền trên sông Lô, Lễ hội Giếng Tanh, Lễ hội đình Minh Cầm, Lễ hội Nhảy lửa. Tuyên Quang đã có 7 di sản được công nhận là di sản văn hóa phi vật thể quốc gia, đó là Lễ hội Lồng tồng, nghi lễ Then của người Tày, hát Páo dung, nghi lễ Cấp sắc của dân tộc Dao, hát Soọng cô; kéo co truyền thống, hát Sinh Ca của dân tộc Cao Lan, trong đó di sản Then đang hoàn thiện Hồ sơ quốc gia di sản Then đề xuất UNESCO ghi danh vào danh sách di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại.

Gắn liền với những cảnh thiên nhiên hùng vĩ, thơ mộng, nhiều di tích lịch sử cách mạng, Tuyên Quang còn có nhiều đặc sản nổi tiếng như: cam sành Hàm Yên; vịt, gạo Minh Hương; mật ong Cao Đường (Yên Thuận), nhiều món ăn dân tộc, đặc sản nổi tiếng như xôi ngũ sắc, mắm cá ruộng, rượu nếp cái hoa vàng, bánh gai, thịt lợn chua, thịt trâu khô và các loại cá nuôi trên lòng hồ Nà Hang - Lâm Bình.

Tuyên Quang còn có tiềm năng về khoáng sản, lâm thổ sản. Rừng nguyên sinh có nhiều loại động, thực vật quý hiếm (Vũ Thế Bình, 2012, tr: 313), hội tụ các điều kiện để phát triển du lịch sinh thái.

## 2.2. Tình hình phát triển du lịch sinh thái ở Tuyên Quang

Với những tiềm năng, thế mạnh như trên, trong những năm gần đây, Tuyên Quang đặc biệt quan tâm đến phát triển kinh tế du lịch, đưa du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng, góp phần tạo việc làm, khai thác có hiệu quả lợi thế về điều kiện tự nhiên, sinh thái, truyền thống văn hóa và lịch sử. Các điểm du lịch hoạt động hiệu quả là:

Du lịch lịch sử văn hóa và sinh thái Tân Trào và vùng phụ cận gồm các di tích lịch sử cách mạng - Thủ đô khu giải phóng, Thủ đô kháng chiến.

Du lịch lịch sử văn hóa và sinh thái Chiêm Hóa gồm di tích lịch sử Kim Bình và hệ thống di tích kháng chiến; chùa Bảo Ninh Sùng Phúc, đền Bách Thần, Lễ hội Lồng tồng; làng văn hóa dân tộc Tày (xã Tân An); danh thắng thác Bản Ba (xã Trung Hà).

Du lịch sinh thái Na Hang gồm hồ thủy điện Tuyên Quang; khu bảo tồn thiên nhiên Tát Kê - Bản Bung.

Du lịch lịch sử văn hóa, sinh thái Lâm Bình gồm thắng cảnh Thượng Lâm hệ thống núi đá, hang động - công viên địa chất Việt Nam; khám phá các làng văn hóa dân tộc Tày, Dao, Mông và các di chỉ khảo cổ.

Du lịch sinh thái Hàm Yên gồm : Động Tiên, rừng Chạm Chu, đền Thác Cái, du lịch sinh thái nhà vườn.

Du lịch lịch sử văn hóa - nghỉ dưỡng Yên Sơn gồm : di tích lịch sử cách mạng Lào - Làng Ngòi, Đá Bàn (xã Mỹ Bằng); chùa Phật Lâm; nghỉ dưỡng suối khoáng Mỹ Lâm, các làng văn hóa dân tộc Cao Lan.

Du lịch trung tâm gồm di tích lịch sử văn hóa - kiến trúc nghệ thuật (đền, chùa...) thắng cảnh Núi Dùm; di tích thành cổ Tuyên Quang; du thuyền sông Lô; hội thảo, hội nghị, mua sắm, tham quan Bảo tàng tỉnh; nghỉ dưỡng nước khoáng nóng Mỹ Lâm.

Tuyên Quang rất chú trọng phát triển du lịch sinh thái với loại hình tìm hiểu văn hóa truyền thống, phát triển du lịch cộng đồng (homestay). Đến nay, Tuyên Quang có điểm du lịch cộng đồng Tân Lập (xã Tân Trào, huyện Sơn Dương); 4 điểm du lịch cộng đồng tại huyện Lâm

Bình là thôn Nà Tông, thôn Nà Đông (xã Thượng Lâm), thôn Nà Muông (xã Khuôn Hà) và thôn Nặm Đíp (xã Lăng Can) (Dương Châu, cập nhật ngày 9/6/2018). Các làng văn hóa du lịch đều có điểm chung là có đông đồng bào dân tộc sinh sống với những mái nhà sàn được tu sửa khang trang hơn nhưng vẫn giữ vẻ đẹp truyền thống, phong tục, tập quán được bảo tồn. Tại đây, du khách được tham gia, tìm hiểu, học hỏi, trải nghiệm một số hoạt động của người dân bản địa. Việc xây dựng các làng văn hóa du lịch cộng đồng, trong đó điểm nhấn là loại hình du lịch homestay đã được quy hoạch, xây dựng, tạo thành dịch vụ du lịch, thu hút đông đảo du khách thập phương, mang lại nguồn thu cho địa phương, nhất là cho người dân bản địa.

Trong quá trình phát triển, Tuyên Quang đã có sản phẩm du lịch đặc thù, độc đáo, hấp dẫn như: Lễ hội đền Hạ, đền Thượng, đền Ý La - một lễ hội có truyền thống hơn 300 năm đã được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch công nhận là Di sản văn hóa phi vật thể quốc gia vào đầu năm 2016. Sản phẩm du lịch cách mạng với thương hiệu Thủ đô khu giải phóng - Thủ đô kháng chiến tại Khu di tích quốc gia đặc biệt Tân Trào (Sơn Dương), di tích quốc gia đặc biệt Kim Bình (Chiêm Hóa), khu di tích quốc gia Cách mạng Lào tại thôn Làng Ngòi - Đá Bàn (Yên Sơn).

Đặc biệt, lễ hội thành Tuyên - lễ hội xác lập được Kỷ lục Guinness Việt Nam có mâm cỗ Trung thu lớn nhất và nhiều mô hình đèn trung thu độc đáo, hấp dẫn, lớn nhất Việt Nam. Lễ hội Thành Tuyên đang phấn đấu trở thành sản phẩm du lịch mang tầm thương hiệu quốc gia và quốc tế.

Như vậy, các sản phẩm du lịch sinh thái của tỉnh Tuyên Quang đã được phát triển theo hướng đa dạng, độc đáo và hấp dẫn, từ sản phẩm du lịch tâm linh, lễ hội; du lịch văn hóa lịch sử đến du lịch cộng đồng; du lịch sinh thái; du lịch trải nghiệm, khám phá.

Để phát triển du lịch, Tuyên Quang cũng rất chú trọng đến điều kiện cơ sở vật chất phục vụ khách du lịch. Đến nay, trên địa bàn toàn tỉnh Tuyên Quang có 285 cơ sở kinh doanh lưu trú du lịch, trong đó đã có khách sạn lớn tương ứng với chuẩn 4 sao, gần 200 nhà hàng lớn, 7 chi nhánh, công ty lữ hành du lịch, hàng trăm doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch. Một số nhà đầu tư chiến lược bắt đầu thực hiện dự án phát triển du lịch, xây dựng cơ sở lưu trú đạt chất lượng cao như: Trung tâm thương mại, nhà phố thương mại Vincom shophouse, Dự án Vinpearl Tuyên Quang của Tập đoàn Vingroup; Khách sạn Mường Thanh Grand Tuyên Quang của Tập đoàn Mường Thanh; Dự án đầu tư vào khu du lịch sinh thái Na Hang, Lâm Bình và Dự án đường cao tốc kết nối Tuyên Quang với đường cao tốc Lào Cai - Nội Bài của Doanh nghiệp tư nhân xây dựng Xuân Trường.

Tuyên Quang đang triển khai Đề án “Xây dựng hệ thống du lịch thông minh tỉnh Tuyên Quang giai đoạn 2019-2020, tầm nhìn đến 2025” để ứng dụng công nghệ thông tin phát triển hệ sinh thái du lịch thông minh, phấn đấu toàn bộ các thông tin, cơ sở dữ liệu văn hóa du lịch sẽ được hình ảnh hóa, cung cấp toàn bộ các dữ kiện về thời gian, lịch sử, xếp hạng và thuyết minh bằng giọng nói, hình ảnh.

Nhờ đầu tư phát triển du lịch, những năm gần đây, lượng khách du lịch đến Tuyên Quang ngày càng tăng. Năm 2015, Tuyên Quang đón 1,309 triệu lượt khách, vượt hơn 30% so với mục tiêu của Nghị quyết Đại hội XV. Giai đoạn 2011-2015 đạt trên 4 triệu lượt khách, tăng 49% so với giai đoạn 2006-2010. Năm 2017, ngành Du lịch Tuyên Quang đón gần 1,6 triệu lượt du khách, đạt 105,3% kế hoạch, tăng 9,7%, doanh thu xã hội từ du lịch đạt hơn 1.343 tỷ đồng, đạt 105,8% kế hoạch, tăng 9,5% so với năm 2016 (Trần Thị Chung, cập nhật 6/2/2018). Năm 2018 đón hơn 1.700.000 lượt khách, đạt 105% kế hoạch năm, tổng thu từ khách du lịch là 1.556 tỷ

đồng, đạt 103%, tăng 12,8% so với năm 2017 (Lâm Sơn, cập nhật ngày 29/01/2019). Tổng thu từ hoạt động du lịch đã góp phần chuyển dịch mạnh cơ cấu kinh tế, tạo việc làm cho khoảng 13 nghìn lao động; cải thiện hạ tầng, thúc đẩy phát triển nông nghiệp, công nghiệp, thương mại và tạo động lực phát triển kinh tế - xã hội.

Bên cạnh những thành công, du lịch của Tuyên Quang có nhiều điểm hạn chế cần phải khắc phục:

Nhận thức của một bộ phận người dân về tầm quan trọng và ý nghĩa của phát triển du lịch còn hạn chế, ý thức trách nhiệm về bảo vệ môi trường sinh thái chưa cao, vẫn còn tình trạng xả thải rác, thực phẩm thừa làm mất vệ sinh, ô nhiễm môi trường; nạn lâm tặc khai thác gỗ quý, săn bắt trộm ở các rừng nguyên sinh nguyên đã làm nguy cơ cạn kiệt tài nguyên rừng; việc triển khai dự án của các tập đoàn lớn còn chậm, nên cơ sở vật chất, hạ tầng cơ sở phục vụ cho phát triển du lịch chưa đáp ứng được yêu cầu thực tế, có mặt còn lạc hậu.

Nguồn ngân sách nhà nước đầu tư phát triển du lịch còn hạn chế; mặc dù đã nhiều đổi mới nhưng cơ chế, môi trường thu hút đầu tư chưa thực sự thông thoáng, hấp dẫn các nhà đầu tư lớn vào kinh doanh du lịch; các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành, vận chuyển khách, cơ sở mua sắm du lịch trên địa bàn tỉnh vẫn còn ít; chưa có nhiều điểm vui chơi, giải trí cho khách du lịch; chất lượng dịch vụ các tuyến du lịch nội tỉnh còn thấp; các sản phẩm du lịch có thể mang nổi trội của Tuyên Quang chưa tạo dựng thương hiệu bền vững; công tác xúc tiến, quảng bá du lịch chưa mạnh mẽ, hiệu quả còn hạn chế; hoạt động du lịch còn nhỏ lẻ, đơn điệu, chưa thực sự chuyên nghiệp.

### **3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI Ở TUYÊN QUANG THỜI GIAN TỚI**

Quyết định phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang đến năm 2020, định hướng đến năm 2030 ngày 28 tháng 01 năm 2013 xác định rõ: Phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, có trọng tâm, trọng điểm; chú trọng phát triển theo chiều sâu, đảm bảo chất lượng và hiệu quả, khẳng định thương hiệu và khả năng cạnh tranh; phát triển du lịch bền vững, gắn chặt với bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa dân tộc; giữ gìn cảnh quan, bảo vệ môi trường; bảo đảm quốc phòng, an ninh, trật tự an toàn xã hội (UBND tỉnh Tuyên Quang, số 28/QĐ-UBND). Để thực hiện được các mục tiêu trên, Tuyên Quang cần thực hiện đồng bộ những giải pháp sau:

#### **3.1. Tăng cường đầu tư hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái**

Một số khu du lịch sinh thái ở nơi hẻo lánh, xa trung tâm, đi lại khó khăn, thiếu các điều kiện cơ sở vật chất, do vậy, cần cải tạo, nâng cấp các tuyến đường giao thông đến các khu du lịch; nâng cấp các khách sạn, nhà nghỉ, nhà hàng trang bị tiện nghi hiện đại để thu hút du khách; tổ chức tốt các tuyến vận tải khách công cộng đến các khu, điểm du lịch. Cụ thể là tập trung đầu tư nâng cấp và phát triển cơ sở hạ tầng khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm, khu du lịch sinh thái Na Hang, khu di tích quốc gia đặc biệt Tân Trào gắn với phát triển du lịch bảo tồn thiên nhiên Tát Kê - Bản Bung, khu du lịch rừng nguyên sinh Chạm Chu, khu di tích lịch sử Kim Bình, Kim Quan.

Cơ sở vật chất phục vụ du lịch là vốn rất lớn, do vậy cần kêu gọi nguồn vốn đầu tư trực tiếp (FDI); nguồn vốn hỗ trợ phát triển chính thức (ODA), đặc biệt là Ngân hàng Thế giới (WB), Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB) và nguồn tài trợ của Chính phủ Nhật Bản.

Thực hiện xã hội hóa để phát triển du lịch nhằm huy động vốn đầu tư của các tổ chức, cá nhân trong nước đầu tư vào cơ sở hạ tầng, cơ sở lưu trú. Thực hiện tốt việc này, chính quyền địa phương tạo điều kiện, cung cấp thông tin, có cơ chế, chính sách thông thoáng để các doanh nghiệp, các tổ chức, cá nhân đầu tư vào các cơ sở kinh doanh lưu trú, lữ hành, khu vui chơi giải trí theo quy hoạch phát triển du lịch.

### 3.2. Đào tạo nguồn nhân lực có chất lượng để phát triển du lịch sinh thái

Nguồn nhân lực có chất lượng đóng vai trò quyết định trực tiếp đến phát triển du lịch sinh thái, do vậy Tuyên Quang phải xây dựng lực lượng lao động ngành Du lịch đáp ứng yêu cầu về chất lượng, hợp lý về cơ cấu ngành nghề và trình độ đào tạo để đảm bảo tính chuyên nghiệp, đủ sức cạnh tranh, nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch. Để có nguồn nhân lực chất lượng phải có thời gian, nhưng trước mắt xây dựng cho được đội ngũ quản lý giỏi và hướng dẫn viên chuyên nghiệp. Bởi vì bất kỳ một hoạt động nào, cơ quan nào muốn đạt được kết quả tốt đều phải có một đội ngũ quản lý giỏi; và khi đến Tuyên Quang, du khách đều muốn biết thêm những điều mới lạ về mảnh đất, con người nơi đây là do người hướng dẫn viên du lịch giới thiệu. Đội ngũ quản lý giỏi là những người có tâm, có tầm, những nhà quản trị kinh doanh, chuyên gia hoạch định chiến lược, phối hợp tốt với các cơ quan liên quan để phát triển du lịch bền vững. Hướng dẫn viên du lịch cần tuyển chọn kỹ: hình thức dễ nhìn, ăn nói lưu loát, ứng xử tinh tế, khả năng giao tiếp tốt bằng tiếng Anh, hiểu biết về lịch sử, văn hóa, vùng đất, con người Tuyên Quang, nếu được người địa phương là tốt nhất.

Đào tạo nguồn nhân lực du lịch được tiến hành theo ba cấp độ chính: Đào tạo tập trung dài hạn trong các trường đại học (ở đây có vai trò của Trường Đại học Tân Trào); đào tạo ngắn hạn trong các trường, khách sạn hoặc các cơ sở kinh doanh du lịch; đào tạo cấp tốc do yêu cầu ngành Du lịch hoặc yêu cầu từng cơ sở kinh doanh du lịch. Để việc đào tạo có chất lượng tốt, các cơ sở đào tạo du lịch cần thiết kế nội dung, chương đào tạo chuyên ngành Du lịch thống nhất cả nước theo hướng chuẩn hóa, hiện đại hóa, tiếp cận trình độ tiên tiến của khu vực và mang nét đặc trưng của du lịch sinh thái của Tuyên Quang. Các cơ sở đào tạo phải qua kiểm định chất lượng. Ở trình độ đại học, các trường nên kiểm định bằng bộ tiêu chuẩn đảm bảo chất lượng chung của khu vực ASEAN (*ASEAN University Network - Quality Assurance*, viết tắt là AUN-QA). Bộ tiêu chuẩn của AUN-QA có 18 tiêu chuẩn với 74 tiêu chí, tập trung vào những lĩnh vực mà bất kỳ chương trình đào tạo nào cũng có như chuẩn đầu ra, khung chương trình, giảng viên và sinh viên, cơ sở vật chất, công tác đảm bảo chất lượng... Kiểm định theo chuẩn AUN giúp các trường biết chương trình đào tạo đã đạt đến cấp độ nào trên thang đánh giá của khu vực, phát hiện những hạn chế của chương trình đang đào tạo và khắc phục nó để xây dựng chương trình đào tạo theo hướng vươn tới các chuẩn mực quốc tế.

Thiết kế chương trình đào tạo theo hướng tăng thời lượng thực hành, giảm lý thuyết áp dụng vào từng đối tượng, địa chỉ cụ thể. Thực tế cho thấy, các cơ sở đào tạo đã qua kiểm định AUN thì bộ môn và giáo viên trực tiếp giảng dạy môn học có vai trò rất quan trọng việc xây dựng chương trình, phân bổ thời lượng lý thuyết và thực hành, trong đó thực hành chiếm khoảng 30% đến 45% tổng số tiết môn học. Trong quá trình đào tạo, thường xuyên lấy ý kiến của các doanh

nghiệp sử dụng lao động, thông tin từ sự hài lòng của khách du lịch để thiết kế chương trình đào tạo cho phù hợp với thực tiễn, tiến tới chuyên nghiệp hóa bằng cách xây dựng chương trình đào tạo riêng cho từng vị trí cụ thể trong ngành Công nghiệp du lịch.

Nhằm đáp ứng nhu cầu nguồn nhân lực có chất lượng cho ngành Du lịch tại Việt Nam, Chương trình Phát triển năng lực du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội do Liên minh Châu Âu tài trợ (Dự án EU) đã sửa đổi bộ Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam phiên bản cũ (VTOS) xây dựng bộ tiêu chuẩn VTOS phiên bản mới. Toàn bộ các tiêu chuẩn này đã được đăng tải trên trang thông tin điện tử <http://vtos.esrt.vn/> giúp giáo viên và học sinh các trường đào tạo về du lịch tiếp cận. Các cơ sở đào tạo nên áp dụng và thực hiện theo tiêu chuẩn VTOS để nâng cao chất lượng đào tạo nghề du lịch một cách thống nhất, hướng tới chuẩn khu vực.

Việc đẩy mạnh hoạt động liên kết đào tạo giữa các cơ sở đào tạo du lịch trong nước với các cơ sở đào tạo du lịch có uy tín ở nước ngoài là giải pháp tốt để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch. Khuyến khích mô hình liên kết giữa các cơ sở đào tạo trung cấp nghề du lịch với các doanh nghiệp du lịch liên doanh nước ngoài hoặc doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài để người học có cơ hội thực tập trong môi trường dịch vụ du lịch đẳng cấp quốc tế. Việc liên kết đào tạo có nhiều hình thức. Đối với trình độ trung cấp có thể học lý thuyết ở trong nước còn thực tập ở nước ngoài. Đối với trình độ cao đẳng theo hình thức 1+2 (một năm học trong nước hai năm học nước ngoài). Đối với trình độ đại học theo hình thức 2+2 (hai năm học trong nước hai năm học nước ngoài).

Tăng cường liên kết giữa cơ sở đào tạo với doanh nghiệp. Doanh nghiệp tham gia vào việc xây dựng khung các chương trình đào tạo, quá trình đào tạo bằng cách cử chuyên gia tham gia giảng dạy, hướng dẫn thực hành, thực tập, đánh giá kết quả học tập của sinh viên, bồi dưỡng, nâng cao trình độ quản lý doanh nghiệp và kỹ năng nghiệp vụ cho người học để thu hẹp khoảng cách giữa đào tạo và sử dụng lao động sau tốt nghiệp.

Xúc tiến thành lập Hiệp hội Du lịch của tỉnh Tuyên Quang. Hiệp hội có vai trò là “cầu nối” giữa hoạt động kinh doanh du lịch với hoạt động đào tạo du lịch, dự báo nhu cầu lao động và yêu cầu về kỹ năng nghề của các doanh nghiệp trong quá trình hội nhập để các cơ sở định hướng chiến lược đào tạo đảm bảo cân bằng “cung - cầu”, giữa nguồn nhân lực được đào tạo với nhu cầu thị trường, gắn đào tạo với sử dụng, tránh được hiện tượng đào tạo tràn lan, không có địa chỉ, sinh viên ra trường khó xin việc làm.

### **3.3. Đẩy mạnh công tác truyền thông, nâng cao hiệu quả quảng bá, xúc tiến du lịch**

Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Tuyên Quang cần xây dựng chương trình, kế hoạch về xúc tiến quảng bá du lịch phù hợp với chiến lược chung cả nước nhưng mang những dấu ấn về phát triển du lịch sinh thái giàu bản sắc văn hóa địa phương. Đẩy mạnh xã hội hóa trong công tác quảng bá, xúc tiến du lịch. Làm phim truyền hình về du lịch, xây dựng các chuyên đề, chuyên mục, tin bài tuyên truyền về phát triển du lịch phát sóng định kỳ hàng tuần, tháng, năm trên Đài Phát thanh và Truyền hình, Báo Tuyên Quang, VCTV10,17, VOV, Tạp chí Du lịch, Đặc san Văn hóa, Thể thao và Du lịch Tuyên Quang để quảng bá về miền đất, con người Tuyên Quang, cơ chế chính sách khuyến khích ưu đãi đầu tư phát triển du lịch của tỉnh. Khi quảng bá không được khuếch trương quá mức, thông tin sai sự thật sẽ gây thất vọng cho du khách về chất lượng dịch vụ du lịch, do đó quảng bá tỉ mỉ và trung thực là một nguyên nhân quan trọng tạo ra khách hàng quen thuộc và mạng lại thành công kinh doanh du lịch cho vùng đất đó (Vũ Mạnh Hà, 2014, tr: 50).

Nâng cao chất lượng tổ chức các sự kiện, đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến đầu tư, quảng bá, giới thiệu hình ảnh du lịch Tuyên Quang với các đối tác nước ngoài hướng tới các thị trường có tiềm năng là Tây Âu, Đông Bắc Á và Hàn Quốc.

Đi đôi với công tác quảng bá hình ảnh, công tác truyền thông cần đẩy mạnh tuyên truyền nâng cao ý thức cộng đồng bảo vệ tài nguyên môi trường du lịch sinh thái. Giáo dục cho người dân nhận thức rõ về tầm quan trọng của sinh thái và môi trường đối với cuộc sống con người, mất đi tài nguyên rừng là không thể tính bằng tiền mà nguy cơ về sự hoàn hảo của thiên nhiên hệ lụy vô cùng to lớn, hủy hoại chính môi trường sống của chúng ta.

### **3.4. Bảo vệ, tôn tạo tài nguyên và môi trường du lịch sinh thái**

Bảo vệ tài nguyên môi trường du lịch sinh thái là điều kiện tiên quyết để phát triển du lịch bền vững. Việc đầu tư bảo vệ tài nguyên môi trường du lịch bao gồm: Tôn tạo, nâng cấp hệ thống tài nguyên du lịch, đặc biệt là đối với các di tích lịch sử, văn hóa, lễ hội, nghề thủ công truyền thống phục vụ du lịch.

Xây dựng kế hoạch phát triển các sản phẩm nông nghiệp chất lượng cao: Rau, hoa và các loại cây ăn quả, đặc sản của địa phương vừa phục vụ phát triển kinh tế và phục vụ nhu cầu du lịch. Thực hiện lồng ghép mục tiêu bảo tồn, tôn tạo và phát huy giá trị các khu bảo tồn thiên nhiên, khu rừng đặc dụng... với việc khai thác phát triển du lịch.

Để thực hiện tốt bảo vệ tài nguyên và môi trường du lịch cần xây dựng và ban hành quy chế bảo vệ tài nguyên môi trường du lịch tại các khu điểm du lịch. Tăng cường kiểm tra, giám sát bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch. Ban hành hệ thống chứng chỉ “xanh” để áp dụng cho các doanh nghiệp và các cơ sở du lịch.

### **3.5. Nâng cao chất lượng các sản phẩm du lịch sinh thái**

Tăng cường ngân sách nhà nước cho hoạt động nghiên cứu xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch sinh thái, ban hành các tiêu chuẩn về hình thức du lịch đặc thù của Tuyên Quang. Lồng ghép nội dung quy hoạch phát triển du lịch của tỉnh trong quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của các huyện, thành phố cho phù hợp.

Nâng tầm các sự kiện văn hóa như các lễ hội truyền thống, lễ hội đêm trung thu, hội thi người đẹp, các ngày kỷ niệm lịch sử... trở thành các sự kiện văn hóa du lịch mang tầm cỡ quốc gia và khu vực. Khôi phục và phát huy những nghề truyền thống, sản xuất ra những sản phẩm đặc trưng của địa phương để phục vụ khách du lịch.

Kết nối, hợp tác liên kết phát triển du lịch với các tỉnh, thành phố trong nước và quốc tế để tìm các giải pháp tối ưu nhằm khai thác hợp lý các tài nguyên du lịch sẵn có, nâng cao chất lượng và đa dạng hóa sản phẩm du lịch sinh thái, đặc biệt là hình thức du lịch có tính liên vùng nhằm thúc đẩy và nâng cao hiệu quả của hoạt động du lịch.

### **3.6. Tăng cường công tác kiểm tra, giám sát**

Kiểm tra, giám sát là không thể thiếu trong bất kỳ của một hoạt động. Để du lịch sinh thái Tuyên Quang phát triển đúng hướng, các cấp quản lý có thẩm quyền phải thường xuyên tổ chức kiểm tra, giám sát để phát hiện những sai sót, lãng phí, gây ô nhiễm môi trường. Nội dung kiểm tra, giám sát nhiều mặt, nhưng trước hết tập trung vào việc xây dựng các điểm du lịch sinh thái

đúng yêu cầu, đúng mục tiêu. Phát triển du lịch sinh thái gắn với bảo vệ môi trường, bảo vệ các loài thú quý hiếm, đảm bảo tính bền vững các mặt trong xã hội. Có cơ chế khen thưởng, xử phạt nghiêm minh trong công tác bảo vệ môi trường, tài nguyên du lịch, nhất là vi phạm về các quyết định quy hoạch, chặt cây, phá rừng, săn thú quý hiếm. Ngăn chặn hiện tượng chặt chém, ăn chặn, chèo kéo, ăn xin và những biểu hiện tiêu cực khác làm cho khách du lịch khó chịu, bức mình. Tăng cường công tác kiểm tra, giám sát để xây dựng môi trường du lịch trong sạch, lành mạnh, thân thiện, mến khách.

Tóm lại: Tuyên Quang là tỉnh có tiềm năng phát triển du lịch sinh thái. Thời gian qua, Tuyên Quang đã đẩy mạnh hoạt động du lịch sinh thái và đã đạt được kết quả quan trọng đóng góp không nhỏ cho sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Tuy nhiên, kết quả về hoạt động du lịch sinh thái vẫn chưa đạt được kết quả như mong muốn. Để khai thác hết tiềm năng vốn có, thời gian tới Tuyên Quang cần đầu tư, nâng cấp cơ sở hạ tầng phục vụ phát triển du lịch; đào tạo nguồn nhân lực chất lượng; tăng cường công tác truyền thông, quảng bá; nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch sinh thái; bảo vệ, tôn tạo tài nguyên - môi trường và tăng cường công tác kiểm tra, giám sát.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Lê Huy Bá (2004) *Du lịch Sinh thái*, NXB Khoa học và Kỹ thuật.
2. Vũ Thế Bình (2012), *Non nước Việt Nam*, NXB Lao động - Xã hội.
3. Bộ Giáo dục và Đào tạo, Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu (2018), *Kỷ yếu hội thảo khoa học, phát triển du lịch trong cách mạng công nghiệp 4.0*, ISBN: 978-604-73-5980-6, NXB Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
4. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch - Trường Đại học Văn Hiến, *Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc tế Phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong bối cảnh hội nhập* (2019), ISBN: 978-604-73-7107-5, NXB Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
5. Dương Châu, *Phát triển du lịch gắn với bảo tồn bản sắc văn hóa*, cập nhật ngày 09/06/2018, nguồn: <http://baotuyenquang.com.vn/du-lich/phot-trien-du-lich-gan-voi-bao-ton-ban-sac-van-hoa-101179.html>
6. Trần Thị Chung, *Du lịch Tuyên Quang trên đường phát triển*, cập nhật ngày 06/02/2018, nguồn: <http://dangcongsan.vn/kinh-te/du-lich-tuyen-quang-tren-duong-phot-trien-472712.html>.
7. Nguyễn Văn Dung (2009), *Marketing du lịch*, NXB Giao thông vận tải.
8. Đảng Cộng sản Việt Nam, Nghị quyết của Bộ Chính trị về *Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*, ngày 16/01/2017.
9. Vũ Mạnh Hà (2014), *Giáo trình kinh tế du lịch*, NXB Giáo dục Việt Nam.
10. Nguyễn Tiến Hưng, *Liên kết phát triển du lịch Tuyên Quang*, cập nhật ngày 06/06/2018, nguồn: <http://dulichtuyenquang.gov.vn/DetailView/3886/18/5/Lien-ket-phot-trien-du-lich-Tuyen-Quang.html>
11. Quyết định số 2473/2011/QĐ-TTg ngày 30/12/ 2011 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt “*Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*”.



12. Lâm Sơn, *Tổng hợp tình hình phát triển kinh tế tỉnh Tuyên Quang năm 2018*, Công thông tin điện tử tỉnh Tuyên Quang, cập nhật ngày 29/01/2019, nguồn: [http://www.tuyenquang.gov.vn/n41265\\_tong-hop-tinh-hinh-phat-trien-kinh-te-tinh-tuyen-quang-nam-2018](http://www.tuyenquang.gov.vn/n41265_tong-hop-tinh-hinh-phat-trien-kinh-te-tinh-tuyen-quang-nam-2018).

13. Võ Văn Thành (2018), *Du lịch Việt Nam*, NXB Tổng hợp thành phố Hồ Chí Minh.

14. *Tổng quan du lịch Tuyên quang*, cập nhật ngày 08-04-2017, nguồn: <http://dulichtuyenquang.gov.vn/DetailView/2668/17/1/Tong-quan-du-lich.html>

15. UBND tỉnh Tuyên Quang, Quyết định Phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang đến năm 2020, định hướng đến năm 2030, Số: 28/QĐ-UBND ngày 28/01/2013.

16. Bùi Thị Hải Yến (chủ biên), Phạm Thị Ngọc Diệp - Nguyễn Thị Thúy Hằng - Lê Thị Hiền Thanh - Phạm Bích Thủy (2012), *Du lịch cộng đồng*, NXB Giáo dục Việt Nam.

## DEVELOPMENT OF ECO-TOURISM IN TUYEN QUANG

**Ngo Van Ha**

*University of Economics, University Da Nang*

### Abstract

Tuyen Quang is a province with enough strengths to develop eco-tourism. This place is blessed with many beautiful poetic scenes, peaceful mountain and forests, fresh air; there are many revolutionary historical relics; it is a place of cultural convergence and intersection of ethnic minorities with many unique and indigenous festivals. Those have made Tuyen Quang an attractive ecotourism destination for domestic and foreign tourists. In recent years, Tuyen Quang has paid special attention to the development of tourism economy in general and ecotourism in particular to effectively exploit the advantages of natural and ecological conditions, cultural traditions and history.

Although important results have been achieved, Tuyen Quang's ecotourism has not yet fully exploited its potential and advantages. The article analyses and assesses the potential of ecotourism development in Tuyen Quang, proposes solutions to bring ecotourism here sustainable development in the future.

### Keywords

Ecotourism, sustainable development, Tuyen Quang - Vietnam.

## EXPLOITING LOCAL KNOWLEDGE IN ECOTOURISM DEVELOPMENT OF THE TUYEN QUANG PROVINCE

**Nguyen Thi Que Loan**

*Thai Nguyen University of Education*

### **Abstract**

Tuyen Quang has a beautiful natural landscape, many historical and cultural relics. In particular, the ethnic groups in Tuyen Quang with indigenous knowledge accumulated for a long time create handicraft products, folk remedies, dishes and beverages with cultural identity. In order for Tuyen Quang community ecotourism to develop sustainable, the development of craft villages is associated with tourist sites, exploitation and processing of folk remedies, traditional cuisine... on the one hand, attracting tourists, on the other hand, creating jobs that bring income to local people, contributing to preserving the national cultural identity.

### **Keywords**

Local knowledge, ecotourism, craft villages, Tuyen Quang.

### **1. GENERAL**

Local knowledge (also known as indigenous knowledge, folk knowledge, traditional knowledge) is used to refer to the system of mature experiences that people of local communities have accumulated based on experimental experience through practice. Local knowledge is preserved in community memories and it is one of the elements that constitute the ethnic cultural identity.

Nowaday, in the context of integration, when ethnic culture has strong changes, the understanding, exploitation and application of local knowledge in production activities in general and ecotourism activities in particular on the one hand bring income to the people, on the other hand has a great meaning for the sustainable development of traditional culture of the ethnic community; creating an attraction to attract tourists to local tourism while promoting the responsibility of tourists and the tourism industry in the protection, using of resources and benefits for the local community.

### **2. RESEARCH CONTENT**

#### **2.1. The basis of ecotourism development is associated with the exploitation of local knowledge**

##### *2.1.1. Potential*

Tuyen Quang is a province with the potential to develop eco-tourism with interesting natural landscapes. Human resources for ecotourism development in Tuyen Quang are diverse with historical and cultural relics. In particular, 22 ethnic groups living in Tuyen Quang have rich indigenous knowledge expressed in traditional handicrafts, folk remedies, national cuisine... they create an attraction for tourists.

*About handicraft industry:* The existing handicraft industries in Tuyen Quang are quite diverse such as: agricultural and forestry product processing, mechanical processing, manufacturing of construction materials... In which, the processing of agro-forestry products with typical products such as: tea, brocade weaving and arts are gradually developed and forming specialized trade villages... not only creating jobs and creating stable incomes for labor, produce valuable products, but also contribute to preserving the national cultural identity. Until now, Tuyen Quang has 6 villages recognized under the standards of Circular No. 116/2006/TT-BNN dated December 18th, 2006 of the Ministry of Agriculture and Rural Development<sup>140</sup> (see Table 1).

*Table 1. Statistics of recognized villages*

No	Manufacturing villages	Places
1	Tea	Tu Thinh commune, Son Duong district
2	Tea	Phuc Ung commune, Son Duong district
3	Tea	Trung Yen commune, Son Duong district
4	Tea	Minh Thanh commune, Son Duong district
5	Tea	Hop Thanh commune, Son Duong district
6	Tea	Tan Trao, Son Duong district

*Source: Synthetic author*

Besides the recognized villages, a number of other craft villages such as bamboo and rattan weaving, brocade weaving, knitting sedge, etc. have existed for a long time but have not yet been recognized because they do not meet the criteria of trade villages (Table 2).

*Table 2. Some typical villages have not been recognized*

No	Craft villages	Places
1	Wine yeast rice leaf	Lang Can commune, Lam Binh district
2	Planting cotton weaving fabric	Lang Can commune, Lam Binh district
3	Leafy corn wine	Binh An commune, Lam Binh district
4	Handicrafts	Hong Quang commune, Lam Binh district
5	Mien Dong	Luc Hanh commune, Yen Son district
6	Knitting bamboo hats	Minh Quang commune, Chiem Hoa district
7	Brocade weaving	Tan Trao commune, Son Duong district
8	Leafy corn wine	Son Phu commune, Na Hang district
9	Knitting sedge	Trung Hoa commune, Chiem Hoa district

*Source: Synthetic author*

It can be said that the promotion and development of handicraft industry in craft villages with strong advantages of natural landscapes to form tours associated with craft villages will bring efficiency and help the people of craft villages live, expand production scale, develop brand and attract human resources.

<sup>140</sup> The recognized trade villages must meet the following 03 criteria: There must be at least 30% of the total households in the area participating in rural occupation activities; Stable production and business activities for at least 2 years up to the time of application for recognition; Strictly abide by the policies and laws of the State.

*Local knowledge about folk medicine:* In addition to traditional crafts, ethnic minorities in Tuyen Quang with diverse cultural colors are the highlight to attract tourists. According to the statistics of the 2009 Population and Housing Census, Tuyen Quang has 22 ethnic groups, of which the majority are Tay, Dao, Nung, Mong, Pa Tag, Lo Lo and San Diu ethnic groups. People live in mountainous areas where many medicinal plants grow wild<sup>141</sup>.

The ethnic diversity along with living with the community with nature has led to rich experiences in using surrounding herbs as a cure for diseases: Hepatitis, acute and chronic glomerulonephritis, osteoarthritis, Infertility, intestinal, cerebral vascular accident, pancreas, kidney, gastric ulcer, fatty blood, sinusitis, cysts, diabetes, cardiovascular, high blood pressure, kidney stones, gallstones, colon, vertebral degeneration... In particular, all leaf bath medicine helps the body circulate blood, reduces pain, restores the fitness of the Dao people which are enjoyed by many tourists. When the traditional medicine of the people here is connected with businesses, travel companies to grow large-scale and produce, it will create jobs for people and it also helps people here to maintain and preserve all medicinal remedies, turn indigenous knowledge into the use of remedies that spread to many regions, become goods, help people to do business in a professional way from indigenous knowledge .

*About food:* Eating not only provides nutrition for the body but also plays an important role in preventing and treating diseases. Along with a food and drink, each region and ethnic group has different ways of processing through raw materials, how to taste spices, decorate dishes ... Local knowledge about the exploitation of food sources, food, how to prepare food that people accumulate and transmit from one generation to another, creating a unique dish.

For any tourist destination, cuisine is always an important factor to attract tourists. As a residence of ethnic minorities, Tuyen Quang has many dishes that show different cultural imprints of the ethnic groups that tourists love, such as: ants' egg cake, Khao cake, thick cakes of sesame black, Gai cake, cast cake, rolls cake, Lam rice, black pork (Ten Lua pork), fish sauce, bamboo shoot (stir-fried frogs, stuffed meat, cooked, boiled, baked, ensiled sour...), Ke flower (stuffing meat, cooking soup, stir-fry...), Vegetable fern (boiled, mannequin, stir-fried garlic, soup), corn wine (processed with more than 20 precious herbs), Minh Huong duck (boiled, roasted, steamed, braised with dracontomelon...). Exploiting the cultural value in the cuisine of ethnic groups in addition to meeting the needs of tourists, creating jobs, bringing income to local residents, but also contributing preserving and promoting features in cultural identity nation.

### 2.1.2. Policies and undertakings of Tuyen Quang province

Tourism is increasingly asserting importance in the economy. Therefore, in order to develop sustainable tourism, Tuyen Quang province has guidelines and policies to create a favorable business environment for tourism businesses, and actively implement the task of cultural development, conservation and promote traditional cultural values associated with socio-economic development.

Along with the restoration, preservation, restoration and promotion of the value of cultural heritage, revolutionary historical relics, Tuyen Quang invested and supported the construction of

---

<sup>141</sup> According to research by the Institute of Ecology and Biological Resources (Vietnam Academy of Science and Technology) in some highland communes of Na Hang district, there are 647 species of plants that can be used as medicines, including 30 species of rare and precious medicinal plants; 23 species named in Vietnam Red Book; 7 species listed in the IUCN Red List (list of conservation and diversity status of plant and animal species in the world).

traditional cultural villages associated with tourism development, rural traditional career development, trade villages associated with each commune a product, national target program of new rural construction.

In order to preserve and develop craft villages, Tuyen Quang province issued Resolution No. 29/2009/NQ-HĐND on the policy to encourage the development of handicraft and handicraft villages in Tuyen Quang province. The province supports organizations and individuals to establish handicraft establishments in difficult and extremely difficult areas. The handicraft establishment established in Na Hang district, Chiem Hoa is supported with 5 million VND (for cooperatives) and 3 million VND (for business households). In Ham Yen, Son Duong, Yen Son districts, Tuyen Quang town, the province support 3 million VND (cooperative), 1 million VND (business households). The province provided 50 million VND /trade village to build a vocational development program; support funding for craft villages to build infrastructure. Organizations and individuals that have succeeded in restoring and maintaining trades and forming craft villages shall be honored and rewarded with 50 million VND/trade village.

On December 31st, 2012, the People's Committee of Tuyen Quang Province issued Decision No. 526/QĐ-UBND approving the Master Plan on cultural career development in Tuyen Quang province to 2020. With the goal of “developing and developing Tuyen Quang's cultural career is advanced, imbued with national identity, on the basis of preserving, promoting and inheriting the traditional cultural values, absorbing advanced cultural quintessence. and promoting human factors, improving the cultural and spiritual life of the people, cultural development closely linked to socio-economic development, strengthening management, restoration, conservation and religion. creating and promoting the value of revolutionary historical relics, caring and promoting traditional cultural values of ethnic groups associated with tourism development<sup>142</sup>”. The province has implemented many activities to closely link culture with socio-economic development, especially tourism development.

On July 22nd, 2014, the Province issued Resolution No. 09/2014/NQ-HĐND on amending and supplementing the content of policies to encourage the development of small industries and handicrafts in Tuyen Quang province. Industries entitled to policies including processing, preservation of agriculture, forestry and fisheries, food processing; production of bamboo and rattan, weaving, sewing, embroidery, handicrafts... In addition to spending funds to support organizations and individuals to restore, retain jobs and import new jobs from outside the province to form villages. profession; supporting production facilities to repair and upgrade the environmental pollution treatment system, the province also exempted the cost of promoting products on the provincial website, Department of Industry and Trade and Tuyen Quang<sup>143</sup> province's e-commerce transaction floor.

In Tuyen Quang province's Tourism Development Plan period 2016-2020 (No. 51/ KH-UBND, June 23, 2016), the Provincial People's Committee determines one of the key tasks that is to restore the traditional villages; develop high quality agricultural products, especially local specialties for economic development and tourism demand. The province attaches special importance to developing sightseeing tourism, production experience in craft villages and

<sup>142</sup> People's Committee in Tuyen Quang province, *Decision on approving the Planning on cultural career development in Tuyen Quang province to 2020*, on the page <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Quyết-dinh-526-QĐ-UBND-2012>, accessed on June 22<sup>nd</sup>, 2019.

<sup>143</sup> People's Committee in Tuyen Quang province, *Resolution on amending and supplementing the content of policies to encourage the development of small industries and handicrafts and trade villages in Tuyen Quang province*, on the page <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Thuong-mai/Nghi-quyet-09-2014-NQ-HĐND>, accessed on June 22<sup>nd</sup>, 2019.

investing in building cultural villages in association with the development of community tourism; develop plans to develop handicraft products, traditional trade villages, high quality agriculture for economic development and tourism development<sup>144</sup>.

With the advantages of ecology and humanities, along with the guidelines and policies for tourism development in general and the development of craft villages associated with a tourist destination, at the same time taking advantage of the specialties in local knowledge in processing agricultural, forest and food products in particular, Tuyen Quang province become an attractive tourist destination for tourists.

## **2.2. Solution to promote the strength of local knowledge in ecotourism development**

Ecotourism is perceived as a form of tourism that benefits local residents and creates new business opportunities for the tourism industry on the basis of positive engagement participation of indigenous people. To promote the strength of local knowledge in ecotourism development, besides the solutions, strategies of Tuyen Quang province are necessary to strengthen:

*Firstly*, strengthening the connection between craft villages and enterprises, travel agencies to build craft village tours, so that from production to product stages in craft villages not only meet the needs of the consumer market. Use purely, but also become goods that meet the tastes of tourists.

When traveling in craft villages, visitors want to see, participate, learn skills to work and create products on their own, take advantage of shopping to make gifts for their families, so the featured products of local are always interested in tourists. However, in order to meet this demand, craft villages should design two areas, one area for customers to experience technical skills, an area with exhibition space to display items. Along with that, it is necessary to have policies to attract enterprises to invest in machinery and equipment to create rich product packaging, strange and strange designs, showing local characteristics with reasonable prices to attract tourists, especially with agricultural products, food processing.

*Secondly*, increase investment in infrastructure to serve tourism development, integrate infrastructure investment with tourism and local socio-economic development programs and projects. Investing in eco-tourism sites with great potential to attract big tourists like My Lam and Na Hang...

*Thirdly*, strengthen mobilization of population communities in craft villages to participate in tourism activities so that they can directly guide tourists to participate in the production process of products.

*Fourthly*, promoting Tuyen Quang tourism along with local brand-name products. This is an extremely important solution to create an image that attracts visitors. The promotion does not stop at the articles promoting tourism in Vietnamese magazines, television, VTC digital television, newspapers and Facebook publications, but the province needs to have links with the film production. In fact, movies are an extremely effective advertising tool for travel through selected locations as a backdrop for movies or cuisine used by movie characters. A good film scenario combined with a context to introduce cultural and human images... through film if carefully invested will leave a deep impression in the audience and a way to attract tourists extremely effective.

---

<sup>144</sup> People's Committee in Tuyen Quang province, Tourism development plan of Tuyen Quang province in the period of 2016 - 2020, on the page <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Ke-hoach-51-KH-UBND>, accessed on June 22nd, 2019.

### 3. CONCLUSION

Tuyen Quang is a province with ecological advantages and a convergence and cultural intersection of many ethnic groups. In order to develop tourism into a key economic sector, Tuyen Quang province has mechanisms and policies to invest in tourism, gradually bringing tourism to become an important economic sector of the province. Tuyen Quang province also advocates the construction of different types of tourism: spiritual tourism, festivals; cultural and historical tourism, community ecotourism...

The Tuyen Quang ethnic groups have rich indigenous knowledge expressed in traditional handicrafts, folk remedies, national cuisine... This is an advantageous resource that creates an attraction in birth tourism. community in Tuyen Quang. Therefore, the development of craft villages associated with tourist sites, exploitation and processing of folk remedies, traditional cuisine both attract tourists and create jobs to bring income for local residents, contributing to preserving the national cultural identity.

In order for Tuyen Quang community ecotourism to develop sustainably and become an attractive tourist destination, there needs to be a close coordination in the implementation of the State's policies and guidelines, Tuyen Quang province, especially the participation of local communities.

### REFERENCES

1. People's Committee in Tuyen Quang province, *Decision on approving the Planning on cultural career development in Tuyen Quang province to 2020*, on the page <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Quy-dinh-526-QD-UBND-2012>, accessed on June 22<sup>nd</sup>, 2019.
2. People's Committee in Tuyen Quang province, Resolution on amending and supplementing the content of policies to encourage the development of small industries and handicrafts and trade villages in Tuyen Quang province, on the page <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Thuong-mai/Nghi-quyet-09-2014-NQ-HDND>, accessed on June 22<sup>nd</sup>, 2019.
3. People's Committee in Tuyen Quang province, *Tourism development plan of Tuyen Quang province in the period of 2016 - 2020*, on the page <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Ke-hoach-51-KH-UBND>, accessed on June 22<sup>nd</sup>, 2019.

## KHAI THÁC KIẾN THỨC BẢN ĐỊA TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI TẠI TỈNH TUYỀN QUANG

**Nguyễn Thị Quế Loan**

*Trường Đại học Sư phạm Thái Nguyên*

### Tóm tắt

Tuyên Quang có một cảnh quan thiên nhiên tuyệt đẹp, nhiều di tích lịch sử và văn hóa. Đặc biệt, đồng bào các dân tộc ở Tuyên Quang, với kiến thức bản địa tích lũy từ lâu, đã tạo ra các sản phẩm thủ công mỹ nghệ, phương thuốc dân gian, món ăn và đồ uống mang bản sắc văn hóa. Để du lịch sinh thái cộng đồng tại Tuyên Quang phát triển bền vững, sự phát triển của các làng nghề gắn liền với các địa điểm du lịch, khai thác và chế biến các phương thuốc dân gian, ẩm thực truyền thống... một mặt, thu hút khách du lịch, mặt khác, tạo ra việc làm mang lại thu nhập cho người dân địa phương, góp phần giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc.

### Từ khóa

Kiến thức bản địa, du lịch sinh thái, làng nghề, Tuyên Quang.

## PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÀO CAI VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM CHO TUYÊN QUANG

**Tô Đức Hạnh**

*Trường Đại học Kinh tế Quốc dân*

### Tóm tắt

Tuyên Quang là một tỉnh miền núi có nhiều tiềm năng phát triển du lịch. Với việc xác định du lịch là ngành kinh tế quan trọng của tỉnh, những năm qua, du lịch tỉnh Tuyên Quang đã có bước phát triển khá tốt. Nếu như năm 2016 có 1.440.500 lượt khách du lịch đến Tuyên Quang thì năm 2018 là 1.675.700 lượt; tổng thu từ khách du lịch cũng tăng từ 1.239 tỷ đồng năm 2016 lên 1.504 tỷ đồng năm 2018 (21). Tuy nhiên, những thành tựu đó chưa tương xứng với tiềm năng của tỉnh. Trong khi Lào Cai cũng là một tỉnh miền núi, có nhiều điểm tương đồng với tỉnh Tuyên Quang, nhưng năm 2016 có 2,77 triệu lượt khách đến Lào Cai thì năm 2018 là 4,3 triệu lượt; tổng thu từ khách du lịch cũng tăng từ 6.405 tỷ đồng năm 2016 lên 13.406 tỷ đồng năm 2018 (17). Để phát triển du lịch hơn nữa, tỉnh Tuyên Quang có thể tham khảo kinh nghiệm phát triển du lịch của một số tỉnh, trong đó có tỉnh Lào Cai. Bài viết tập trung nghiên cứu kinh nghiệm phát triển du lịch tỉnh Lào Cai và rút ra những bài học kinh nghiệm có thể vận dụng cho phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang.

### Từ khóa

Kinh nghiệm, phát triển du lịch.

### 1. GIỚI THIỆU

Lào Cai là tỉnh miền núi nằm ở phía Bắc Việt Nam, cách Hà Nội 296km theo đường sắt và 295km theo đường bộ. Phía Bắc Lào Cai giáp với tỉnh Vân Nam (Trung Quốc); phía Nam giáp tỉnh Yên Bái; phía Đông giáp tỉnh Hà Giang; phía Tây giáp tỉnh Sơn La và Lai Châu. Ngày 01/01/1976, tỉnh Lào Cai, Yên Bái và Nghĩa Lộ được sáp nhập thành tỉnh Hoàng Liên Sơn. Ngày 01/10/1991, tỉnh Lào Cai được tái thành lập. Lào Cai có diện tích: 6.383,9km<sup>2</sup>; dân số: 674,5 nghìn người (năm 2015), gồm 8 huyện, 01 thành phố. Lào Cai có một cửa khẩu quốc tế, một cửa khẩu quốc gia và nhiều cửa khẩu phụ thông thương với Trung Quốc.

Lào Cai có nhiều tiềm năng, lợi thế về phát triển du lịch, như phát triển du lịch sinh thái, du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch thể thao, du lịch khám phá... Để biến tiềm năng thành hiện thực, những năm qua Đảng bộ, chính quyền các cấp và nhân dân tỉnh Lào Cai đã đồng lòng, tập trung phát triển du lịch với nhiều giải pháp thích hợp, hữu hiệu và đã thu được những kết quả khá ấn tượng. Cụ thể:

- Về khách du lịch: Lào Cai năm 2011 thu hút gần 969 nghìn lượt khách, đến năm 2016 đã đạt gần 2,77 triệu lượt khách tăng gấp 2,8 lần năm 2011, tỷ lệ tăng trưởng bình quân hằng năm đạt 31%/năm. Năm 2017, Lào Cai đón 3.503 triệu lượt khách du lịch, tăng 28% năm 2016, gấp 18 lần năm 2000 và gấp 175 lần năm 1991 (5). Năm 2018, Lào Cai đón 4,3 triệu lượt du khách, vượt 7,5% kế hoạch, tăng 22,7% so với năm 2017, vượt 7,5% mục tiêu Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh khóa XV (giai đoạn 2016-2020) đề ra (17). Mục tiêu của Lào Cai là đón 5 triệu lượt khách du lịch trong năm 2019. Thực tế trong 6 tháng đầu năm 2019, Lào Cai đã thu hút gần 3



triệu lượt du khách du lịch, trong đó khách quốc tế tăng 15,6% và khách nội địa đạt gần 2,5 triệu lượt, tăng 11,9% so với cùng kỳ năm 2018 (1).

- *Về doanh thu từ du lịch:* Tổng thu từ khách du lịch của tỉnh Lào Cai liên tục tăng qua các năm, năm 2006 đạt 280 tỷ đồng, đến năm 2013 đạt 2.250 tỷ đồng, tăng hơn 8 lần so với năm 2006. Mức chi tiêu bình quân của khách du lịch đến Lào Cai tăng đều qua các năm. Số ngày lưu trú bình quân của khách cũng tăng từ 2,9 ngày năm 2006 lên 3,3 ngày vào năm 2013. Năm 2018 tổng doanh thu du lịch đạt 13.406 tỷ đồng, tăng 42% so với năm 2017, vượt 13% kế hoạch, trong đó tổng thu từ khách du lịch nước ngoài là 4.298 tỷ đồng, khách nội địa là 9.108 tỷ đồng (16). Tổng doanh thu du lịch trong 3 tháng đầu năm 2019 đạt 2.446,7 tỷ đồng, lũy kế đạt 5.789,1 tỷ đồng, tăng 65,8% so với cùng kỳ.

- *Về tăng trưởng du lịch:* Tốc độ tăng trưởng bình quân của ngành Du lịch trong giai đoạn 2006-2013 đạt gần 35%, cao hơn rất nhiều so với mức tăng GDP của toàn tỉnh (14%)... Du lịch trở thành một ngành kinh tế quan trọng, đóng góp 11,5% GRDP của tỉnh (15).

Tuy nhiên, trong quá trình phát triển du lịch Lào Cai cũng còn bộc lộ một số hạn chế nhất định cần phải khắc phục như: kết quả đạt được chưa tương xứng với thực lực và tiềm năng du lịch của tỉnh; công tác phối hợp quản lý liên ngành, các huyện, thành phố còn kém, chưa chặt chẽ; cơ sở hạ tầng du lịch, nguồn nhân lực du lịch còn thiếu và yếu; giao thông kết nối các điểm, tuyến du lịch còn khó khăn; công tác xúc tiến, quảng bá du lịch chưa để lại ấn tượng, chưa được thực hiện một cách có hệ thống, có chiến lược; công tác quản lý chất lượng, dịch vụ tại các khu, tuyến, điểm du lịch chưa đáp ứng yêu cầu; tình trạng du khách bị bắt chẹt, ép giá, nâng giá, chèo kéo, đeo bám khách,... vẫn chưa được giải quyết triệt để; việc cập nhật thông tin về các tuyến điểm du lịch mới đến được các công ty và khách du lịch còn chậm; công tác tiếp xúc, gắn kết với các doanh nghiệp trên địa bàn còn hạn chế;...

Đây là một tỉnh miền núi phía Bắc, có nhiều điểm khá tương đồng với tỉnh Lào Cai và đặc biệt là cũng có khá nhiều tiềm năng, lợi thế phát triển du lịch, những năm vừa qua, Đảng bộ, chính quyền và nhân dân tỉnh Tuyên Quang đã thực hiện nhiều giải pháp phát triển du lịch và đã thu được những kết quả đáng kể, nhưng chưa đạt mức tăng trưởng ấn tượng như tỉnh Lào Cai. Do đó, nghiên cứu, học tập những bài học kinh nghiệm thành công và chưa thành công trong quá trình phát triển du lịch tỉnh Lào Cai là công việc cần thiết của một tỉnh đi sau trong phát triển du lịch như tỉnh Tuyên Quang.

## 2. KHÁI QUÁT VỀ TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỦA LÀO CAI

Lào Cai có điều kiện khá thuận lợi về giao thông, có cả đường thủy, đường bộ và đường sắt. Lào Cai có 04 tuyến đường quốc lộ kết nối Lào Cai với các tỉnh lân cận; đặc biệt, đường cao tốc Nội Bài - Lào Cai dài 245km rút ngắn thời gian đi lại từ Hà Nội - Lào Cai xuống còn hơn 3 giờ. Toàn tỉnh có 10 tuyến đường tỉnh lộ kết nối các huyện trong tỉnh với chiều dài khoảng 300km và 1.000km các đường liên xã, liên thôn. Tuyến đường sắt Hà Nội - Lào Cai có chiều dài 296km. Tỉnh có 2 tuyến sông Hồng và sông Chảy chạy dọc tỉnh, tạo thành một hệ thống giao thông đường thủy liên hoàn. Tuy nhiên do có nhiều ghềnh thác, mùa mưa nước chảy xiết, mùa khô nước cạn nên khả năng khai thác vào hoạt động du lịch còn hạn chế. Tuy nhiên, do địa hình núi cao, hiểm trở, nhiều ghềnh thác, mưa lũ nên hệ thống giao thông dễ bị xuống cấp ảnh hưởng không nhỏ đến việc di chuyển đến các tuyến, điểm du lịch quan trọng trong tỉnh.

Khí hậu của Lào Cai là nhiệt đới gió mùa đặc trưng miền núi, mùa đông lạnh khô, ít mưa. Lào Cai có nhiều tiểu vùng, đặc biệt là Sa Pa - một “*Thị trấn trong mây*”, nơi có khí hậu quanh

năm mát mẻ cùng cảnh quan thiên nhiên hùng vĩ, những bản làng ẩn hiện trong sương, trăm hoa khoe sắc; Đỉnh Fansipan cao 3.134m được mệnh danh là “Nóc nhà Đông Dương” cùng những thửa ruộng bậc thang xếp đều theo sườn đồi trong thung lũng Mường Hoa; Vườn quốc gia Hoàng Liên với hệ thống động thực vật phong phú, không khí mát mẻ, rất thuận lợi cho phát triển du lịch nghỉ dưỡng và khám phá.

Lào Cai là nơi hội tụ của 25 dân tộc cùng chung sống, trong đó chủ yếu là các dân tộc thiểu số (chiếm 64,1%). Mỗi dân tộc có nét đặc trưng văn hóa riêng tạo nên một bức tranh văn hóa miền núi rất sinh động, đầy sắc màu. Các dân tộc ở Lào cai có 34 kiểu loại trang phục với sắc màu, chất liệu khác nhau, gần 100 điệu múa, có đủ 10 họ với 11 chi khác nhau của các nhạc khí. Những phiên chợ, những lễ hội đặc sắc luôn thu hút du khách hòa cùng nhịp sống đặc trưng theo phong cách vùng cao.

Hệ sinh vật ở Lào Cai cũng rất phong phú. Đặc điểm nổi bật của sinh vật Lào Cai là tính đa dạng sinh học. Toàn tỉnh có hơn 2.000 loài thực vật, 442 loại chim, thú, bò sát, ếch nhái. Trong đó có 60 loại động vật chỉ tìm thấy ở Lào Cai, 9 loại thực vật chỉ tìm thấy ở Sa Pa. Lào Cai có kho tàng quỹ gen đặc biệt quý hiếm (chiếm tới gần 50% số loại thực vật đặc biệt quý hiếm ở nước ta) (20).

Lào Cai có các điểm du lịch nổi bật như: Cổng trời Sapa được vinh danh là “Vườn di sản ASIAN Sa Pa”; Núi Hàm Rồng; Fansipan Legend là quần thể công trình du lịch văn hóa, dịch vụ cáp treo, vui chơi giải trí và khách sạn nghỉ dưỡng đẳng cấp, có hệ thống cáp treo ba dây dài 6.292,5m, có độ chênh lệch giữa ga đi và ga đến lớn nhất thế giới (1410m); Làng thổ cẩm Tả Phìn; Y Tý nằm ở độ cao trên 2.000m, lưng tựa vào dãy núi Nhìu Cồ San với đỉnh cao 2.660m, gần như quanh năm mây phủ - là điểm “săn mây” ấn tượng trong giới phượt; Động Cốc San (thuộc huyện Bát Xát) với một hệ thống các thác nước và các hang động; Núi Cô Tiên cao trên 1.000m, nằm trong vùng cao nguyên đá vôi gần thị trấn Bắc Hà; Hang Tiên (huyện Bắc Hà) là một Hạ Long thu nhỏ, gắn với sự tích về miếu thờ Ba Cô; Chợ phiên Bắc Hà là phiên chợ lớn nhất và nổi tiếng nhất tạo nên nét rất riêng của chợ vùng cao Tây Bắc; Dinh Hoàng A Tưởng được xây dựng từ năm 1914-1921 với kiến trúc theo phong cách Á - Âu kết hợp; Thung lũng hoa Bắc Hà với hàng nghìn loài hoa rực rỡ đủ màu sắc trong suốt 4 mùa;...

Lào Cai có nhiều di tích lịch sử văn hóa, trong đó nổi bật là các di tích về khu trạm khắc đá cổ, với các hình khắc về bản đồ, chữ viết, hình người có niên đại cách đây hàng nghìn năm ở thung lũng Mường Hoa (Sa Pa); Di tích đền Bảo Hà thờ ông Hoàng Bảy - một vị tướng có công bảo vệ biên giới thời Hậu Lê được tôn thờ là “Thần vệ Quốc”; Di tích đền Thượng - thờ Quốc công tiết chế Trần Hưng Đạo được xây dựng từ thời Lê Trung Hưng với niên hiệu Chính Hòa (1680-1705); Di tích đền Mẫu thờ Đức Thánh Mẫu Liễu Hạnh công chúa (theo tín ngưỡng gọi Thánh Mẫu Liễu Hạnh), người dân nước Việt đã phong bà là Mẫu Nghi Thiên hạ...

Lào Cai còn có văn hóa ẩm thực độc đáo mang đặc thù các dân tộc thiểu số vùng cao, như: cá hồi, cá tầm, cuốn sủi (phở khan), lợn cắp nách, phở chua Bắc Hà, thắng cố ngựa, thịt lợn muối, rượu San Lùng, rượu ngô Bắc Hà,... rất thuận lợi cho phát triển du lịch cộng đồng gắn với du lịch sinh thái và văn hóa.

### 3. CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỦA TỈNH LÀO CAI NHỮNG NĂM QUA

Để đạt được những kết quả về du lịch nêu trên, Lào Cai đã thực hiện đồng bộ các giải pháp chủ yếu khá hiệu quả sau:

### 3.1. Xây dựng chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển du lịch

Công tác xây dựng chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển du lịch được tỉnh Lào Cai chú ý thúc đẩy. Cụ thể tỉnh đã xây dựng quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Lào Cai giai đoạn 2005-2015, định hướng 2020 được ban hành năm 2004 là tài liệu quan trọng đưa ra những định hướng và kế hoạch cụ thể phát triển du lịch Lào Cai. Đề án “Phát triển kinh tế du lịch tỉnh Lào Cai giai đoạn 2010-2015” đã được Tỉnh ủy, UBND tỉnh phê duyệt và đưa vào triển khai. Nhiều hoạt động đã và đang được triển khai trên cơ sở đề án này như lập hồ sơ thuê tư vấn nước ngoài quy hoạch khai thác phát triển du lịch văn hóa ruộng bậc thang Sapa; quy hoạch chi tiết du lịch làng bản gắn với di sản văn hóa dân tộc thiểu số tại một số làng bản đảm bảo giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc, phù hợp với quy hoạch và phát triển du lịch và quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Các quy hoạch, kế hoạch quản lý và phát triển du lịch đã và đang được xây dựng tại các địa phương như Sapa, Bắc Hà, Bát Xát với nguồn lực của tỉnh và sự giúp đỡ của các tổ chức nước ngoài.

- Xây dựng quy hoạch phát triển du lịch tỉnh Lào Cai giai đoạn 2015-2020, tầm nhìn đến năm 2030 (dài 163 trang trong đó có 9 phụ lục - 55 trang), trong đó xác định mục tiêu tổng quát đến năm 2020: Xây dựng Lào Cai trở thành một trong những điểm đến du lịch bậc nhất của vùng Tây Bắc, là một trong những trọng điểm du lịch của Việt Nam với hệ thống cơ sở hạ tầng du lịch đồng bộ, sản phẩm chất lượng cao, đa dạng, có thương hiệu mang bản sắc văn hóa dân tộc tỉnh Lào Cai, thân thiện với môi trường. Tầm nhìn phát triển du lịch tỉnh Lào Cai đến năm 2030 là: Lào Cai sẽ là trung tâm du lịch thiên nhiên và văn hóa vùng núi lớn của Việt Nam. Du lịch tỉnh Lào Cai sẽ là một mẫu hình phát triển du lịch bền vững, du lịch có trách nhiệm của Việt Nam, là ngành kinh tế mũi nhọn, có nhiều tác động lan tỏa rộng khắp khu vực.

- Tỉnh đã hoàn thành xây dựng bộ hồ sơ trình Thủ tướng ra Quyết định số 1845/QĐ-TTg ngày 26 tháng 9 năm 2016 phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển khu du lịch quốc gia (DLQG) Sa Pa, tỉnh Lào Cai đến năm 2030, trong quy hoạch xác định vị trí, quy mô khu DLQG là 1.500ha; phát triển thành 01 đô thị du lịch Sa Pa và 04 phân khu du lịch. Mục tiêu phấn đấu đến năm 2020, khu du lịch Sa Pa đáp ứng các tiêu chí và được công nhận là khu DLQG. Trước năm 2030, khu DLQG Sa Pa sẽ trở thành trung tâm du lịch nghỉ dưỡng, văn hóa tầm cỡ quốc gia, quốc tế với hệ thống cơ sở vật chất đồng bộ, hiện đại; sản phẩm du lịch đa dạng, đặc sắc, chất lượng cao, có thương hiệu, và khả năng cạnh tranh với các nước trong khu vực và quốc tế.

- Tỉnh cũng tổ chức quy hoạch du lịch chi tiết tại một số vùng cho phát triển du lịch như: Quy hoạch bảo tồn và phát triển bền vững khu bảo tồn thiên nhiên Hoàng Liên Sơn - Văn Bàn đến năm 2020; Quy hoạch sử dụng đất của huyện Si Ma Cai, huyện Văn Bàn và thị trấn Khánh Yên (Văn Bàn) nhằm bố trí quỹ đất cho các hoạt động du lịch và dịch vụ trên địa bàn; Đầu tư xây dựng khu bảo tồn động thực vật và cứu hộ Hoàng Liên Sơn thuộc Vườn quốc gia Hoàng Liên Sơn; Thực hiện quy hoạch du lịch bản Sáo Mý Tỷ, xã Tả Van, huyện Sa Pa; Quy hoạch điểm du lịch cộng đồng tại Trung Đô - xã Bảo Nhai (huyện Bắc Hà) và xã Nghĩa Đô (huyện Bảo Yên)... Đây là cơ sở để phát huy được tiềm năng, thế mạnh của từng khu vực và hình thành sản phẩm đặc trưng đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách du lịch.

### 3.2. Ban hành cơ chế, chính sách phát triển du lịch

Trong giai đoạn 2006-2013, UBND tỉnh đã ban hành Quyết định số 05/2008/QĐUBND về “Quy chế quản lý một số hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh Lào Cai”; Chỉ thị số 17/CT-UBND

ngày 5/9/2011 về việc “Tăng cường quản lý các hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh Lào Cai”, cùng với đó là Chỉ thị số 13/CT-UBND ngày 10/9/2013 về “Cải thiện môi trường văn hóa du lịch của tỉnh Lào Cai giai đoạn 2013- 2015”.

Sở VH, TT & DL Lào Cai cũng đã phối hợp với Sở Tài chính hoàn thiện dự thảo liên ngành hướng dẫn biển đăng ký giá kinh doanh lưu trú du lịch trên địa bàn tỉnh Lào Cai theo Quyết định số 2734/QĐ-UBND ngày 29/9/2010 của UBND tỉnh và hoàn thiện các danh mục các mặt hàng dịch vụ thuộc diện phải đăng ký giá, kê khai giá trên địa bàn nhằm chấn chỉnh lại một số hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh và tạo môi trường kinh doanh lành mạnh trong lĩnh vực du lịch.

Gần đây nhất, UBND tỉnh Lào Cai đã ra Quyết định số 23/2018/QĐ-UBND ngày 31 tháng 08 năm 2018 ban hành Quy định một số nội dung về quản lý hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh Lào Cai (thay thế Quyết định số 05/2008/QĐ-UBND ngày 23 tháng 01 năm 2008 của UBND tỉnh Lào Cai ban hành Quy chế quản lý một số hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh Lào Cai). UBND tỉnh Lào Cai đã quyết định thành lập Quỹ Hỗ trợ phát triển du lịch tỉnh Lào Cai. Quỹ này có nhiệm vụ tiếp nhận và quản lý tài sản được tài trợ, viện trợ theo ủy quyền từ các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước để tạo nguồn vốn của quỹ. Đến nay Quỹ đã vận động nguồn tài trợ với tổng số tiền hàng chục tỷ đồng.

Bên cạnh đó, những kế hoạch lớn như kế hoạch phát triển sản phẩm du lịch sinh thái cũng được tỉnh xúc tiến thực hiện với sự trợ giúp của Tổ chức Phát triển Hàn Quốc (KOIKA). Việc xây dựng quy hoạch, kế hoạch phát triển các điểm du lịch chủ chốt, các sản phẩm du lịch chủ chốt được cơ bản hoàn thành trong thời gian ngắn. Tỉnh đã và đang đẩy mạnh triển khai hàng loạt cơ chế, chính sách đồng bộ nhằm thúc đẩy du lịch - dịch vụ phát triển. Trong đó, xây dựng đô thị Sa Pa, thành phố Lào Cai là trung tâm du lịch - dịch vụ; thúc đẩy phát triển du lịch huyện Bát Xát, Bắc Hà, Bảo Yên, Văn Bàn nhằm mở rộng không gian du lịch

### 3.3. Thu hút đầu tư cho phát triển du lịch

Công tác thu hút đầu tư, phát triển hạ tầng du lịch được tỉnh quan tâm, chỉ đạo quyết liệt. Trong điều kiện ngân sách hạn hẹp, bên cạnh việc huy động, bố trí nguồn vốn từ ngân sách nhà nước để xây dựng các công trình hạ tầng du lịch then chốt, tỉnh đã tích cực thu hút, tạo điều kiện thuận lợi nhất cho các nhà đầu tư triển khai xây dựng hạ tầng và kinh doanh du lịch. Bởi vì, Lào Cai xác định yếu tố quyết định để kinh tế du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của địa phương là phát triển hạ tầng du lịch. Tính đến hết năm 2018, toàn tỉnh đã có 1.207 cơ sở lưu trú (989 khách sạn và nhà nghỉ, 207 homestay), đạt 96% so với mục tiêu đề án. Lào Cai đã và đang thu hút các nhà đầu tư có năng lực, các dự án có khả năng để từng bước đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh. Từ năm 2002 đến nay, UBND tỉnh đã chấp thuận dự án đầu tư, quyết định chủ trương đầu tư và cấp giấy chứng nhận đầu tư cho hơn 500 dự án với tổng vốn đăng ký đầu tư hơn 80 nghìn tỷ đồng, trong đó chủ yếu tập trung thu hút đầu tư từ khu vực tư nhân (3).

Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch cũng phối hợp với các ngành liên quan xây dựng các danh mục dự án mời gọi đầu tư trong lĩnh vực du lịch; hỗ trợ các tổ chức, doanh nghiệp trong việc tìm hiểu cơ hội đầu tư, triển khai dự án và định kỳ tổ chức các cuộc tiếp xúc, đối thoại để tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch...

Chủ trương của Lào Cai là ưu tiên thu hút đầu tư vào những địa phương có nhiều tiềm năng, thế mạnh, là trọng điểm du lịch, như huyện Sa Pa, Bắc Hà, Bát Xát và thành phố Lào Cai.

Theo UBND huyện Sa Pa, đến nay, trên địa bàn có 33 dự án đầu tư lĩnh vực du lịch, hạ tầng du lịch, thương mại, bất động sản với tổng vốn đầu tư khoảng 50,1 nghìn tỷ đồng. Các nhà đầu tư đến với Sa Pa đa số có tiềm năng về tài chính cũng như uy tín như: Bitexco, Sun Group, Vingroup, Trường Giang Sa Pa Group, Công ty Cổ phần Đầu tư Indochina, Công ty Cổ phần Pusamcap Sa Pa, Công ty Cổ phần Làng du lịch Sa Pa VIP... là một trong những địa phương có nhiều tiềm năng phát triển du lịch, được tỉnh ưu tiên thu hút đầu tư, nên riêng huyện Sa Pa đã có gần 500 cơ sở lưu trú với tổng số 6.000 phòng khách sạn. Trong đó, có 174 cơ sở lưu trú tại gia ở các thôn thuộc các xã Tả Van, Lao Chải, Hầu Thào, Nậm Sài, Tả Phìn, Bản Hồ, Thanh Phú và Thanh Kim với 2.800 giường (12). Các cơ sở lưu trú có thể đón được gần 3.000 khách qua đêm mỗi ngày. Bên cạnh đó, các dự án đang được tỉnh Lào Cai chỉ đạo và triển khai như: Công viên văn hóa Sa Pa, khu vui chơi giải trí Bản Qua (Bát Xát), khu du lịch đôi con gái (Sa Pa)... Du lịch cộng đồng gắn với xây dựng nông thôn mới do người dân trực tiếp đầu tư và thực hiện phát triển với trên 200 cơ sở lưu trú homestay tập trung tại các xã Tả Van, Tả Phìn, Lao Chải (huyện Sa Pa), xã Y Tý (huyện Bát Xát), xã Tả Chải, Na Hối, Bản Phố, Tả Van Chư, Bản Liên (huyện Bắc Hà), xã Nghĩa Đô (huyện Bảo Yên).

Tỉnh Lào Cai đang hoàn thiện báo cáo nghiên cứu tiền khả thi dự án cảng hàng không Sa Pa, đề xuất phương án đầu tư hợp tác công - tư nhằm huy động thêm nguồn lực ngoài nhà nước với tổng mức đầu tư hơn 5.903 tỷ đồng. Dự kiến, dự án sẽ được khởi công xây dựng trong năm 2019 và hoàn thành trong năm 2021 (10). Tỉnh Lào Cai đã ký kết thỏa thuận hợp tác với 11 đối tác với tổng vốn đầu tư khoảng trên 124 nghìn tỷ đồng, tương đương 5,3 tỷ USD. Ngoài ra, tỉnh cũng trao tám quyết định chủ trương đầu tư các dự án với tổng vốn đầu tư trên 22 nghìn tỷ đồng, tương đương 1 tỷ USD. Các dự án được triển khai ngay trong năm 2019 và đầu năm 2020.

Ngoài việc kêu gọi thu hút đầu tư cho du lịch, Lào Cai còn hỗ trợ người dân để phục vụ phát triển du lịch thông qua Quỹ Hỗ trợ phát triển du lịch của tỉnh. Đơn cử, năm 2017 huyện Bắc Hà đã hỗ trợ nhân dân, huyện Bắc Hà đã hỗ trợ nhân dân 3 xã Thái Giàng Phố, Lầu Thí Ngài và Tả Văn Chư trồng 10ha cây hoa tam giác mạch để phục vụ du lịch với định mức 80kg giống cây hoa tam giác mạch/ha và hỗ trợ phân bón với giá trị hơn 7 triệu đồng/ha. Trong đó, xã Thái Giàng Phố trồng 3,5ha, Lầu Thí Ngài trồng 3,5ha và xã Tả Văn Chư trồng 3ha hoa tam giác mạch (8).

Mặc dù vậy, công tác đầu tư cho phát triển du lịch của Lào Cai vẫn bộc lộ những hạn chế, đó là cơ sở vật chất chuyên ngành về hệ thống lưu trú, nhà hàng, khu vui chơi giải trí chưa đáp ứng được nhu cầu, đặc biệt là các cơ sở lưu trú chất lượng cao, cơ sở hạ tầng du lịch còn thiếu và yếu. Đơn cử, khu DLQG Sa Pa hiện chỉ có khoảng 800 phòng đạt tiêu chuẩn từ 4 sao trở lên. Dự báo nhu cầu lưu trú tại Sa Pa đến năm 2020 sẽ vào khoảng 10.000 phòng, năm 2030 sẽ là trên 25.000 phòng, trong đó khoảng 3.000 phòng khách sạn từ 3 sao trở lên. Như vậy, để có 10.000 phòng khách sạn vào năm 2020 đáp ứng nhu cầu lưu trú, Sa Pa cần thêm khoảng 6.000 phòng nữa và đến năm 2030 thêm khoảng 20.000 phòng (17). Như vậy, Sa Pa đang trong tình trạng thiếu phòng khách sạn và đặc biệt là khách sạn hạng sang. Chính vì vậy, cuối năm 2018 Sa Pa đã khai trương một loạt khách sạn hạng sang, trong đó có khách sạn đạt tiêu chuẩn 5 sao quốc tế của tập đoàn Sun Group với 249 phòng.

### 3.4. Hoạt động xúc tiến và quảng bá du lịch

Công tác tuyên truyền, quảng bá du lịch luôn được chú trọng triển khai thông qua các công cụ quảng cáo, truyền thông, xúc tiến gồm: Hoạt động xúc tiến và quảng bá du lịch được chú trọng thông qua nhiều hình thức phong phú không chỉ quảng bá sản phẩm, thương hiệu của du

lich Lào Cai mà còn góp phần quan trọng kết nối sản phẩm, tour, tuyến du lịch của các tỉnh, thành phố trong cả nước, nhất là các tỉnh Tây Bắc của Việt Nam. Hoạt động xúc tiến và quảng bá du lịch được thực hiện thông qua các công cụ:

Pano, áp phích ngoài trời; các ấn phẩm quảng cáo (sách hướng dẫn, tập gấp, bản đồ); các phương tiện nghe nhìn (Báo Lào Cai, phối hợp với các cơ quan thông tấn báo chí của Trung ương để xây dựng những tư liệu quảng bá cho du lịch Lào Cai như đài VOV, VTC 14, VTV4...); tổ chức quảng bá trực tuyến trên các trang web [www.sapa-tourism.com](http://www.sapa-tourism.com) (tiếp nhận từ dự án của vùng Aquitaine - Cộng hòa Pháp), [www.dulich.laocai.vn](http://www.dulich.laocai.vn) do Trung tâm Văn hóa, Thể thao và Du lịch quản lý, [www.dulichtaybac.vn](http://www.dulichtaybac.vn) được xây dựng với sự hỗ trợ của tổ chức SNV và Chương trình phát triển du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội (ESRT); tham gia các hội chợ trong nước và quốc tế; xây dựng các trung tâm thông tin du lịch; tổ chức các sự kiện và liên kết du lịch thường niên, các chương trình du lịch liên kết khu vực (chương trình hợp tác 8 tỉnh Tây Bắc mở rộng, chương trình “Du lịch về cội nguồn” - hợp tác giữa 3 tỉnh Lào Cai - Yên Bái - Phú Thọ)...

Thời gian tới, Lào Cai tiếp tục tăng cường hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch mang tính đồng bộ, thống nhất, thường xuyên, hấp dẫn với đẩy mạnh liên kết hợp tác phát triển du lịch. Đẩy mạnh công tác thông tin truyền thông, thông tin đại chúng, ứng dụng công nghệ thông tin trong quảng bá, xúc tiến du lịch, khuyến khích sử dụng mạng xã hội và các trang thông tin điện tử (website): [dulichlaocai.vn](http://dulichlaocai.vn); [sapa-tourism.com](http://sapa-tourism.com). Xây dựng chiến lược, xúc tiến quảng bá thương hiệu du lịch Lào Cai - Fansipan - Sa Pa.

### 3.5. Phát triển du lịch cộng đồng gắn với xây dựng nông thôn mới

Lào Cai là tỉnh vùng cao, biên giới, có nhiều dân tộc anh em cùng chung sống với những nét văn hóa đặc trưng đậm đà bản sắc dân tộc. Đây là tiềm năng, lợi thế để Lào Cai khai thác, phát huy các giá trị văn hóa bản địa nhằm phát triển du lịch theo hướng bền vững. Để phát huy tiềm năng đó, Lào Cai chủ trương phát triển du lịch cộng đồng. Đề án phát triển du lịch tỉnh Lào Cai giai đoạn 2016-2020 xác định “phát triển du lịch văn hóa cộng đồng là một trong những nội dung nhằm xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng của tỉnh”. Lào Cai phát triển du lịch cộng đồng dựa vào phương châm “lấy văn hóa dân tộc làm nền tảng và kim chỉ nam. Lào Cai phát triển du lịch cộng đồng đặc biệt là homestay (lưu trú tại gia) - một loại hình dành cho những du khách thích khám phá, trải nghiệm và tìm hiểu phong tục tập quán của người dân địa phương. Đến với homestay du khách sẽ được ba cùng (cùng ăn, cùng ở, cùng lao động) tại nhà dân để khám phá những nét văn hóa bản địa độc đáo. Hiện nay toàn tỉnh có 9 điểm du lịch cộng đồng thuộc các huyện Sa Pa, Bắc Hà, Bát Xát và thành phố Lào Cai với 189 cơ sở lưu trú homestay. Homestay là loại hình được phát triển mạnh nhất tại huyện Sa Pa. Hiện toàn huyện có 168 cơ sở lưu trú homestay (chiếm 84,8% toàn tỉnh) và tập trung nhiều nhất tại các xã Tả Van, Hầu Thào, Bản Hồ, Tả Phìn,... Trong đó riêng xã Tả Van đã có 51 cơ sở lưu trú homestay (chiếm trên 30% toàn huyện; 26,9% toàn tỉnh). Hai năm liền (2016-2017) Lào Cai đều được giải thưởng homestay ASEAN do các nước thành viên ASEAN trao... Doanh thu du lịch bình quân tại các hộ xã Tả Van đạt 25-30 triệu đồng/hộ/năm,...(9).

Mô hình phát triển du lịch cộng đồng Lào Cai dựa trên nét văn hóa truyền thống của người dân bản địa để xây dựng khai thác một số sản phẩm du lịch đặc trưng như: sản phẩm du lịch gắn với di sản văn hóa ruộng bậc thang Lào Cai (dựa trên di tích danh thắng ruộng bậc thang Sa Pa và ruộng bậc thang thung lũng Thề Pả, Bát Xát; sản phẩm “Chợ phiên vùng cao” dựa trên những phiên chợ truyền thống: Bắc Hà, Cán Cấu, Si Mai Ca, Mường Hum, Y Tý...

Tuy nhiên, phát triển du lịch cộng đồng ở Lào Cai còn bộc lộ nhiều bất cập, do hạn chế về hệ thống cơ sở hạ tầng của thôn bản, thiếu cơ sở vật chất kỹ thuật tại gia; thiếu đội ngũ thuyết minh và hướng dẫn viên có trình độ;...

Để giải quyết những bất cập đó, Lào Cai đã chủ trương phát triển du lịch cộng đồng gắn với xây dựng nông thôn mới. Bởi vì, thực tế cho thấy phát triển du lịch cộng đồng và xây dựng nông thôn mới có mối quan hệ tương tác với nhau, thúc đẩy nhau cùng phát triển. Việc phát triển du lịch cộng đồng góp phần vào tiêu chí đánh giá trong xây dựng nông thôn mới, ngược lại xây dựng nông thôn mới tạo nên hệ thống cơ sở hạ tầng nông thôn ngày càng hoàn thiện thúc đẩy phát triển du lịch cộng đồng tốt hơn. Xây dựng và phát triển du lịch cộng đồng gắn với xây dựng nông thôn mới là một trong những hướng đi quan trọng, đã và đang được tỉnh Lào Cai nói riêng và các tỉnh có tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng nói chung ưu tiên thực hiện nhằm bảo tồn và phát huy những nét văn hóa độc đáo của địa phương, đồng thời góp phần phát triển kinh tế, nâng cao thu nhập cho người dân.

Để phát triển du lịch cộng đồng gắn với xây dựng nông thôn mới ở Lào Cai, cần được sự quan tâm của các cấp chính quyền, các cơ quan chuyên môn và sự vào cuộc mạnh mẽ của các doanh nghiệp du lịch và người dân sở tại tập trung huy động nguồn lực đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng như: hệ thống giao thông nông thôn; xây dựng nhà du lịch cộng đồng, công trình vệ sinh công cộng, khu vực bán sản phẩm địa phương, khu vui chơi, giải trí,... và chú trọng công tác đào tạo, bồi dưỡng phát triển nguồn nhân lực.

### **3.6. Kết hợp hài hòa phát triển các loại hình du lịch đa dạng, hợp lý hấp dẫn du khách**

Dựa vào tiềm năng, thế mạnh về điều kiện tự nhiên, xã hội của địa phương về phát triển du lịch đa dạng, phong phú, tỉnh Lào Cai đã tổ chức thực hiện việc kết hợp phát triển hài hòa các loại hình du lịch đa dạng, hợp lý và hấp dẫn, thu hút du khách, như: Tỉnh đã thực sự sáng tạo trong việc xây dựng lịch trình và tổ chức các sự kiện làm cho bốn mùa trong năm của Lào Cai đều thực sự là bốn mùa lễ hội với mây ngàn Sa Pa, vó ngựa cao nguyên trắng Bắc Hà, hay kiệt tác ruộng bậc thang được khắc tạc trên núi đồi Bát Xát đều thực sự tỏa sáng, thôi thúc khát khao khám phá, thưởng ngoạn của du khách muôn phương, làm cho Lào Cai trở thành địa phương duy nhất của Việt Nam khi du khách đặt chân đến đều được tung bừng chào đón bằng “*Lễ hội bốn mùa*” - các lễ hội trong suốt bốn mùa Xuân, Hạ, Thu, Đông.

Mùa xuân Lào Cai tổ chức các lễ hội đầu xuân đặc sắc, hấp dẫn như Hội xuân Đền Thượng; hội Gầu Tào, hội Xuông Đòng, lễ hội hoa Sa Pa,...

Lễ hội mùa Hè là những cuộc đua ngựa kỳ thú hay lạc vào những vườn mận thơm mọng của cao nguyên trắng Bắc Hà; tại Sa Pa là những Ngày hội văn hóa Mông, Dao, Giáy, Tày,...

Lễ hội mùa Thu quỳn rữ diễn ra vào tháng 8, 9, 10 hằng năm đưa du khách thưởng lãm những chân ruộng bậc thang vàng rục, óng ả của Y Tý; chinh phục các đỉnh núi cao trên 3.000m ở Bát Xát; Lễ hội Trăng rằm tại Sa Pa; Giải marathon vượt núi quốc tế tại Sa Pa,...

Lễ hội mùa Đông ấn tượng với lễ hội tuyết tại Sa Pa diễn ra vào đúng dịp Noel đến hết Tết dương lịch.

“Lễ hội du lịch bốn mùa” đã được Lào Cai nâng tầm phát triển thành thương hiệu du lịch mới góp phần giới thiệu, quảng bá những nét văn hóa đặc trưng, cảnh sắc thiên nhiên tươi đẹp của địa phương, hấp dẫn du khách trong và ngoài nước.

Lào Cai đã xây dựng được một số “*thương hiệu*” và sản phẩm du lịch nổi tiếng, đặc trưng, hấp dẫn du khách như: Giải đua ngựa truyền thống Bắc Hà; Giải Marathon leo núi quốc tế (VMM), Giải đua xe đạp quốc tế một vòng đua hai quốc gia Việt Nam - Trung Quốc; Giải đua xe đạp vượt núi quốc tế theo cung đường thành phố Lào Cai - Bát Xát - Y Tý - Bản Khoang - Sa Pa; Lễ hội bốn mùa; Lễ hội trên mây Sa Pa;... Các di tích, di sản văn hóa, danh thắng tiếp tục phát huy giá trị, tạo thành những sản phẩm du lịch hấp dẫn du khách như: danh thắng ruộng bậc thang Sa Pa, Bát Xát; các di tích Đền Bảo Hà, Đền Mẫu, Đền Cô Tân An, Đền Thượng, Dinh Hoàng A Tưởng; các di sản văn hóa phi vật thể như lễ hội, nghệ thuật truyền thống, nghề thủ công truyền thống, chợ phiên...

Ngoài ra, Lào Cai đã vận hành thử nghiệm tuyến vận tải hành khách du lịch Cá Cự (Trung Quốc) - Sa Pa (Việt Nam); nhiều dự án khu du lịch nghỉ dưỡng, khu du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng đã và đang đi vào hoạt động góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ du lịch, như: khu vui chơi giải trí cáp treo Fansipan, khu sinh thái Topas, khu du lịch cộng đồng Lá Dao, các khách sạn tiêu chuẩn 5 sao... đã giúp cho tỉnh thu hút lượng khách du lịch ngày càng đông.

### 3.7. Liên kết và hợp tác quốc tế trong phát triển du lịch

Thời gian qua, tỉnh Lào Cai đã có nhiều sự phối hợp, liên kết với các địa phương trong nước và tổ chức nước ngoài nhằm phát triển du lịch của tỉnh. Trong đó tỉnh đã chú ý phát triển theo chiều sâu các chương trình liên kết phát triển du lịch, như: Chương trình hợp tác 8 tỉnh Tây Bắc mở rộng; Hợp tác phát triển du lịch tâm linh dọc Sông Hồng - Lào Cai - Yên Bái - Phú Thọ; Chương trình hợp tác Lào Cai - Hà Nội; Lào Cai - TP. Hồ Chí Minh; Chương trình hợp tác 5 tỉnh hành lang kinh tế Côn Minh - Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh; Hợp tác với EU trong phát triển du lịch có trách nhiệm tại 8 tỉnh Tây Bắc; Hợp tác với tổ chức ILO trong việc nâng cao năng lực cho Trung tâm Thông tin du lịch Lào Cai, xây dựng hệ thống giới thiệu chức năng thông tin du lịch, in tờ rơi quảng bá tại khu trung bày và bán thổ cẩm...; Hợp tác với SNV trong việc tổ chức 02 khóa đào tạo thí điểm về nghiệp vụ lưu trú tại gia và thuyết minh viên du lịch cộng đồng tại Sa Pa...; Hợp tác với cơ quan Hợp tác Phát triển quốc tế Tây Ban Nha trong việc phát triển du lịch cộng đồng; Phối hợp với AFD trong phát triển du lịch sinh thái và bảo vệ đa dạng sinh học; Hợp tác với vùng Aquitaine - Cộng hòa Pháp trong việc quy hoạch đô thị và du lịch Sa Pa; Hợp tác với vùng Vancouver - Canada trong các hoạt động nghiên cứu, quy hoạch và phát triển du lịch cộng đồng;... Các chương trình hợp tác này có nhiều hiệu quả trong việc phát triển sản phẩm du lịch, quản lý du lịch, phát triển nguồn nhân lực, xúc tiến và quảng bá du lịch.

Hiện nay, Lào Cai đang thực hiện tăng cường liên kết, hợp tác khai thác tối đa lợi thế tuyến hành lang Côn Minh - Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh để kết nối du lịch núi với du lịch biển; mở rộng liên kết với các trung tâm du lịch lớn của Việt Nam để khai thác các loại hình du lịch nghỉ dưỡng núi cao cấp, du lịch biển; tiếp tục chương trình hợp tác 8 tỉnh Tây Bắc mở rộng Lào Cai - Yên Bái - Phú Thọ - Hà Giang - Lai Châu - Điện Biên - Sơn La - Hòa Bình để phát triển các sản phẩm du lịch chuyên biệt, phát triển tuyến du lịch ruộng bậc thang.

### 3.8. Phát triển nguồn nhân lực du lịch

Tỉnh Lào Cai luôn quan tâm chú ý đào tạo, xây dựng và phát triển nguồn nhân lực du lịch. Do đó, nguồn nhân lực du lịch tỉnh Lào Cai đã có những bước phát triển rõ rệt trong những năm qua. Giai đoạn 2006-2013, tỉnh đã tăng cường hợp tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch với các tổ



chức SNV, EU, ILO bằng việc triển khai nhiều chương trình đào tạo chuyên ngành khách sạn, lữ hành, tiếng Anh, tiếng Pháp; liên kết với các trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Đại học Mở Hà Nội, Trường Cao đẳng Du lịch Hà Nội, Trường Hoa Sữa tổ chức các khóa bồi dưỡng nghiệp vụ, đào tạo nghề trong lĩnh vực du lịch. Từ năm 2011-2013 số lượng học viên về du lịch đã được các tổ chức, trường, trung tâm dạy nghề trên địa bàn tỉnh đào tạo với tổng số 1068 học viên, cụ thể: Nghiệp vụ hướng dẫn du lịch: 208 học viên; Kỹ năng du lịch cộng đồng: 658 học viên; Kinh doanh thương mại: 60 học viên; Nghiệp vụ buồng bàn khách sạn: 142 học viên 11. Trong 2 năm 2016, 2017, nguồn nhân lực phục vụ du lịch không ngừng được bổ sung với trên 3.500 lao động được đào tạo, đào tạo lại và bồi dưỡng mới, nâng tổng số lao động du lịch được qua đào tạo bồi dưỡng của tỉnh lên trên 9.500 lao động (22).

Tuy vậy, do việc phát triển nhanh chóng của quy mô và những đòi hỏi về nâng cao chất lượng của du lịch, nguồn nhân lực du lịch Lào Cai vẫn còn yếu và thiếu so với yêu cầu, đặc biệt là lực lượng lao động có kỹ thuật cao, nhiều kinh nghiệm và lực lượng lao động quản lý. Các cơ sở đào tạo về du lịch của tỉnh còn non trẻ, thiếu giáo viên, các chương trình đào tạo và cơ sở vật chất kỹ thuật còn nhiều hạn chế.

Để khắc phục vấn đề nguồn nhân lực du lịch, Lào Cai chủ trương phát triển nguồn nhân lực và tăng cường hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch. Gắn đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch tại chỗ của địa phương với thu hút nguồn nhân lực du lịch có trình độ cao từ các địa phương khác. Kiện toàn bộ máy quản lý nhà nước về du lịch từ cấp tỉnh đến các huyện, thành phố theo hướng đồng bộ, chuyên nghiệp, hiệu lực và hiệu quả, đáp ứng yêu cầu quản lý du lịch.

#### **4. MỘT SỐ BÀI HỌC KINH NGHIỆM RÚT RA CÓ THỂ VẬN DỤNG CHO PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở TỈNH TUYÊN QUANG**

Từ việc khảo sát, nghiên cứu quá trình tổ chức thực hiện phát triển du lịch tỉnh Lào Cai cùng với các kết quả của nó những năm qua, có thể rút ra một số bài học kinh nghiệm cho tỉnh Tuyên Quang (một tỉnh miền núi phía Bắc cũng có nhiều tiềm năng, thế mạnh trong phát triển du lịch, có nhiều điểm tương đồng với tỉnh Lào Cai) có thể vận dụng trong phát triển du lịch của tỉnh như sau:

- Cần có những chỉ đạo sâu sát, thống nhất, toàn diện của lãnh đạo các cấp từ Trung ương đến địa phương trong quá trình thúc đẩy phát triển du lịch của tỉnh, đặc biệt là phát triển du lịch theo hướng bền vững.
- Chú ý xây dựng chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, cơ chế, chính sách về phát triển du lịch của tỉnh. Trong đó xây dựng chiến lược, quy hoạch phát triển du lịch phải đi trước một bước. Công tác quy hoạch cần được thực hiện tới cấp huyện một cách nhanh chóng. Cần phát triển du lịch một cách bài bản và chuyên nghiệp, kể từ khâu lập quy hoạch, kế hoạch, định hướng phát triển tới việc tổ chức thực hiện phát triển kinh doanh du lịch.
- Cần xác định du lịch là một ngành Kinh tế và phải chú ý đầu tư để phát triển. Trong đó đặc biệt tập trung cho nâng cao chất lượng phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng du lịch, như: hệ thống giao thông vận tải, thông tin, điện, nước, vệ sinh công cộng, nhà hàng ăn uống, khách sạn, dịch vụ thương mại, các tụ điểm, trung tâm vui chơi giải trí,... để thu hút và khuyến khích tiêu dùng của khách du lịch.

- Đầu tư thỏa đáng cho công tác quản lý nhà nước về du lịch, công tác quảng bá, xúc tiến du lịch của tỉnh. Tăng cường công tác truyền thông bao gồm từ truyền thông cộng đồng cho phát triển du lịch tới truyền thông đại chúng trong nước nhằm thúc đẩy mục tiêu phát triển du lịch bền vững. Tăng cường hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch mang tính đồng bộ, thống nhất, thường xuyên, hấp dẫn với đầy mạnh liên kết hợp tác phát triển du lịch. Đẩy mạnh công tác thông tin truyền thông, thông tin đại chúng thông qua các công cụ truyền thông như: pano, áp phích, báo, đài địa phương và trung ương, kể cả ngoài nước; ứng dụng công nghệ thông tin trong quảng bá, xúc tiến du lịch, khuyến khích sử dụng mạng xã hội và các trang thông tin điện tử (website).

- Khuyến khích tăng cường vai trò của khu vực tư nhân và xã hội hóa du lịch. Đây là điều kiện cơ bản cho việc phát triển du lịch với quy mô lớn như tỉnh Lào Cai. Để thực hiện việc này đòi hỏi phải có sự đổi mới tư duy, cần thay đổi từ cách tiếp cận với khu vực tư nhân, xây dựng các cơ chế hợp tác tới việc đưa ra các giải pháp cụ thể kêu gọi các doanh nghiệp và các tập đoàn kinh tế hợp tác đầu tư và phát triển du lịch.

- Biết phát huy các tiềm năng, lợi thế phát triển du lịch của địa phương. Trên cơ sở tổ chức xây dựng duy trì, phát triển các sản phẩm du lịch đặc trưng, các điểm du lịch đặc sắc và tổ chức phát triển hài hòa, hữu cơ các loại hình du lịch trên cơ sở khai thác, phát huy tiềm năng thế mạnh của địa phương, đặc biệt là du lịch văn hóa cộng đồng, du lịch sinh thái, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch tâm linh, du lịch thể thao, du lịch mạo hiểm,...

- Tăng cường hợp tác, liên kết phát triển du lịch. Muốn phát triển du lịch tỉnh nhanh, mạnh, bền vững thì cần phải có sự hợp tác, liên kết phát triển du lịch. Sự hợp tác, liên kết phát triển du lịch phải bắt đầu từ sự hợp tác, liên kết giữa các địa phương có tiềm năng phát triển du lịch trong tỉnh; hợp tác, liên kết với các tỉnh trong nước và với các tổ chức quốc tế và các quốc gia khác.

- Nâng cao năng lực, trình độ đội ngũ nhân lực trong phát triển du lịch, coi đây là khâu then chốt trong phát triển du lịch bền vững, bao gồm: nâng cao nhận thức của người dân và cộng đồng về phát triển du lịch bền vững; phát triển nguồn nhân lực du lịch cả về số lượng và đặc biệt là chất lượng; nâng cao năng lực quản lý chuyên môn du lịch và năng quản lý nhà nước về du lịch.

- Tăng cường vai trò quản lý nhà nước trong phát triển du lịch của tỉnh thông qua việc xây dựng chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển du lịch; ban hành cơ chế, chính sách; tổ chức thực hiện các hoạt động du lịch; kiểm tra, kiểm soát các hoạt động phát triển du lịch trên địa bàn, nhằm thúc đẩy phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh. Đây là nhân tố đặc biệt quan trọng mang tính quyết định đối với phát triển du lịch bền vững.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. *Lào Cai hướng tới là trọng điểm thu hút khách du lịch* (2019), truy cập ngày 21/6/2019, từ <https://www.nhandan.com.vn/du-lich/item/40824602.html>

2. *Lào Cai: Chú trọng đầu tư hạ tầng để phát triển du lịch* (2019), truy cập ngày 15/7/2019, từ <https://dulichhanoi.vn/>

3. *Lào Cai thu hút đầu tư phát triển hạ tầng du lịch* (2019), truy cập ngày 21/6/2019, từ <http://tapchithongtindoingoi.vn/kinh-te-dau-tu/-21011>

4. *Lào Cai phải hướng đến phát triển du lịch bền vững và bao trùm* (2019), truy cập ngày 22/6/2019, từ <http://vpctn.gov.vn/Pages/TinTuc/202292/html>

5. Việt Cường - Đức Toàn (2018), *Vận hội mới cho du lịch Lào Cai*, truy cập ngày 22/6/2019, từ <https://baomoi.com/26538710.epi>
6. Thủy Bích (2019), *Lào Cai đón hơn 1,4 triệu lượt khách du lịch trong quý I/2019*, truy cập ngày 21/6/2019, từ <https://bvhttdl.gov.vn/-20190405153511271.htm>
7. Nguyễn Thị Hoàn (2019), *nhiều tín hiệu tích cực từ Đề án “Phát triển du lịch Lào Cai giai đoạn 2016 - 2020”*, truy cập ngày 25/6/2019, từ <http://www.dangcongsan.vn/kinh->
8. Thảo Linh (2017), *Lào Cai: Bắc Hà sẽ trồng 10 ha hoa Tam giác mạch để phục vụ du lịch*, truy cập ngày 1/7/2019, từ <http://toquoc.vn/99166888.htm>
9. Hồng Minh (2017), *Phát triển du lịch cộng đồng trong lộ trình xây dựng nông thôn mới ở Lào Cai*, truy cập ngày 1/7/2019, từ <https://laocai.gov.vn/ubnd-laocai/4/469/39616/279458/.aspx>.
10. Hải Nam (2019), *SunGroup sẽ được đầu tư sân bay Sa Pa hơn 5.900 tỷ đồng*, truy cập ngày 1/7/2019, từ <https://kinhthemoitruong.vn/8089.html>
11. Năm 2016 doanh thu từ các hoạt động du lịch Lào Cai tăng mạnh (2017), truy cập ngày 5/7/2019, từ <https://laocai.gov.vn/svhttdl/.aspx>
12. Hồng Ninh - Cao Hương (2018), *Du lịch homestay ở Sa Pa hấp dẫn du khách*, truy cập ngày 1/7/2019, từ <https://dantocmiennui.vn/du-lich/169060.html>
13. UBND (2008), *Quyết định số 05/2008/QĐ-UBND của Ủy ban nhân dân tỉnh Lào Cai về “Quy chế quản lý một số hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh Lào Cai”*.
14. UBND tỉnh Lào Cai (2005), *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Lào Cai giai đoạn 2005-2015, định hướng 2020*.
15. UBND tỉnh Lào Cai (2015), *Quy hoạch phát triển du lịch tỉnh Lào cai giai đoạn 2015-2020, tầm nhìn đến năm 2030*.
16. UBND (2018), *Quyết định số 23/2018/QĐ-UBND ngày 31 tháng 08 năm 2018 ban hành quy định một số nội dung về Quản lý hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh Lào Cai*.
17. Hương Thu (2018), *Du lịch Lào Cai - lĩnh vực đột phá kinh tế địa phương*, truy cập ngày 1/7/2019, từ <https://dantocmiennui.vn/du-lich/225201.html>
18. Hồng Thủy (2018), *Lào Cai phát triển du lịch cộng đồng và bảo tồn bản sắc văn hóa*, truy cập ngày 1/7/2019, từ, <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/27085>
19. Thanh Thủy (2019), *Lào Cai phát triển các chương trình liên kết du lịch theo chiều sâu*, truy cập ngày 5/7/2019, từ <http://truyenhinhdulich.vn/tin-tuc/3161.html>
20. Tổng quan thông tin về du lịch Lào Cai (2017), truy cập ngày 5/7/2019, từ <https://vpubnd.laocai.gov.vn/vpubnd/1228/27493/53102/253390/.aspx>
21. Tuyên Quang đột phá phát triển du lịch (2018), truy cập ngày 5/7/2019, từ <http://tapchithongtindoingoi.vn/19678>
22. Phùng Nam Trung (2018), *Lào Cai: Tập trung nguồn lực phát triển du lịch*, truy cập ngày 5/7/2019, từ <http://tuyengiao.vn/112259>

## LAO CAI TOURISM DEVELOPMENT: LESSONS FOR TUYEN QUANG

**To Duc Hanh**

*National Economics University*

### **Abstract**

Tuyen Quang is a mountainous province with great potential for tourism development. With the identification of tourism is an important economic sector of the Province, in the past years, Tuyen Quang province tourism has developed quite well. If in 2016 there were 1,440,500 tourists visiting Tuyen Quang, in 2018 the tourists were 1,675,700 visitors; The total revenue from tourists also increased from VND 1,239 billion in 2016 to VND 1,504 billion in 2018 (21). However, these achievements are not commensurate with the potential of the Province. Lao Cai is also a mountainous province, there are many similarities with Tuyen Quang province, but in 2016, there were 2.77 million visitors to Lao Cai, in 2018 the tourists were 4.3 million; The total revenue from tourists also increased from VND 6,405 billion in 2016 to VND 13,406 billion in 2018 (17). To further develop tourism, Tuyen Quang province can refer to the tourism development experience of some provinces, in which Lao Cai province. The research focuses on tourism development experience in Lao Cai province and draws out lessons that can be applied to tourism development in Tuyen Quang province.

### **Keywords**

Tourism lessons, tourism development

## MỘT SỐ KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN DU LỊCH ĐỊA PHƯƠNG CỦA NHẬT BẢN VÀ GỢI Ý CHO LÂM BÌNH, TUYÊN QUANG

**Phan Cao Nhật Anh**

*Viện Nghiên cứu Đông Bắc Á, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam*

### Tóm tắt

Trong những năm qua, với sự gia tăng liên tục lượng khách quốc tế đến Nhật Bản, du lịch trở thành lĩnh vực phát triển đóng góp cho sự tăng trưởng của nền kinh tế đất nước mặt trời mọc. Thủ tướng Nhật Bản Shinzo Abe xác định du lịch là ngành công nghiệp mũi nhọn, với mục tiêu tới năm 2020 sẽ đạt 40 triệu khách du lịch và năm 2030 đạt 60 triệu khách. Trong đó, du lịch địa phương là một nội dung quan trọng trong chiến lược phát triển của Nhật Bản. Du lịch địa phương hướng tới phát huy các thế mạnh như văn hóa ẩm thực, nghề truyền thống, phong cảnh thiên nhiên,... Ngoài ra, các địa phương Nhật Bản tăng cường liên kết, phối hợp nhằm thu hút khách du lịch. Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu, du lịch Nhật Bản cũng đối mặt với nhiều thách thức do sự gia tăng số lượng khách. Thông qua phân tích đánh giá du lịch địa phương của Nhật Bản, bài viết đưa ra gợi ý cho phát triển du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang.

### Từ khóa

Du lịch, địa phương, Nhật Bản, ẩm thực, Lâm Bình, Tuyên Quang.

### 1. NGÀNH CÔNG NGHIỆP MŨI NHỌN CỦA NHẬT BẢN

Cho đến những năm đầu thế kỷ XXI, ngành Du lịch Nhật Bản chưa được xem là ngành kinh tế mũi nhọn trong cơ cấu kinh tế của đất nước mặt trời mọc. Một phần do Nhật Bản ít chú trọng tới việc thu hút khách du lịch quốc tế, chính phủ thường ưu tiên phát triển các ngành Công nghiệp điện tử. Thêm vào đó, thảm họa động đất sóng thần ngày 11/3/2011 tàn phá, gây mối lo ngại về phóng xạ khiến cho lượng khách du lịch đến Nhật Bản sụt giảm mạnh. Nhưng từ năm 2012 đến nay, ngành Du lịch Nhật Bản đã có bước phát triển thần kỳ, trở thành ngành kinh tế mũi nhọn đóng góp cho tăng trưởng kinh tế của Nhật Bản.

Hiện nay, Nhật Bản đang là địa điểm hấp dẫn, thu hút khách du lịch đến từ nhiều quốc gia trên thế giới. Theo thống kê của Tổ chức Du lịch quốc gia Nhật Bản, năm 2015, du khách nước ngoài đến Nhật Bản tăng 47,1% so với năm 2014 lên 19.737.409 người. Đây là kết quả của việc nới lỏng điều kiện visa, đồng yên giảm giá và các hoạt động thu hút khách du lịch của Nhật Bản. Trong đó, đáng chú ý là lượng khách Trung Quốc tăng đột biến 107,3%, Hồng Kông (Trung Quốc) tăng 64,6% và Việt Nam tăng 49,2%. Thời điểm năm 2014, những nước có khách du lịch nhiều hơn Nhật Bản chỉ có Pháp, Mỹ, Tây Ban Nha, Trung Quốc và Italia<sup>145</sup>.

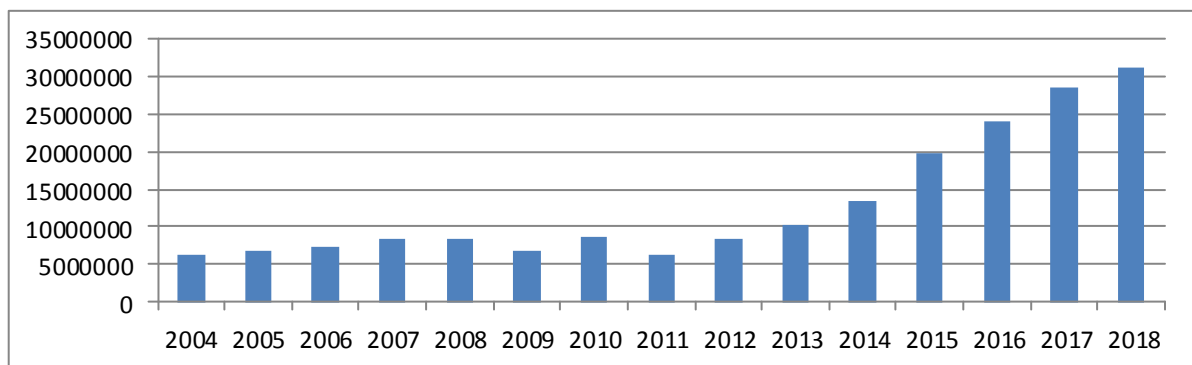
<sup>145</sup> 日本の「観光立国」、労働市場開放につながるか

<http://jp.reuters.com/article/column-japan-tourism-labor-idJPKCN0XC0V5?pageNumber=1>

Về cơ cấu quốc tịch khách du lịch nước ngoài tại Nhật Bản, số liệu năm 2017 cho thấy nhóm 4 nước và vùng lãnh thổ gồm Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan (Trung Quốc), Hồng Kông (Trung Quốc) nhiều nhất, chiếm tỷ lệ 74,2%. Đông Nam Á chiếm 10,2%; Bắc Mỹ chiếm 5,9%; châu Âu 3,8% và Australia 1,7%<sup>146</sup>.

Chính phủ đã đặt ra mục tiêu năm 2020, thời điểm diễn ra Olympic Tokyo, sẽ tăng lượng khách du lịch lên 20 triệu người. Nhưng năm 2015, lượng khách ngoại quốc đến Nhật Bản đã vượt qua kỷ lục trước đây là 19.730.000 người, mục tiêu 20 triệu có thể đạt được trong tầm tay nên Nhật Bản xác định cần đề ra chính sách về triển vọng du lịch hướng tới mục tiêu mới về số lượng khách du lịch đến Nhật Bản.

Tại cuộc họp Chính phủ ngày 30/3/2016, Thủ tướng Shinzo Abe cho rằng du lịch là trụ cột của chiến lược tăng trưởng, là động cơ để GDP đạt 600 nghìn tỷ yên. Trên cơ sở đó, hướng tới Olympic Tokyo sẽ diễn ra vào năm 2020 và những năm sau đó, Nhật Bản nỗ lực đưa ra mục tiêu mới, biến du lịch thành ngành công nghiệp mũi nhọn. Nâng mục tiêu lên cao hơn nữa, năm 2020 sẽ đạt 40 triệu khách du lịch và năm 2030 đạt 60 triệu khách. Đây có thể là con số đầy tham vọng nhưng không phải là không thực hiện được. Dự tính triển vọng tiêu dùng của khách du lịch ngoại quốc năm 2020 sẽ đạt 8 nghìn tỷ yên, năm 2030 là 15 nghìn tỷ yên<sup>147</sup>.



Hình 1: Lượng khách du lịch đến Nhật Bản

Nguồn: 訪日外客数 (年表) (Số lượng khách đến Nhật Bản)

[https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor\\_trends/](https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_trends/)

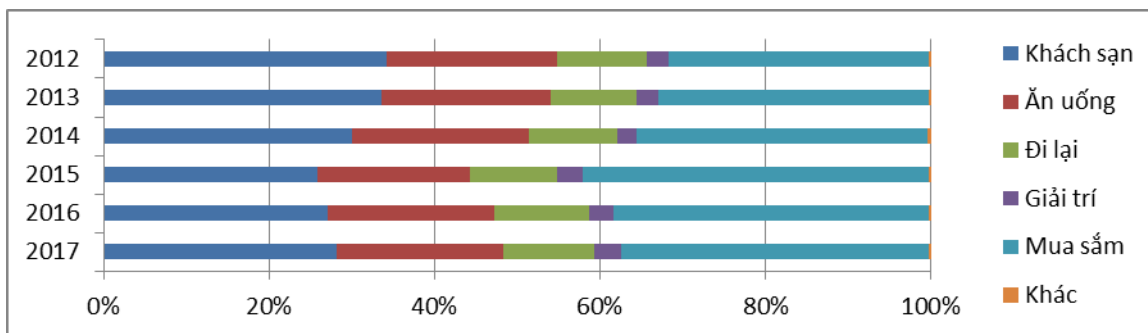
Năm 2016, khách du lịch đến Nhật Bản tăng 21,79% so với năm trước đó; năm 2017 tăng 19,34% và năm 2018 tăng 8,71%. Việc du khách nước ngoài đến Nhật Bản gia tăng như một liều thuốc cho Nhật Bản đang phải đối mặt với giảm phát và tăng trưởng thấp. Nhật Bản có thể tận dụng hiệu quả nhu cầu từ các quốc gia đang tăng trưởng nhanh. Đặc biệt là khách du lịch đến từ châu Á, họ mua nhiều thứ từ đồ cao cấp đến những vật dụng đơn giản hàng ngày.

<sup>146</sup> 訪日プロモーション地方連携事業, 平成31年度近畿運輸局事業実施方針

<http://www.tb.mlit.go.jp/kinki/koutsu/kankou/VJtihourenkeijigyoku.html>

<sup>147</sup> 首相 訪日外国人年間4000万人の新目標示す

[http://www3.nhk.or.jp/news/html/20160330/k10010462101000.html?utm\\_int=news-politics\\_contents\\_list-items\\_029](http://www3.nhk.or.jp/news/html/20160330/k10010462101000.html?utm_int=news-politics_contents_list-items_029), truy cập ngày 2/5/2016



Hình 2: Cơ cấu chi tiêu khách du lịch nước ngoài tại Nhật Bản

Nguồn: <http://www.tb.mlit.go.jp/kinki/koutsu/kankou/VJtithourenkeijigyou.html>

Năm 2020, Nhật Bản đăng cai Olympic Tokyo, được coi là cơ hội để thúc đẩy du lịch, nhưng làm thế nào để thực hiện nhiệm vụ đó lại là một thách thức. Nhật Bản đã xây dựng chiến lược chuẩn bị cho Thế vận hội trong việc phát triển và thu hút nguồn nhân lực vào ngành Du lịch, nỗ lực để đáp ứng yêu cầu và tạo một môi trường thuận lợi cho du khách nước ngoài.

## 2. CHÚ TRỌNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH ĐỊA PHƯƠNG

Từ khi trở lại cầm quyền lần thứ hai vào tháng 12/2012, Thủ tướng Shinzo Abe đưa ra nhiều cải cách sâu rộng trên các lĩnh vực kinh tế, chính trị, xã hội... tạo ra sự thay đổi và đạt được thành tựu nhất định. Chính sách phát triển địa phương cũng là một điểm nhấn trong các cải cách của Thủ tướng Abe. Ở đây, phát triển địa phương (tiếng Nhật là: 地方創生, được hiểu là tái sinh, khôi phục, sáng tạo và phát triển tất cả các địa phương, nhất là các tỉnh vùng nông thôn Nhật Bản). Thực tế, trước đây khách du lịch đến Nhật Bản chủ yếu tập trung tại các thành phố lớn như Tokyo, Osaka, Nagoya, Kyoto,... Nhưng hiện nay, số lượng khách du lịch hướng đến trải nghiệm tại các địa phương Nhật Bản đang gia tăng. Chi phí của du khách tại các địa phương Nhật Bản đang tăng nhanh hơn so với khu vực còn lại. Du lịch địa phương đang giữ vai trò quan trọng trong ngành Kinh tế du lịch Nhật Bản hiện nay.

Về tổng thể phát triển ngành Du lịch địa phương, chính quyền Thủ tướng Shinzo Abe đã sớm đưa ra chiến lược tổng hợp phát triển hạ tầng, con người, việc làm ở các địa phương. Ngày 03/9/2014, Thủ tướng Abe đã công bố một loạt chính sách liên quan đến phát triển địa phương. Đây được coi là chính sách “*Abenomics địa phương*”.

Trong đó, coi du lịch là động lực phát triển cho các khu vực phụ cận và nông thôn. Điều này phù hợp với chiến lược phát triển quốc gia đặt mục tiêu hướng tới ngành Công nghiệp du lịch Nhật Bản đạt đẳng cấp thế giới. Ngành Du lịch tạo ra việc làm và môi trường yên tâm làm việc tại các địa phương. Địa phương cần nâng cao sức cạnh tranh trong phát triển du lịch, quảng cáo sản phẩm nổi tiếng của địa phương, chấn hưng văn hóa, thể thao, nghệ thuật. Các địa phương nỗ lực tạo việc làm bằng cách tận dụng nguồn tài nguyên bản địa về nông nghiệp, du lịch, văn hóa,... đồng thời tận dụng cơ sở vật chất sẵn có như: các trường học, cửa hàng, trung tâm văn hóa, đất nông nghiệp bỏ hoang... Để tạo ra vòng tuần hoàn tốt, chính phủ tập trung hỗ trợ phát triển ngành mũi nhọn, có chức năng đầu tàu kéo thu nhập và nền kinh tế của địa phương đi lên.

Chính sách phát triển du lịch địa phương dưới thời Thủ tướng Abe có mục tiêu kép, vừa phát triển du lịch, phát huy thế mạnh địa phương thu hẹp khoảng cách phát triển kinh tế giữa các địa phương nhằm hướng tới bảo đảm sức tăng trưởng trong tương lai, vừa ngăn chặn tình trạng

thiếu hụt lực lượng lao động do di dân từ địa phương ra các thành phố lớn và già hóa dân số. Thúc đẩy Abenomics ở địa phương thông qua việc phát triển du lịch địa phương tạo ra vòng tuần hoàn là công việc sẽ kéo con người về với địa phương và con người lại tạo ra công việc, qua đó nâng cao thu nhập bình quân của địa phương.

Sách Trắng Du lịch năm 2019 của Nhật Bản phân loại 08 thành phố lớn gồm Tokyo, Kanagawa, Chiba, Saitama, Aichi, Osaka, Kyoto và Hyogo thuộc vào loại đô thị, còn 41 khu vực còn lại là địa phương. Theo thống kê, tiêu dùng của du khách nước ngoài ở khu vực địa phương đã đạt 1,036 nghìn tỷ yên (khoảng 9,67 tỷ USD) trong năm 2018, tăng 58% so với năm 2015. Trong khi chi tiêu du lịch của khách nước ngoài tại Nhật Bản, bao gồm tất cả chi phí khi đi du lịch, tổng cộng đạt 4,5 nghìn tỷ yên trong năm 2018, tăng khoảng 30% so với năm 2015<sup>148</sup>. Như vậy, tốc độ tăng mức tiêu dùng ở khu vực địa phương cao hơn nhiều so với đô thị trung tâm. Lý giải điều này, các chuyên gia cho rằng nhiều khách nước ngoài chuyển hướng đến thăm các vùng địa phương trải nghiệm văn hóa và thiên nhiên Nhật Bản.

### 3. MỘT SỐ BIỆN PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH ĐỊA PHƯƠNG

#### - Nâng cao khả năng Anh ngữ

Một yếu tố đảm bảo chất lượng du lịch quốc tế là năng lực tiếng Anh của nhân viên ngành Du lịch, đặc biệt là những người thường xuyên tiếp xúc với khách hàng. So với các quốc gia khác, Nhật Bản tương đối thuần nhất, được duy trì dựa trên tiền đề đơn thuần là tiếng Nhật, quy phạm của Nhật và sự phán đoán năng lực kiểu Nhật chứ không phải sự tồn tại chung của cộng đồng nhiều dân tộc. Mặt khác, tiếng Anh được dạy ở trường nhưng thường nặng về ngữ pháp, không có nhiều thời gian sử dụng thực tế. Hệ quả là dịch vụ ngoại ngữ kém đứng đầu trong số các phân nân mà các du khách nước ngoài từ Mỹ và châu Âu thường gặp phải, đặc biệt trong các lĩnh vực liên quan đến vận tải, do sự phức tạp của hệ thống và thiếu giải thích bằng tiếng Anh. Hay như thực đơn có hình ảnh món ăn nhưng lại thiếu chú thích bằng tiếng Anh cũng là một rào cản đối với khách du lịch.

Nỗ lực cải thiện khả năng nói tiếng Anh của người dân Nhật Bản đã trở thành ưu tiên quốc gia hàng đầu khi Olympic Tokyo đang đến gần. Nhiều nhà lãnh đạo doanh nghiệp như chủ tịch tập đoàn SoftBank, nhà sáng lập công ty thương mại điện tử Rakuten,... đã quyết định đưa tiếng Anh vào làm ngôn ngữ chính trong công ty. Nhật Bản đưa ra các khuyến nghị nhằm đạt được mục tiêu vào giữa thế kỷ, người Nhật sẽ nói tiếng Anh thông thạo<sup>149</sup>.

Trong ngành Du lịch, sách Trắng về Du lịch Nhật Bản đã đề xuất đẩy mạnh giáo dục ngoại ngữ để tăng số lượng nhân viên có khả năng cung cấp dịch vụ tốt cho những du khách nói các ngôn ngữ khác nhau. Việc trao đổi ngôn ngữ thuận tiện sẽ gia tăng số khu vực mà du khách muốn đến thăm. Đây không phải là một nhiệm vụ dễ dàng, đòi hỏi sự đồng bộ của các ngành liên quan như: giáo dục, du lịch và truyền thông.

#### - Quảng bá ẩm thực địa phương truyền thống

Ẩm thực truyền thống Nhật Bản (washoku) là một trong 22 di sản của Nhật Bản được công nhận trong danh sách Di sản văn hóa phi vật thể của UNESCO vào năm 2013. Khách du lịch đến

<sup>148</sup> Nhật Bản ‘hót bạc’ của du khách nước ngoài nhờ... du lịch nông thôn, <https://baoquocte.vn/nhat-ban-hot-bac-cua-du-khach-nuoc-ngoai-nho-du-lich-nong-thon-96396.html>

<sup>149</sup> Clyde Prestowitz (2018), *Chấn hưng Nhật Bản*, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật, tr.145.



Nhật Bản thường nghĩ ngay đến việc được thưởng thức những đặc sản nổi tiếng như: sushi, sashimi, okonomiyaki,... hay rượu sake ngọt ngào, hoặc được trải nghiệm sự thanh thản tĩnh lặng bên chén trà thơm dịu. Có thể nói rằng, ẩm thực là thứ níu chân du khách khi đến bất kỳ địa phương nào.

Đứng trên góc độ của khách du lịch, họ đến Nhật Bản muốn hưởng thụ những sản phẩm văn hóa khác lạ mà chỉ Nhật Bản mới có. Khách ngoại quốc muốn khám phá bản sắc văn hóa, đặc trưng truyền thống của người Nhật Bản, chứ không phải những cái đã quen với họ. Chính vì lẽ đó, đối với ẩm thực Nhật Bản thì trước hết những nét văn hóa truyền thống là điều hấp dẫn với du khách. Để đưa ẩm thực địa phương Nhật Bản đến với du khách cần đạt ba tiêu chí.

*Thứ nhất* là đảm bảo độ tươi ngon và chất lượng. Trong văn hóa ẩm thực Nhật Bản, vị tươi ngon tự nhiên của món ăn được coi là vấn đề then chốt. Ẩm thực Nhật Bản không lạm dụng quá nhiều gia vị mà chú trọng làm nổi bật hương vị tươi ngon, tinh khiết tự nhiên của món ăn.

*Thứ hai* là yếu tố thẩm mỹ và hài hòa với thời tiết trong năm. Bữa ăn điển hình truyền thống của người Nhật về cơ bản dựa trên 4 thành phần: cơm, canh tương, cá và đồ muối. Tuy nhiên, cùng với môi trường khí hậu thay đổi theo mùa, sự nhạy cảm về thời tiết đã làm nên nét tinh tế trong việc sử dụng các nguyên liệu ẩm thực của người Nhật Bản. Trong các món ăn chính, người Nhật đã khéo léo sử dụng các nguyên liệu để tạo nên các món ăn tùy theo thời tiết, điều đó không chỉ tốt cho sức khỏe mà còn đem lại cảm hứng thay đổi về mùa cho người thưởng thức. Đặc biệt, trong chế biến thức ăn, người Nhật rất chú trọng phong cách tạo cho màu sắc và bố cục hài hòa. Sở dĩ như vậy là bởi yếu tố thẩm mỹ trong trình bày món ăn Nhật Bản luôn được nhìn nhận chính là tái tạo lại thiên nhiên.

*Thứ ba*, ẩm thực truyền thống thể hiện bản sắc con người Nhật Bản. Nó thể hiện nếp sống, nếp nghĩ của người Nhật. Hay nói cách khác, những phong tục tập quán của người Nhật Bản đã được chứa đựng trong ẩm thực.

Trong suốt thời gian dài, văn hóa ẩm thực Nhật Bản ít được truyền bá ra nước ngoài. Vài chục năm gần đây, do việc quan tâm tới sức khỏe liên quan tới phong cách ăn uống ngày một gia tăng, văn hóa ẩm thực Nhật Bản đã được thế giới quan tâm sâu sắc. Như vậy, ẩm thực là một yếu tố quan trọng, tạo sự lôi cuốn mạnh mẽ đối với du khách khi đến Nhật Bản. Trải nghiệm văn hóa ẩm thực chính là một trong những phương thức tiếp cận nền văn hóa nhanh nhất và thú vị nhất mà bất kỳ du khách nào cũng muốn khi đặt chân đến Nhật Bản.

#### **- Gắn du lịch với phát triển nông nghiệp địa phương**

Hiện nay, nông nghiệp Nhật Bản chiếm 1% GDP, có vai trò không chỉ cung cấp nông sản chất lượng cao mà còn là sản phẩm du lịch độc đáo. Người ta có thể thấy những cánh đồng lúa đẹp như tranh, vườn dâu tây hay táo trữu quả,... đang trở thành những địa điểm thu hút khách du lịch. Với mỗi thế mạnh của nông nghiệp địa phương, Nhật Bản tạo ra những sản phẩm ấn tượng như sử dụng khoa học công nghệ tạo nên những bức tranh nghệ thuật trên cánh đồng, vườn cây.

Ví dụ như cánh đồng lúa nghệ thuật, vườn dâu, táo ở Aomori, vườn hoa ở Ibaraki,... Những người nông dân Nhật đã phải tính toán rất kỹ lưỡng khi trồng xen kẽ, cắt tỉa các giống lúa để tạo thành những tác phẩm nghệ thuật vô cùng ấn tượng và bắt mắt. Để tạo ra được những tác phẩm như vậy người dân nơi đây đã phải bỏ ra rất nhiều công sức để thiết kế, dùng máy thiết kế vẽ hình và trồng lúa với màu sắc khác nhau để bức tranh thêm phần sống động. Những vườn dâu, táo được mở mà du khách tham quan chỉ phải trả một khoản tiền nhỏ có thể ăn thoải mái trong

vòng 30 phút là sản phẩm du lịch tạo nên sức hấp dẫn. Những sản phẩm du lịch dạng này vừa dễ cho khách tham quan vừa nhằm mục đích quảng bá sản phẩm nông nghiệp Nhật Bản đến với thế giới. Ngay tại Việt Nam, sản phẩm nông nghiệp Nhật Bản như táo Fuji, Aomori được nhiều người biết đến.

#### - Liên kết địa phương tăng cường sự hấp dẫn

Du lịch với tính chất là lĩnh vực kinh tế tổng hợp có tính liên ngành, liên vùng và xã hội hóa cao, nên sự phát triển không chỉ nằm trong một vùng mà vươn ra khỏi phạm vi hành chính địa phương. Nắm bắt rõ điều này, Nhật Bản đã thúc đẩy các địa phương không ngừng đổi mới, đa dạng hóa địa điểm, dịch vụ du lịch đáp ứng đúng nhu cầu của khách du lịch.

Số liệu thống kê của Cơ quan Du lịch Nhật Bản cho thấy tổng chi tiêu của khách nước ngoài tại 44 tỉnh, thành, không bao gồm 3 thành phố Tokyo, Osaka và Kyoto năm 2018 là khoảng 1.800 tỷ yên (16,5 tỷ USD). Con số này đã vượt qua tổng chi tiêu của khách du lịch nước ngoài tại Tokyo năm 2018 với 1.755,7 tỷ yên và bỏ xa hai thành phố tiếp theo là Osaka với 874,5 tỷ yên, Kyoto với 290 tỷ yên. Đáng chú ý, so với năm 2015, tổng chi tiêu của khách du lịch nước ngoài tại 44 địa phương Nhật Bản đã tăng tới 39% trong khi ở Tokyo chỉ tăng 16%.

Nhật Bản đã tạo dựng được sự phối hợp giữa các địa phương để hình thành những tuyến du lịch thuận tiện và hấp dẫn, giúp các địa phương thu hút được khách du lịch nhiều hơn. Có ý kiến cho rằng các địa phương của Nhật Bản nếu không liên kết được với với nhau sẽ không thể thu hút được nhiều khách du lịch nước ngoài và khó cạnh tranh được với 3 thành phố du lịch nổi tiếng của Nhật Bản là Tokyo, Osaka và Kyoto.

Trong các tuyến liên kết địa phương có thể kể đến tuyến du lịch theo cung đường Shoryudo có điểm đầu là tỉnh Ishikawa (kết nối với sân bay Chubu và đi qua 9 tỉnh miền Trung Nhật Bản. Từ khi hoàn thiện vào năm 2015, trong vòng 3 năm, tổng chi tiêu của khách du lịch tới khu vực này đã tăng 41%. Trên cung đường Shoryudo, từ sân bay Chubu, du khách có thể tới toàn bộ các điểm du lịch bằng xe buýt hoặc tàu điện với 1 tấm vé cho tất cả các tuyến. Theo công ty đường sắt Nagoya, đơn vị phụ trách bán vé, số lượng vé bán ra từ tháng 4/2018-1/2019 đã tăng 10% so với cùng kỳ năm trước. Ngoài Shoryudo, Setouchi là tuyến đường vòng quanh biển nội địa phía Nam Nhật Bản đi qua 7 tỉnh cũng hấp dẫn khách du lịch. Tổng chi tiêu của khách du lịch nước ngoài trên cung đường này năm 2018 là 15,85 tỷ yên tăng 78% so với năm 2015<sup>150</sup>.

Những biện pháp cụ thể trên giúp gia tăng lượng khách du lịch đến Nhật Bản, hình ảnh Nhật Bản sẽ trở nên gần gũi hơn và sau khi họ trở về nước những ảnh hưởng đó sẽ có tác dụng trong tương lai. Thông tin về văn hóa Nhật Bản được truyền tải rộng hơn, góp phần làm lan tỏa hình ảnh đất nước mặt trời mọc đến với người dân trên toàn thế giới, hay nói cách khác là gia tăng sức mạnh mềm của Nhật Bản.

## 4. MẶT TRÁI CỦA PHÁT TRIỂN DU LỊCH ĐỊA PHƯƠNG

Việc gia tăng lượng khách du lịch ngoại quốc đến để cảm nhận và khám phá sự hấp dẫn của Nhật Bản là điều đáng mừng, góp phần vào sự phát triển nền kinh tế của đất nước mặt trời mọc. Song điều này cũng làm nảy sinh những vấn đề mới mà Nhật Bản đang lưu ý và chuẩn bị những phương án ứng phó. Du lịch phát triển quá nhanh đồng nghĩa với cơ sở hạ tầng, dịch vụ địa phương bị quá tải. Khách sạn, nhà hàng, phương tiện công cộng không đáp ứng được nhu cầu

<sup>150</sup> Các địa phương Nhật Bản tăng cường liên kết để thu hút khách du lịch, <https://baoquocte.vn/cac-dia-phuong-nhat-ban-tang-cuong-lien-ket-de-thu-hut-khach-du-lich-94973.html>

của du khách và người dân địa phương. Hơn nữa, mùa du lịch trong nước của người dân Nhật Bản là vào tháng 4 và tháng 10, thời điểm có những kỳ nghỉ dài ngày. Đây là khoảng thời gian hoa anh đào nở và mùa lá đỏ, biểu tượng về đẹp của đất nước mặt trời mọc, nên cũng trùng với mùa du lịch đến Nhật Bản của khách nước ngoài. Thực tế là vì khách du lịch nước ngoài đến quá nhiều mà người dân Nhật Bản gặp khó khăn trong việc đi du lịch trong nước.

Do khách du lịch đông, người dân địa phương phải chen chúc trên các phương tiện giao thông, không gian sống trở nên chật chội hơn. Đồng thời, nhu cầu chỗ ở tăng cao, nhiều nhà nghỉ, khách sạn bất hợp pháp mọc lên, gây ra nhiều mối đe dọa cho sự an toàn của cư dân nơi đây. Trước thực tế này, ngành Du lịch đã nghĩ đến phương án biến các nhà cổ thành khách sạn cho khách nước ngoài yêu thích văn hóa Nhật Bản có thể lưu trú. Đối với những khách muốn giao lưu với người Nhật Bản, có thể tận dụng các phòng trống trong nhà người dân làm phòng nghỉ cho khách. Đồng thời tiến hành triển khai những hoạt động bổ sung dịch vụ lưu trú đang có nguy cơ thiếu hụt trong tương lai.

Lượng khách du lịch tăng đột biến gây ra nhiều hệ lụy, đặc biệt là về văn hóa. Điều này khiến chính quyền và người dân địa phương phải cân bằng giữa giữ gìn nét văn hóa truyền thống và tiếp tục phát triển du lịch. Nhật Bản có nền văn hóa đặc trưng riêng biệt nên việc số người du lịch đến Nhật Bản gia tăng dễ tạo ra xung đột văn hóa giữa khách và người dân bản địa. Sự khác biệt này thể hiện từ những việc đơn giản nhất như phân loại rác thải, hút thuốc nơi quy định,... Bản thân người dân Nhật Bản trong thời kỳ tăng trưởng cao khi đi du lịch nước ngoài đã từng gặp phải nhiều rắc rối do khác biệt văn hóa. Chính vì vậy, các công ty du lịch chú trọng việc giải thích cách ứng xử, trao đổi thông tin, hướng dẫn khách du lịch. Truyền đạt hướng dẫn thông tin văn hóa thông qua những cách thích hợp để khách du lịch hiểu rõ về những khác biệt văn hóa và cảm thấy thoải mái hơn<sup>151</sup>.

## 5. GỢI Ý CHO LÂM BÌNH, TUYÊN QUANG

Sau hơn 10 năm triển khai Luật Du lịch năm 2005, Luật Du lịch năm 2017 đã chính thức được thông qua với nhiều điểm mới, nhằm đẩy mạnh phát triển, đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Hiện nay, trong bối cảnh hội nhập quốc tế, lượng khách nước ngoài đến Việt Nam ngày càng gia tăng. Tại các địa phương, du lịch trải nghiệm văn hóa, hòa mình với thiên nhiên là lĩnh vực có sức hấp dẫn cao, đặc biệt đối với khách châu Âu, Mỹ. Đây là cơ hội đối với huyện Lâm Bình, Tuyên Quang nói riêng và Việt Nam nói chung.

Trong thời gian qua huyện Lâm Bình, đã tập trung phát triển các sản phẩm du lịch và giữ gìn nét truyền thống của dân tộc, qua đó đã thu hút được nhiều khách du lịch trong nước và quốc tế đến tham quan, nghỉ dưỡng. Du lịch cộng đồng (homestay), đang thực sự là bước đi hiệu quả trong việc phát triển bền vững ngành Du lịch huyện Lâm Bình. Năm 2017, huyện thực hiện đề án “Xây dựng và vận hành mô hình du lịch cộng đồng”. Đề án nhằm bảo tồn và phát triển bền vững Làng văn hóa dân tộc Tày các thôn Nà Đông và Nà Tông (xã Thượng Lâm), Nà Muông (xã Khuôn Hà) và Nặm Đíp (xã Lãng Can)<sup>152</sup>. Ngoài ra, Lâm Bình có khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang, được công nhận là danh thắng quốc gia, nơi khai thác du lịch đầy tiềm năng.

<sup>151</sup> 訪日客の急増を手放しで喜べるか, <http://www.nikkei.com/article/DGXXKZO82279450T20C15A1EA1000/>

<sup>152</sup> Huyện Lâm Bình phát triển du lịch cộng đồng, <http://lambinh.tuyenquang.gov.vn/tin-tuc-su-kien/du-lich-the-thao/huyen-lam-binh-phat-trien-du-lich-cong-dong-998.html>

Trong phạm vi bài tham gia hội thảo lần này, người viết chỉ đưa ra một số gợi ý liên quan đến việc thu hút khách du lịch nước ngoài đến Lâm Bình, Tuyên Quang. Để nâng cao chất lượng du lịch, cần quan tâm nhiều vấn đề trong một chiến lược tổng thể, song qua những thành công đã và đang đạt được của du lịch địa phương Nhật Bản, có thể nêu một số đề xuất như sau:

- Nâng cao trình độ ngoại ngữ cho nhân viên ngành Du lịch. Năng lực ngoại ngữ luôn là một rào cản đối với du lịch Lâm Bình, Tuyên Quang nói riêng, Việt Nam nói chung. Ở đây mới chỉ đề cập đến tiếng Anh, chưa nói đến những ngôn ngữ hiếm như tiếng Nhật, tiếng Hàn,... Nhân viên du lịch tiếng Anh tốt sẽ dễ dàng tương tác với khách lưu trú, hiểu thấu đáo nhu cầu của họ để từ đó phục vụ sao cho khách hài lòng nhất. Và ngược lại, nếu tiếng Anh không thành thạo, nắm bắt không chính xác những yêu cầu của khách hàng thì ảnh hưởng xấu đến hình ảnh và chất lượng dịch vụ du lịch. Mặt khác, đối với những nhân viên giỏi ngoại ngữ, cần có sự đãi ngộ xứng đáng để họ yên tâm làm việc cống hiến cho quê nhà, tạo vòng tuần hoàn tốt là người giỏi sẽ nâng cao chất lượng dịch vụ, thu hút khách du lịch, phát triển kinh tế vùng và giữ chân được người tài.

- Bên cạnh ngoại ngữ, đào tạo kỹ năng nghiệp vụ du lịch cho nhân viên. Cần thực hiện các khóa đào tạo, đi thực tế, tổ chức các lớp tập huấn nâng cao năng lực, kỹ năng làm du lịch cộng đồng. Khách đến từ các quốc gia khác nhau, văn hóa, tôn giáo có sự khác biệt, sở thích và nhu cầu cũng không giống nhau, do đó cần có sự chuẩn bị cơ sở dịch vụ đảm bảo tiêu chuẩn cho khách nước ngoài như nhà nghỉ, khách sạn, Internet,... Xây dựng các loại hình dịch vụ đáp ứng nhu cầu khách du lịch muốn tham quan và trải nghiệm như chèo thuyền Kayak, leo núi, đạp xe, đi bộ trong rừng,...

- Đẩy mạnh du lịch gắn với nông nghiệp, nông thôn. Lâm Bình, Tuyên Quang có lợi thế lớn trong phát triển du lịch nông nghiệp, nông thôn nếu chúng ta biết cách khai thác một cách có hiệu quả và sáng tạo. Tuyên Quang có nhiều sản phẩm nông nghiệp có thương hiệu như Cam Sành Hàm Yên, lê Hồng Thái, hồng không hạt Xuân Vân; bưởi Soi Hà Xuân Vân,... Tuy nhiên, để đáp ứng nhu cầu và chất lượng đối với khách nước ngoài, các sản phẩm phải sạch, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm theo tiêu chuẩn quốc tế. Có thể xây dựng vườn trái cây sạch, ngon cho du khách Việt Nam và nước ngoài. Trong đó cần tính đến yếu tố kỹ thuật nông nghiệp đảm bảo chất lượng cây trồng, những cũng cần lưu ý đến tính nghệ thuật thẩm mỹ nhằm thu hút khách du lịch.

- Thực hiện tour du lịch liên kết các địa phương. Liên kết địa phương là giải pháp phát triển du lịch tiết kiệm mà hiệu quả khi mà ranh giới du lịch giữa các địa phương được xóa bỏ, tạo nên sự thống nhất, đa dạng sản phẩm du lịch dựa trên việc phát huy thế mạnh riêng biệt của từng vùng. Về khía cạnh này, Lâm Bình, Tuyên Quang là địa phương nhiều tiềm năng khi Na Hang - Lâm Bình được công nhận là “Danh thắng Quốc gia đặc biệt khu bảo tồn thiên nhiên”. Bên cạnh đó là lối sống đặc sắc, sản phẩm nông nghiệp đa dạng và văn hóa ẩm thực truyền thống. Trên cơ sở đó, có thể xây dựng các tour du lịch liên kết như ý tưởng kết nối 3 tỉnh Phú Thọ, Hà Giang và Tuyên Quang tạo chuỗi giá trị hấp dẫn khách du lịch.

- Kết hợp hài hòa giữa phát triển du lịch và duy trì cộng đồng địa phương. Trường hợp địa phương của Nhật Bản cho thấy sự gia tăng khách du lịch sẽ ảnh hưởng đến đời sống người dân, đặt ra vấn đề kết hợp hài hòa giữa phát triển và duy trì cộng đồng địa phương. Cần trao đổi kinh nghiệm trong việc bảo vệ môi trường, hệ sinh thái, đảm bảo phát triển bền vững. Đảm bảo điều này không chỉ việc nâng cao nhận thức lãnh đạo, người dân mà cả công tác kiểm tra, thanh tra một cách chặt chẽ. Tham khảo ý kiến người dân địa phương là một quá trình nhằm dung hòa giữa phát triển kinh tế và những tác động tiềm ẩn của sự phát triển lên môi trường tự nhiên, xã hội và văn hóa. Ý kiến của người dân địa phương là cần thiết để đánh giá một dự án phát triển,

các biện pháp để giảm thiểu tác động tiêu cực và tối đa hóa sự đóng góp tích cực của quần chúng địa phương.

Nhật Bản đã thành công trong việc phát huy du lịch địa phương, đóng góp cho sự tăng trưởng của nền kinh tế đất nước mặt trời mọc. Du lịch địa phương hướng tới phát huy các thế mạnh như: văn hóa ẩm thực, nghề truyền thống, phong cảnh thiên nhiên,... đồng thời tăng cường liên kết, phối hợp nhằm thu hút khách du lịch. Huyện Lâm Bình, Tuyên Quang là vùng đất nhiều tiềm năng với thắng cảnh thiên nhiên đẹp và hùng vĩ, thu hút du khách trong và ngoài nước đến tham quan, trải nghiệm. Qua nghiên cứu du lịch địa phương Nhật Bản, có thể nhận thấy điều quan trọng là cần đầu tư đúng hướng, đánh thức những tiềm năng của địa phương, biến du lịch thành ngành kinh tế quan trọng, nhưng đảm bảo xu hướng phát triển bền vững của huyện Lâm Bình, Tuyên Quang.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. 日本の「観光立国」、労働市場開放につながるか (Du lịch Nhật Bản gắn với giải phóng thị trường lao động).

<http://jp.reuters.com/article/column-japan-tourism-labor-idJPKCN0XC0V5?pageNumber=1>, truy cập ngày 15/7/2019

2. 訪日プロモーション地方連携事業, 平成31年度近畿運輸局事業実施方針 (Liên kết vùng thúc đẩy du lịch Nhật Bản, phương châm của cục giao thông năm 2019).

<http://www.tb.mlit.go.jp/kinki/koutsu/kankou/VJtihourennkeijigyoku.html>, truy cập ngày 15/7/2019.

3. 首相 訪日外国人年間4000万人の新目標示す (Thủ tướng đưa ra mục tiêu mới 40 triệu khách du lịch trong năm).

[http://www3.nhk.or.jp/news/html/20160330/k10010462101000.html?utm\\_int=news-politics\\_contents\\_list-items\\_029](http://www3.nhk.or.jp/news/html/20160330/k10010462101000.html?utm_int=news-politics_contents_list-items_029), truy cập ngày 2/5/2016

4. 訪日客の急増を手放しで喜べるか (Liệu có vui mừng khi thả lỏng việc gia tăng khách du lịch đến Nhật Bản).

<http://www.nikkei.com/article/DGXKZO82279450T20C15A1EA1000/>, truy cập ngày 15/7/2019

5. 訪日外客数 (年表) (Số lượng khách nước ngoài đến Nhật Bản).

[https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor\\_trends/](https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_trends/), truy cập ngày 15/7/2019.

6. Clyde Prestowitz (2018), *Chấn hưng Nhật Bản*, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật.

7. Các địa phương Nhật Bản tăng cường liên kết để thu hút khách du lịch.

<https://baoquocte.vn/cac-dia-phuong-nhat-ban-tang-cuong-lien-ket-de-thu-hut-khach-du-lich-94973.html>, truy cập ngày 15/7/2019

8. Nhật Bản ‘hốt bạc’ của du khách nước ngoài nhờ... du lịch nông thôn.

<https://baoquocte.vn/nhat-ban-hot-bac-cua-du-khach-nuoc-ngoai-nho-du-lich-nong-thon-96396.html>, truy cập ngày 15/7/2019

9. Huyện Lâm Bình phát triển du lịch cộng đồng.

<http://lambinh.tuyenquang.gov.vn/tin-tuc-su-kien/du-lich-the-thao/huyen-lam-binh-phat-trien-du-lich-cong-dong-998.html>, truy cập ngày 15/8/2019

10. Lâm Bình thu hút đầu tư phát triển du lịch cộng đồng homestay.

<http://lambinh.tuyenquang.gov.vn/tin-tuc-su-kien/du-lich-the-thao/lam-binh-thu-hut-dau-tu-phat-trien-du-lich-cong-dong-homestay-1509.html>, truy cập ngày 15/8/2019

## **JAPAN'S EXPERIENCE OF LOCAL TOURISM DEVELOPMENT AND SUGGESTIONS FOR LÂM BÌNH, TUYỀN QUANG**

**Phan Cao Nhật Anh**

*Vietnam Academy of Social Sciences*

### **Abstract**

In recent years, with the continuous increase in the number of international tourist arrivals to Japan, tourism has become a growing field contributing to the growth of the economy of the rising sun country. The Japanese Prime Minister Shinzo Abe defines tourism as a key industry, with so that Japan will receive 40 million tourists in 2020 and 60 million tourists in 2030. In particular, local tourism is the important content in Japan's development strategy. Local tourism aims to promote strengths such as culinary culture, traditional occupations, natural landscapes and etc. In addition, the Japanese localities strengthen links and coordination to attract tourists. However, besides the achievements, Japanese tourism also faces many challenges due to the increase in the number of tourists. Through the analysis and assessment of Japan's local tourism, the research provides suggestions for developing tourism in Lam Binh, Tuyen Quang.

### **Keywords**

Tourism, locality, Japan, cuisine, Lam Binh, Tuyen Quang.

# PHÁT TRIỂN KHU DU LỊCH SINH THÁI NA HANG, THỊ TRẤN NA HANG, TỈNH TUYÊN QUANG TRONG CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

Phạm Văn Chinh

*Trường Cao đẳng Văn hóa Nghệ thuật và Du lịch Sài Gòn*

## Tóm tắt

Cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (Cách mạng 4.0) đang làm thay đổi mọi mặt hoạt động của con người. Cách mạng 4.0 chẳng những tác động sâu sắc đối với các ngành sản xuất, mà còn ảnh hưởng mạnh mẽ đến các ngành dịch vụ như y tế, giáo dục, du lịch. Tham viết này trình bày các tác động của Cách mạng 4.0 đối với du lịch thế giới, du lịch Việt Nam và đề xuất các giải pháp để phát triển du lịch sinh thái Na Hang, thị trấn Na Hang, tỉnh Tuyên Quang trong kỷ nguyên cách mạng này.

## Từ khóa

Thời kỳ 4.0, du lịch Việt Nam, du lịch sinh thái, Na Hang.

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch là một ngành kinh tế phát triển rất nhanh, hiện nay là một trong những ngành kinh tế hàng đầu của Thế giới. Ở Việt Nam, Đảng và Nhà nước đã xác định du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp quan trọng, mang nội dung văn hóa sâu sắc, có tính liên ngành, liên vùng và xã hội hóa cao với mục tiêu phát triển du lịch thực sự trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn và là một hướng chiến lược quan trọng trong đường lối phát triển kinh tế - xã hội, góp phần thực hiện công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa.

Khu du lịch sinh thái Na Hang thuộc thị trấn Na Hang, tỉnh Tuyên Quang là khu du lịch sinh thái dưới dạng đồi, núi, hang, động hùng vĩ của nước Việt Nam nói chung, của tỉnh Tuyên Quang nói riêng, với vẻ đẹp thiên nhiên hoang sơ, thuần khiết. Định hướng kinh doanh Khu du lịch sinh thái Na Hang trong những năm tới là tập trung phát triển du lịch có trách nhiệm, có chất lượng, có thương hiệu, chuyên nghiệp, hiện đại những bền vững để khai thác tối ưu nguồn lực và phát huy vai trò kinh tế mũi nhọn của du lịch Tuyên Quang. Tuy nhiên, trong thời gian qua Khu du lịch sinh thái Na Hang chưa xác định được chiến lược kinh doanh, mới chỉ hoạt động theo kế hoạch nhiệm vụ hằng năm. Cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang làm thay đổi mọi mặt hoạt động của con người, chẳng những tác động sâu sắc đối với các ngành sản xuất, mà còn ảnh hưởng mạnh mẽ đến các ngành dịch vụ như y tế, giáo dục, du lịch. Tham luận này trình bày các tác động của công nghiệp 4.0 đối với du lịch thế giới, trong đó có du lịch Việt Nam và đề xuất các giải pháp để phát triển du lịch sinh thái Na Hang.

## 2. NỘI DUNG

### 2.1. Lược sử phát triển của Cách mạng công nghiệp 4.0 trên thế giới

Theo Klaus Schwab, người sáng lập và là Chủ tịch điều hành Diễn đàn Kinh tế Thế giới, thì Cách mạng công nghiệp (CMCN) 4.0 kế tiếp 3 cuộc cách mạng công nghiệp trước đó. Cách mạng công nghiệp đầu tiên sử dụng năng lượng nước và hơi nước để cơ giới hóa sản xuất. Cuộc Cách mạng lần 2 diễn ra nhờ ứng dụng điện năng để sản xuất hàng loạt. Cuộc Cách mạng lần 3 sử

dụng điện tử và công nghệ thông tin để tự động hóa sản xuất. Bây giờ, cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang nảy nở từ cuộc cách mạng lần ba, nó kết hợp các công nghệ lại với nhau, làm mờ ranh giới giữa vật lý, kỹ thuật số và sinh học. Cách mạng công nghiệp 4.0 sẽ diễn ra trên 3 lĩnh vực chính gồm công nghệ sinh học, kỹ thuật số và vật lý.

Những yếu tố cốt lõi của kỹ thuật số trong CMCN 4.0 là: trí tuệ nhân tạo (AI), vạn vật kết nối - Internet of Things (IoT) và dữ liệu lớn (Big Data). Trên lĩnh vực công nghệ sinh học, Cách mạng công nghệ 4.0 tập trung vào nghiên cứu để tạo ra những bước nhảy vọt trong nông nghiệp, thủy sản, y dược, chế biến thực phẩm, bảo vệ môi trường, năng lượng tái tạo, hóa học và vật liệu. Cuối cùng là lĩnh vực vật lý với robot thế hệ mới, máy in 3D, xe tự lái, các vật liệu mới (graphene, skyrmions,...) và công nghệ nano.

Cũng theo ông *Klaus Schwab*, tốc độ đột phá của Cách mạng công nghiệp 4.0 hiện “không có tiền lệ lịch sử”. Khi so sánh với các cuộc Cách mạng công nghiệp trước đây, cuộc cách mạng 4.0 đang tiến triển theo một hàm số mũ chứ không phải là tốc độ tuyến tính. Hơn nữa, nó đang phá vỡ hầu hết ngành công nghiệp ở mọi quốc gia. Chiều rộng và chiều sâu của những thay đổi này báo trước sự chuyển đổi của toàn bộ hệ thống sản xuất, quản lý và quản trị. Hiện Cách mạng công nghiệp 4.0 đang diễn ra tại các nước phát triển ở châu Mỹ, châu Âu, một phần châu Á. Bên cạnh những cơ hội mới, Cách mạng công nghiệp 4.0 cũng đặt ra cho nhân loại nhiều thách thức phải đối mặt.

## 2.2. Tác động của Cách mạng công nghiệp 4.0 đối với du lịch thế giới

Du lịch thu hút hàng tỷ du khách, đóng góp đáng kể cho kinh tế thế giới. Theo Hiệp hội Du lịch và Lữ hành Thế giới, năm 2016 riêng trong khu vực APEC du lịch đóng góp 1.320 tỷ USD, tạo ra 67 triệu việc làm, đóng góp 6,1% xuất khẩu của khu vực. Du lịch liên quan đến nhiều ngành như: giao thông vận tải, tài chính ngân hàng, thương mại, đầu tư, môi trường, văn hóa,... Du lịch kết nối chuỗi dịch vụ du lịch với các ngành này nhằm làm vui lòng khách đến, vừa lòng khách đi. Cách mạng 4.0, từng bước tác động vào tất cả các khâu trong chuỗi dịch vụ du lịch nhằm mang lại hiệu quả cao nhất cho du khách cũng như các hãng du lịch.

Có thể nói, bước tác động ban đầu của của công nghiệp 4.0 tạo ra dịch vụ du lịch trực tuyến (DLTT). Các tiện ích của internet, điện thoại và thiết bị di động, các trang mạng xã hội tạo điều kiện để chuyển từ giao dịch du lịch trực tiếp sang giao dịch du lịch trực tuyến chẳng hạn như quảng cáo trực tuyến (Ei-Marketing), đặt mua và thanh toán trực tuyến (Ei-Payment) các tour du lịch, giải quyết các khiếu nại của các du khách trực tuyến,... Việc gia tăng khách du lịch, nhất là nhóm du lịch đơn lẻ trong việc sử dụng thông tin du lịch trực tuyến dẫn đến việc ra đời các hãng du lịch trực tuyến (OTA) đem lại hiệu quả cao cho ngành Du lịch. Tổng doanh thu DLTT toàn cầu năm 2016 đạt 565 tỷ USD và dự báo sẽ đạt 817 tỷ USD vào năm 2020. Thị trường DLTT Đông Nam Á sẽ tăng gấp 4 lần từ 21,6 tỷ USD năm 2015 lên 89,6 tỷ USD vào năm 2025.

Giai đoạn tiếp theo trong phát triển du lịch dưới tác động của Cách mạng công nghiệp 4.0 là du lịch thông minh (Smart travel). Trong giai đoạn này, nhờ du lịch trực tuyến đã phát triển hoàn chỉnh và các ứng dụng trực tuyến, cá nhân du khách có khả năng thiết kế tour phù hợp với các yêu cầu của mình với giá cả tối thiểu. Đồng thời, bắt đầu thử nghiệm dùng người máy có trí tuệ nhân tạo trong các dịch vụ du lịch. Hiện nay Nhật Bản, Mỹ, Đức, Trung Quốc đi đầu trong hướng phát triển này, như dùng người máy giao tiếp với du khách, pha chế thức uống, bung bê



đồ ăn phục vụ du khách trong nhà hàng, khách sạn,... Mới đây, Bỉ chế tạo robot thông minh có khả năng giao tiếp bằng 19 ngôn ngữ.

Mục tiêu của phát triển du lịch trong Cách mạng công nghiệp 4.0 là du lịch 4.0. Trong giai đoạn này các công đoạn dịch vụ du lịch được số hóa hoàn toàn, được kết nối với nhau thành một hệ thống chung nhờ IoT và được thực hiện chủ yếu bởi người máy và các thiết bị có trí tuệ nhân tạo. Du khách chỉ việc đưa ra yêu cầu, người máy sẽ thiết kế tour du lịch tối ưu, tổ chức và thực hiện tất cả các dịch vụ du lịch đáp ứng mọi yêu cầu cá nhân của du khách. Chẳng hạn du khách có thể yêu cầu màu sắc trong phòng ngủ, bản nhạc trong bữa ăn phù hợp với mình. Hiện tại, ở các nước tiên tiến trên thế giới, du lịch trực tuyến đang được mở rộng, du lịch thông minh mới bắt đầu triển khai nhằm hướng tới du lịch 4.0.

### **2.3. Ảnh hưởng của Cách mạng công nghiệp 4.0 đối với du lịch Việt Nam**

#### *2.3.1. Tình hình du lịch Việt Nam*

Việt Nam có nhiều cảnh quan thiên nhiên hùng vĩ, có nền văn hóa phong phú, đa dạng với nhiều hạng mục được xếp hạng thế giới. Việt Nam có nền chính trị ổn định, an ninh đảm bảo. Đó là những điều kiện để du lịch Việt Nam phát triển nhanh chóng. Theo Tổng cục Du lịch, trong năm 2018 du lịch Việt Nam đón 15,6 triệu lượt khách quốc tế, phục vụ 80 triệu lượt khách nội địa, tổng thu du lịch đạt 620 nghìn tỷ đồng.

Bộ Chính trị đã ban hành Nghị quyết 08-NQ/TW về Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, xác định du lịch là một trong những ngành kinh tế then chốt của đất nước và phát triển du lịch là định hướng chiến lược trong nền kinh tế - xã hội của đất nước. Sau đó, Chính phủ ban hành Nghị quyết số 103 về Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết 08-NQ/TW của Bộ Chính trị. Nghị quyết này đã tạo ra được động lực, tạo ra sự lan tỏa trong nâng cao nhận thức trong chỉ đạo hành động việc ban hành những chính sách hỗ trợ và thúc đẩy cho sự phát triển của ngành Du lịch Việt Nam.

#### *2.3.2. Ảnh hưởng của Cách mạng công nghiệp 4.0 đối với du lịch Việt Nam*

Tháng 12/1997 Việt Nam thiết lập đường truyền internet. Ngay sau đó du lịch Việt Nam đã lập trang website đầu tiên để quảng bá du lịch. Khoảng 5, 6 năm gần đây du lịch Việt Nam mới dùng thương mại điện tử thông qua website để triển khai giao dịch mua bán tour du lịch. Hiện nay internet Việt Nam phát triển khá nhanh. Đã có các đường truyền tốc độ cao. Số lượng người dùng internet đạt trên 50 triệu lượt người/năm, trong đó khoảng một nửa người dùng có đặt dịch vụ khách sạn, đặt vé máy bay, mua tour du lịch. Tuy vậy trang website của du lịch Việt Nam còn có mặt hạn chế. Thông tin trên website chưa đầy đủ, phong phú và cập nhật kịp thời. Giao dịch trực tuyến chưa nhiều. Quảng bá du lịch ra thế giới còn hạn chế.

#### *2.3.3. Phương hướng phát triển*

- Cần phát triển và hoàn thiện du lịch trực tuyến: Trang website du lịch phải thường xuyên cập nhật đầy đủ các thông tin về du lịch Việt Nam, có nhiều phiên bản ngoại ngữ để du khách nước ngoài có thể tìm hiểu, đặt mua tour du lịch Việt Nam, phản ánh cũng như nhận được phản hồi kịp thời các vướng mắc hoặc góp ý của du khách. Nhờ đó du lịch trực tuyến góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động của du lịch Việt Nam.

- Ngày 4/5/2017, Thủ tướng Chính phủ ban hành Chỉ thị 16 CT-T/q về tăng cường năng lực tiếp cận với CMCN 4.0, trong đó nêu rõ yêu cầu đẩy mạnh, phát triển du lịch thông minh. Do

vậy, ngành Du lịch cần sớm xây dựng chiến lược từng bước phát triển du lịch thông minh nhằm hướng tới tiếp cận với du lịch 4.0 trong tương lai.

### 3. PHÁT TRIỂN DU LỊCH NA HANG TRONG CÁCH MẠNG CỘNG NGHIỆP 4.0

#### 3.1. Tình hình khu du lịch sinh thái Na Hang, Tuyên Quang

Khu du lịch sinh thái Na Hang nằm trên hai huyện Na Hang và Lâm Bình, khu du lịch sinh thái có tổng 15.000ha trong đó có 8.000ha diện tích mặt nước bao gồm: Thác Mơ, 99 ngọn núi Phụng hoàng, đền Pác Tạ, thác Khuổi nỉ, Cọc Vài phạ và được khu khách du thuyền trên hồ thủy điện tại lòng hồ thủy điện. Khu du lịch sinh thái Na Hang ngày càng trở nên sự tò mò của du khách trong tỉnh Tuyên Quang và các tỉnh bên cạnh đến để tận hưởng không khí trong lành, du lịch Na Hang được ví như “*Vịnh Hạ Long núi*”. Tuy nhiên, Khu du lịch Na Hang đang còn rất hoang sơ chưa được đầu tư nhiều vào khu du lịch sinh thái. Du khách đến với Na Hang phần vì tò mò, phần vì đam mê khám phá một địa điểm du lịch mới, nhưng hầu hết đều có nhận định đây là khu du lịch hấp dẫn, văn minh và họ muốn quay trở lại với khu du lịch này vào những mùa du lịch sinh thái lần sau.

Đến cuối tháng 12 năm 2018 thì lượng du khách khu du lịch trong và ngoài nước tăng nhanh chóng khi đến khu du lịch Na Hang, số lượng cơ sở lưu trú ở thị trấn Na Hang có 20 cơ sở lưu trú dạng nhà nghỉ và homestay hơn 200 tàu thuyền để đưa du khách và cũng làm phương tiện đưa đón dân từ xã này sang xã khác thay bằng đi đường bộ bằng đi trong lòng hồ thủy điện. Năm 2017 thì ước lượng khách du lịch đến Na Hang đạt 65.000 lượt nhưng đến năm 2018 thì lượng khách đến Na Hang lại tăng nhanh, đạt 72.000 tăng 14% so với năm 2017. Tuy nhiên hiệu quả hoạt động của du lịch sinh thái Na Hang chưa cao. Mặc dù số lượng khách du lịch nhiều, nhưng mức chi tiêu của du khách khá thấp đa số là giới trẻ dân phượt, học sinh, sinh viên.

Nguyên nhân là do du lịch sinh thái Na Hang còn nghèo nàn, đơn điệu, môi trường du lịch chưa thực sự hấp dẫn: Một số điểm du lịch còn mất vệ sinh, ô nhiễm môi trường, một số nhà hàng còn có hiện tượng “chặt chém”. Một nguyên nhân nữa là do khu du lịch sinh thái Na Hang chưa chú trọng đầy đủ đến việc ứng dụng công nghệ thông tin, kỹ thuật số trong ngành Du lịch. Trang website của du lịch Na Hang mới hoạt động từ năm 2014, còn trang website du lịch Na Hang mới khai trương từ đầu năm 2017. Nội dung của các website du lịch của tỉnh chưa phong phú, thông tin cập nhật chưa kịp thời, giao dịch trực tuyến còn hạn chế. Để có thể thực hiện mục tiêu đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh, du lịch Na Hang cần nhanh chóng chuyển mình trong mọi mặt hoạt động, trong đó có việc ứng dụng các thành quả của Cách mạng công nghiệp 4.0 để nâng cao hiệu quả hoạt động.

#### 3.2. Đề xuất một số giải pháp

- Trước mắt cần đầu tư nhiều về mặt marketing quảng cáo trên diện rộng để nhiều người biết đến, Tuyên Quang là nơi đáng đến du lịch nhất, nâng tầm để có thể cạnh tranh du lịch ở các vùng lân cận.
- Cần xây dựng bến cảng, thành lập ban quản lý khu du lịch, cần đội cứu hộ khi những việc xấu xảy ra khẩn cấp, tập huấn cho những người làm lái thuyền đủ khả năng về ứng biến khi chuyển xấu xảy ra khi tham quan khu du lịch Na Hang.
- Cần xây dựng những khu vui chơi với các trò chơi dân gian tại các cồn đất cao tại ven lòng hồ thủy điện để cho khách du lịch có thể lên đó trải nghiệm, check in... cho giới trẻ khi bước đến Na Hang.

- Chú trọng đào tạo, bồi dưỡng trình độ chuyên môn, kỹ năng làm việc cho đội ngũ lao động làm việc tại khu du lịch Na Hang để đáp ứng được yêu cầu mới về sự phát triển của ngành nhằm đáp ứng tốt nhất nhu cầu của du khách. Đặc biệt, đẩy mạnh việc đào tạo và sử dụng người địa phương tại chỗ trong các hoạt động du lịch tại Na Hang để thu hút thêm sự chú ý của du khách. đội ngũ nhân lực có chất lượng cao là điều kiện then chốt cho sự phát triển của du lịch Na Hang nói riêng và du lịch tỉnh Tuyên Quang nói chung trong thời gian tới, dưới sự tác động của Cách mạng công nghiệp 4.0.

- Chủ động điều chuyển, tạo việc làm phù hợp cho số lượng lao động bị thay thế bởi các thiết bị, máy móc thông minh. Chú ý đào tạo lại và nâng cao kỹ năng, nghiệp vụ cho đội ngũ này để họ có thể làm việc được ở những khâu khác trong ngành nghề của mình, tránh được tình trạng thất nghiệp khi có sự thay thế bằng máy móc hiện đại.

- Đẩy mạnh đầu tư kết cấu hạ tầng, thông tin liên lạc, giao thông vận tải để khoảng cách địa lý không còn là rào cản du khách đến tham quan tại thị trấn Na Hang.

- Tuyên truyền sâu rộng cho người dân thấy lợi ích của dịch vụ chất lượng cao cũng như thiệt hại của việc làm ăn “chup giật” khiến du khách không muốn quay trở lại, để họ nâng cao chất lượng phục vụ. Khai thác những ưu việt của công nghệ số có thể tạo ra và cung cấp các dịch vụ tốt nhất cho khách du lịch, làm cho du khách thật hài lòng khi đến Na Hang.

- Tăng cường sự quản lý của nhà nước đối với hoạt động du lịch trên địa bàn. Đảm bảo sự hoạt động hợp pháp, có hiệu quả của các doanh nghiệp, đơn vị, cá nhân cung cấp dịch vụ du lịch, đảm bảo lợi ích cho du khách góp phần tăng trưởng ngành Du lịch của địa phương.

#### 4. KẾT LUẬN

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang tác động ngày càng mạnh mẽ đối với ngành Du lịch. Dựa vào nền tảng công nghệ thông tin tương đối phát triển và con người Việt Nam năng động, sáng tạo, tin tưởng rằng du lịch Việt Nam bắt nhịp được với trào lưu phát triển du lịch 4.0 của thế giới, đưa du lịch Việt Nam nói chung và khu du lịch sinh thái Na Hang nói riêng, sớm trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, góp phần xứng đáng vào công cuộc phát triển kinh tế nước nhà và của tỉnh Tuyên Quang./.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Minh Khoa (2017), *Cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư là gì?*, <https://baomoi.com/cuoc-cach-mang-cong-nghiep-4-0-la-gi/c/22861841.epi>, truy cập ngày 20/7/2018 .

2. Đức Hiếu (2017), *Cách mạng công nghiệp 4.0 sẽ thay đổi mạnh ngành Du lịch*, <https://dulich.tuotitree.vn/du-lich/cach-mang-40-se-thay-doi-manh-nganh-du-lich-1334136.htm>, truy cập ngày 20/7/2018.

3. Minh Hoàng (2017), *Ngành Du lịch với Cách mạng công nghiệp 4.0*, [http://toquoc.vn/Thoi\\_su/nganh-du-lich-voi-cach-mang-cong-nghiep-40-243427.html](http://toquoc.vn/Thoi_su/nganh-du-lich-voi-cach-mang-cong-nghiep-40-243427.html), truy cập ngày 20/7/2018

4. Wade Jones, *The Industry 4.0 and travel: Bringing “Smart Travel” together*, <https://www.sabre.com/insights/the-industry-4-0-and-travel-bringing-smart-travel-together.>, truy cập ngày 25/7/2018

5. Jay S. Rein (2015), *Get ready for travel 4.0*, <https://www.linkedin.com/pulse/what-travel-industrys-industry-40-jay-s-rein>, truy cập ngày 26/7/2018.

6. Đinh Anh (2017), *Du lịch 4.0 sẽ tạo điều kiện để phát triển du lịch thông minh*, <http://ictnews.vn/cntt/cuoc-song-thong-minh/cach-mang-4-0-se-tao-co-hoi-phat-trien-du-lich-thong-minh-155926.ict>, truy cập ngày 25/7/2018

7. Trần Nhật Minh (2017), *Du lịch 4.0: Việt Nam trong “tâm bão” toàn cầu*, <http://cafef.vn/du-lich-40-viet-nam-trong-tam-bao-toan-cau-20170712110045252.chn>, truy cập ngày 22/7/2018

8. Đăng Khoa (2017), *Liên kết phát triển trong du lịch ngày càng đi vào thực chất*, <http://baobariavungtau.com.vn/kinh-te/201706/lien-ket-trong-phat-trien-du-lich-ngay-cang-di-vao-thuc-chat-744792/index.htm>, truy cập ngày 20/8/2018.

## **DEVELOPING, ECOTOURISM IN NA HANG DISTRICT, TUYEN QUANG PROVINCE IN THE INDUSTRIAL REVOLUTION 4.0**

**Pham Van Chinh**

*College of arts and culture and tourism Sai Gon*

### **Abstract**

The fourth industrial revolution is changing every aspect of human activity. This industrial revolution has not only a profound impact on manufacturing industries, but also has a strong impact on the service industries such as health, education and tourism. This paper presents the impacts of industry 4.0 on world tourism as well as tourism in Vietnam and proposes solutions to develop Na Hang eco-tourism, in Na Hang town, Tuyen Quang province in This revolutionary era.

### **Keywords**

Industrial revolution 4.0, Vietnam touris, Eco-tourism, Na Hang.

# VẬN DỤNG THUYẾT “DUYÊN KHỞI” VÀ “TRUNG ĐẠO” CỦA PHẬT GIÁO TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG THEO HƯỚNG BỀN VỮNG TẠI TỈNH TUYÊN QUANG

Hoàng Ngọc Thắng

*Trường Đại học Phòng cháy chữa cháy*

Đào Văn Trường

*Trường Đại học Tây Bắc*

## Tóm tắt

Bài viết tập trung nghiên cứu, làm rõ những nội dung cốt lõi trong thuyết “Duyên khởi” hay “Thập nhị nhân duyên” (tức mọi sự vật, hiện tượng trong vũ trụ này không tự sinh ra, cũng không tự mất đi, chúng có mối liên hệ biện chứng, mật thiết với nhau) và thuyết “Trung đạo” (tức con đường biện chứng của trí tuệ, đạo đức, không cực đoan hóa hay tuyệt đối hóa một mặt, một khía cạnh, một yếu tố nào). Đây là hai học thuyết trọng yếu trong giáo lý nhà Phật nhằm hướng tới xây dựng thế giới hòa bình, thịnh vượng, an lạc và phát triển bền vững. Từ đó vận dụng vào việc xây dựng và phát triển kinh tế - xã hội nói chung và phát triển du lịch sinh thái cộng đồng theo hướng bền vững tại tỉnh Tuyên Quang nói riêng.

## Từ khóa

Duyên khởi, Trung đạo, du lịch sinh thái.

## 1. MỞ ĐẦU

Trải qua hơn 2.500 năm hình thành và phát triển, Phật giáo (đạo Phật) - tôn giáo của hòa bình, lòng vị tha, đức hy sinh, tình yêu thương, tinh thần bình đẳng, bác ái và sự phát triển bền vững... đã, đang và sẽ tiếp tục góp phần quan trọng vào tiến trình phát triển của lịch sử nhân loại. Con đường, mục tiêu, triết lý, giá trị và tư tưởng mà đạo Phật hướng tới là cứu vớt chúng sinh, trong đó có con người khỏi vô minh, tham ái, khỏi trầm luân đau khổ, như tuyên ngôn lúc sinh thời của Đức Thế Tôn “Nước biển chỉ có một vị là mặn; học thuyết của ta chỉ có một vị là giải thoát”. Thực tế lịch sử chứng minh, vai trò lãnh đạo và trách nhiệm chia sẻ của Phật giáo được thể hiện trong nhiều vấn đề có tính chất toàn cầu như: xung đột chiến tranh, nghèo đói, bạo lực, bất bình đẳng xã hội, phân hóa giàu nghèo, biến đổi khí hậu, ô nhiễm môi trường, khủng hoảng kinh tế... Trong đó, không thể không nhắc đến quan điểm phát triển hòa bình, phát triển bền vững mà chúng ta đang theo đuổi hiện nay. Do đó, nghiên cứu tìm hiểu hệ thống tư tưởng, triết lý của Phật giáo nói chung; trong đó có thuyết “Duyên khởi” và “Trung đạo”, từ đó vận dụng vào phát triển du lịch sinh thái cộng đồng, suy rộng ra là phát triển kinh tế - xã hội theo hướng bền vững tại Tuyên Quang là hướng tiếp cận khá lý thú, cần thiết và có ý nghĩa quan trọng.

## 2. NỘI DUNG

### 2.1. Khái quát chung về thuyết “Duyên khởi” và “Trung đạo”

Phật giáo ra đời vào khoảng thế kỷ thứ VI trước CN, bởi một bậc đại trí, đại dũng, đại từ bi, đại giác ngộ là Siddhartha Gautama (tức Tất - Đạt - Đa - Cồ - Đàm), hay Sakyamuni thường được gọi là đức Phật Thích Ca Mâu Ni (nghĩa là bậc giác ngộ, trí giả của dòng dõi Thích Ca); tại

Việt Nam, Phật được việt hóa bằng tên gọi hết sức gần gũi, thân thuộc và bình dị là ông Bụt đại diện cho hòa bình, sự lương thiện, tình thương yêu và những điều tốt đẹp, luôn che chở và dang rộng vòng tay, cứu giúp những người hiền lành, lương thiện, tốt bụng; trừng trị những kẻ xấu, kẻ ác, kẻ bất lương.

Sinh thời, Đức Phật có cha là đức vua Tịnh Phạn và mẹ là hoàng hậu Mahamaya, sống tại kinh đô Ca-Tỳ-La-Vệ, vương quốc Thích Ca (một tiểu quốc nhỏ nằm ở vùng biên giới giữa Ấn Độ và Nepal ngày nay). Mặc dù, ở địa vị cao quý là Thái tử, tương lai sẽ là người kế nhiệm ngai vàng, trị vì vương quốc; sống cuộc sống giàu sang, phú quý, nhưng lựa đủ đầy, kẻ hầu người hạ trong hoàng cung xa hoa, tráng lệ, là niềm mơ ước của biết bao người trong thế gian nhưng Đức Phật đã quyết tâm từ bỏ tất cả để tìm kiếm và khai phá con đường giải thoát cho chúng sinh khỏi vòng quay luân hồi của sinh, lão, bệnh, tử. Và trên hành trình ấy, Người đã khám phá ra quy luật vận hành của vũ trụ, bí mật của lịch sử mà con người và chúng sinh tìm kiếm bấy lâu nay. Tất cả nằm trong “Tứ diệu đế” (tức bốn chân lý kỳ diệu, vi diệu, và tối thượng; là toàn bộ nền tảng, triết lý và tinh thần của Phật giáo) gồm: Đế thứ nhất (Khổ đế) nghĩa là con người và vạn vật sinh ra trong vũ trụ này là khổ; Đế thứ hai (Tập đế) chỉ ra nguyên nhân của Khổ là do vô minh và ái dục; Đế thứ ba (Diệt đế) tức khẳng định con người và chúng sinh có thể diệt Khổ thông qua con đường đạo đức, trí tuệ, diệt trừ vô minh và ái dục; Đế thứ tư (Đạo đế) là con đường, phương pháp để diệt Khổ. Vì vậy, khi nghiên cứu “Tứ diệu đế”, chúng ta không thể không nghiên cứu, tìm hiểu thuyết “Duyên khởi” - Quy luật hình thành, vận hành của vạn vật trong vũ trụ và “Trung đạo” - Con đường đạt đến sự giải thoát, giác ngộ, viên mãn, an lạc và thanh tịnh.

“Duyên khởi” (hay Nhân duyên, hay Thập nhị nhân duyên) có nguồn gốc từ tiếng PaLi “Paticca Samuppāda Dham-ma” nghĩa là “Tùy thuộc theo các điều kiện phát sinh, nương theo các duyên mà sinh” - nghĩa là mọi sự vật, hiện tượng trong vũ trụ đều có mối liên hệ mật thiết, biện chứng, tác động qua lại và phụ thuộc lẫn nhau; cái này là kết quả, hệ quả từ nguyên nhân của yếu tố này đồng thời cũng chính là nguyên nhân dẫn đến kết quả, hệ quả của yếu tố khác; không có sự vật, hiện tượng, yếu tố nào nằm ngoài quy luật này. Theo đó, Đức Phật nói “*Cái này có, cái kia có; cái này sinh, cái kia sinh; cái này không, cái kia không; cái này diệt, cái kia diệt*”<sup>(153)</sup>.

Theo Kinh Duyên khởi, mọi chúng sinh trong vũ trụ này đều tồn tại và vận hành dựa trên 12 yếu tố: *Một là Vô minh* - tức là sự không thấy rõ, mù quáng, chấp trước, không thấu hiểu về các quy luật của cuộc sống, trong đó có khổ và nguyên nhân của khổ. *Hai là Hành*, Vô minh sinh ra Hành (nghĩa là hành động, tồn tại ở ba dạng là thân, khẩu và ý) những hành động, việc làm trong quá khứ và hiện tại tạo nghiệp cho hiện tại và tương lai tùy thuộc vào mức độ tốt, xấu khác nhau. *Ba là Thức*, Hành sinh ra Thức, tức từ hành động nghiệp báo trước đó sẽ quy định sự lựa chọn của tâm thức trong hiện tại và tương lai. *Bốn là Danh sắc*, Thức sinh Danh sắc, là trạng thái, tâm lý, vật lý của sự vật, hiện tượng mới do Ngũ uẩn (tức 5 yếu tố tạo thành thân tâm của con người và vạn vật chúng sinh gồm: Sắc uẩn là sự nhận biết mình có thân và 6 giác quan tạo thành; Thọ uẩn là cảm giác, cảm nhận; Tưởng uẩn là sự nhận biết; Hành uẩn là sự cân nhắc, suy xét; Thức uẩn là sự thông hiểu, nhận định, khẳng định.). *Năm là Lục căn*, Danh sắc sinh ra Lục căn gồm 5 giác quan là mắt, tai, mũi, lưỡi, xúc giác và ý - tức khả năng nhận thức). *Sáu là Xúc*, Lục căn sinh ra Xúc, là sự tiếp xúc của vạn vật chúng sinh với thế giới bên ngoài. *Bảy là Thọ*, Xúc sinh ra Thọ, là sự cảm nhận của vạn vật chúng sinh về thế giới. *Tám là Ái*, Thọ sinh ra Ái, là sự yêu thương, sự ham muốn. *Chín là Thủ*, Ái sinh ra Thủ, là giữ lấy, sở hữu, chiếm hữu. *Mười là Hữu*, Thủ sinh ra Hữu, là sự hiện hữu của những gì ta gọi là sự tồn tại của thế giới vạn vật

<sup>(153)</sup> Thích Nhật Từ, Thích Đức Thiện (2019), Phật giáo và Cách mạng công nghiệp 4.0, NXB Hồng Đức, tr.223.

trong vũ trụ. *Mười một là Sinh*, Hữu dẫn đến Sinh, là sự sinh trưởng, phát triển của vạn vật trong vũ trụ. *Mười hai là Lão tử*, Sinh dẫn đến Lão tử, là sự già nua, thoái hóa, chết chóc, hoại diệt. Theo đó, khi chúng ta thấu hiểu về Phật pháp, về Duyên khởi, con người sẽ không còn tham đắm và chấp trước trong ái dục, vô minh, tâm hồn sẽ an nhiên, thanh tịnh. Như Đức Phật từng nói “*Này Anada, đừng nói thế. Giáo lý duyên khởi này sâu xa và có vẻ sâu xa hơn. Chính vì không hiểu rõ, không thâm nhập giáo lý này mà nhân loại trở nên như cuộn chỉ rối rắm, như ổ kiến rối, như cỏ babajia, không thể thoát ly khỏi khổ xứ, ác thú, địa ngục và sinh tử*”<sup>(154)</sup>.

Từ thuyết “Duyên khởi”, luận giải về sự sinh thành, phát triển và tiêu vong của vạn vật chúng sinh, trong vũ trụ, về nguyên nhân và nguồn gốc dẫn đến sự khổ; Phật giáo cho rằng, chúng sinh, trong đó có con người hoàn toàn có thể thoát ra khỏi khổ, khỏi vòng luân hồi sinh tử thông qua con đường thực hành tu tập, rèn luyện đạo đức, trí tuệ, qua đó loại trừ được vô minh và tham ái, nguồn gốc của mọi khổ đau trên thế gian này “Thông qua toàn bộ sự chấm dứt của Vô minh chấm dứt sự hình thành Hành. Thông qua việc chấm dứt hình thành Hành, chấm dứt Thức. Thông qua việc chấm dứt Thức, Danh sắc chấm dứt. Thông qua việc chấm dứt Danh sắc, Lục căn chấm dứt. Thông qua việc chấm dứt Lục căn, chấm dứt Xúc. Thông qua việc chấm dứt Xúc, Thọ chấm dứt. Thông qua việc chấm dứt Thọ, Ái chấm dứt. Thông qua sự chấm dứt Ái, Thủ chấm dứt. Thông qua việc chấm dứt Thủ, Hữu chấm dứt. Thông qua việc chấm dứt Hữu, chấm dứt Sinh. Thông qua việc chấm dứt Sinh, chấm dứt Lão và tử, đau khổ, than thở, đau đớn, đau buồn và tuyệt vọng. Do đó, toàn bộ khỏi đau khổ này chấm dứt”<sup>(155)</sup>. Và theo Đức Phật, con đường để chấm dứt vô minh, tham ái, khổ đau không gì khác chính là con đường “Trung đạo”.

Nói về “Trung đạo”, trong Kinh Chuyển Pháp Luân, Đức Phật nói như sau: “*Này các Tỳ kheo, có hai điều thái quá, người xuất gia không nên theo. Thế nào là hai? Một là mê đắm dục lạc, hạ liệt, phàm phu, không xứng thánh hạnh, không thiết lợi đạo. Hai là tu khổ hạnh, khổ đau, không xứng Thánh hạnh, không thiết lợi đạo. Này các Tỳ kheo, chính nhờ từ bỏ hai điều thái quá này, Như Lai giác ngộ trung đạo, con đường đem đến pháp nhãn, trí huệ đưa lại an tịnh, thượng trí, chứng Niết bàn*”<sup>(156)</sup>.

Sinh thời, trên con đường tìm kiếm chân lý, sau nhiều năm tìm tòi, khám phá, khổ công tu tập, rèn luyện theo nhiều khuynh hướng, phương pháp, trường phái khác nhau của xã hội Ấn Độ cổ đại khi đó, trong đó nổi bật là hai khuynh hướng: *một là*, trường phái Khoái lạc thiên về hưởng thọ dục vọng; *hai là*, trường phái Khổ hạnh, thiên về tu tập, rèn luyện khổ hạnh về mặt thể xác (hay ép xác). Cuối cùng, Người nhận ra rằng, cả hai phương pháp và con đường đó đều không đúng đắn. Theo Đức Phật, con đường đúng đắn dẫn đến chân lý tối thượng không gì khác chính là “Trung đạo”. Theo đó, “Trung đạo” được hiểu là là con đường trung tâm, chính giữa, đúng đắn nhất, sáng suốt nhất, lý tưởng và an lạc nhất; là con đường tránh xa hai cực đoan: *một là* thiên về hưởng thọ dục vọng, *hai là* tu tập khổ hạnh; suy rộng ra, nghĩa là không cực đoan hóa, hay tuyệt đối hóa một mặt, một khía cạnh hay một yếu tố nào. Và “Trung đạo”, theo Đức Phật cũng không gì khác là thực hành Bát chánh đạo (hay Bát chính đạo) - Tám con đường tu dưỡng, rèn luyện trí tuệ, đạo đức thân tâm giúp chúng sinh thoát khỏi trầm luân đau khổ. Tám con đường đó là: 1. Chính kiến (hay chánh kiến) - tức cái nhìn đúng đắn, chân chính; 2. Chính tư duy (hay chánh tư duy) - tức suy nghĩ đúng đắn, chân chính; 3. Chính ngữ (hay chánh ngữ) - tức lời nói đúng đắn, chân chính; 4. Chính nghiệp (hay chánh nghiệp) - tức hành động đúng đắn, chân chính; 5. Chính mạng (hay chánh mạng) - tức nghề nghiệp, sinh kế, mưu sinh đúng đắn,

<sup>(154)</sup> Thích Nhật Từ, Thích Đức Thiện (2019), Phật giáo và Cách mạng công nghiệp 4.0, NXB Hồng Đức, tr.203.

<sup>(155)</sup> Thích Nhật Từ, Thích Đức Thiện (2019), Cách tiếp cận của Phật giáo vì tiêu thụ có trách nhiệm, phát triển bền vững, NXB Hồng Đức, tr.105-106.

<sup>(156)</sup> Thích Nhật Từ (2019), Nền tảng giáo dục Phật giáo về đạo đức, NXB Tôn giáo, tr.102.

chân chính; 6. Chính tinh tấn (hay chánh tinh tấn, hay chính tịnh tiến) - tức siêng năng, cần kiệm, cố gắng, nỗ lực đúng đắn, chân chính; 7. Chính niệm (hay chánh niệm) - tức tưởng nhớ, ghi nhớ tâm niệm đúng đắn, chân chính; 8. Chính định (hay chánh định) - tức là sự tập trung, tinh tấn đúng đắn, chân chính. Trung đạo (hay Bát chánh đạo) chính là con đường vi diệu mà Đức Thế Tôn đã trải bao tâm sức, khổ cực khai phá và kiếm tìm cho chúng sinh, như Người từng khẳng định “*Này các Tỳ kheo, trung đạo do Như Lai giác ngộ, đem đến pháp nhĩn, trí huệ, đưa lại an tịnh, thượng trí, giác ngộ, Niết bàn là gì? Chính là Bát chánh đạo: chính kiến, chính tư duy, chính ngữ, chính nghiệp, chính mệnh, chính tịnh tiến, chính niệm, chính định*”<sup>(157)</sup>. Đây chính là một trong những đại tổng kết lớn nhất, có giá trị nhất và vĩ đại nhất trong lịch sử nhân loại về quy luật hình thành và vận hành của vạn vật trong vũ trụ mà Đức Phật khám phá ra. Nó là chìa khóa để giải mã triệt để, tận gốc rễ mọi vấn đề của cuộc sống. Do đó, nếu chúng ta nhận biết được quy luật của thuyết “Duyên khởi” và “Trung đạo”, từ đó vận dụng một cách đúng đắn, sáng tạo nó vào trong cuộc sống chúng ta sẽ thành công.

## 2.2. Vận dụng thuyết “Duyên khởi” và “Trung đạo” trong phát triển du lịch sinh thái cộng đồng tại tỉnh Tuyên Quang.

Qua nghiên cứu, tìm hiểu về thuyết “Duyên khởi” và “Trung đạo” trong tư tưởng và triết lý của Phật giáo; chúng ta có thể vận dụng vào phát triển du lịch sinh thái cộng đồng theo hướng bền vững tại tỉnh Tuyên Quang như sau:

*Thứ nhất*, thuyết “Duyên khởi” và “Trung đạo”, giúp chúng ta nhận thức được rằng, phát triển du lịch sinh thái cộng đồng theo hướng bền vững tại Tuyên Quang là xu thế tất yếu đúng đắn, phù hợp với quy luật khách quan của thế giới, trong nước và đặc điểm tình hình thực tiễn của Tuyên Quang hiện nay. Thực tiễn cho thấy, nhân loại đang phải đối mặt với nhiều vấn đề có tính chất toàn cầu như xung đột chiến tranh, nghèo đói, dịch bệnh, bất bình đẳng xã hội... Trong đó, vấn nạn ô nhiễm môi trường, biến đổi khí hậu đang là thách thức rất lớn với tất cả các quốc gia, chính phủ và người dân trên toàn thế giới.

Như chúng ta biết, con người duy trì cuộc sống của mình bằng cách lấy thức ăn, thực phẩm, chất dinh dưỡng từ tự nhiên, uống nguồn nước trong mát từ tự nhiên, hít thở bầu không khí trong lành từ tự nhiên, xây dựng nhà ở, thiết kế quần áo, trang phục để mặc, làm đường sá, cầu cống, phát triển công nghiệp, dịch vụ, khám phá không gian vũ trụ... mọi nhu cầu tưởng chừng như vô tận của con người đều được đáp ứng bởi tự nhiên, nương nhờ vào tự nhiên, mẹ thiên nhiên mà sinh tồn, phát triển. Nói cách khác thiên nhiên đã ban tặng cho con người tất cả. Tuy nhiên, do nhu cầu ham muốn cùng với sự phát triển của khoa học, công nghệ; trên con đường vươn lên khai phá, chinh phục tự nhiên để khẳng định mình, con người đã tác động, khai phá thiên nhiên một cách thô bạo, thái quá, thậm chí mù quáng. Kết quả là làm cho thiên nhiên biến đổi theo hướng cực đoan với các hiện tượng như: biến đổi khí hậu, triều cường, nước biển dâng, nhiệt độ trái đất nóng lên, hạn hán, mưa bão, lũ lụt, sạt lở, động đất, song thần, ô nhiễm không khí, đất, nước, khói bụi, tiếng ồn... Do đó, đã đến lúc con người phải thay đổi, chúng ta không thể đi ngược lại với các quy luật của tự nhiên, đứng trên cả tự nhiên, phát triển nhanh chóng bằng mọi giá, bất chấp tất cả; nếu mẹ thiên nhiên hào phóng, ưu ái cho chúng ta tất cả mọi thứ, thì cũng chính thiên nhiên cũng sẽ lấy đi của chúng ta tất cả nếu chúng ta không tỉnh thức và hành động ngay lúc này.

Trên thực tế, có nhiều nguyên nhân dẫn đến tình trạng ô nhiễm môi trường, cạn kiệt tài nguyên thiên nhiên, biến đổi khí hậu; trong đó có việc con người không nhận thức được nguồn

<sup>(157)</sup> Thích Nhật Từ (2019), Nền tảng giáo dục Phật giáo về đạo đức, NXB Tôn giáo, tr.102-103.



gốc, quy luật hình thành và vận hành của vạn vật vũ trụ mà theo như Đức Phật là do con người còn đang chìm đắm trong vô minh và ái dục “Thế giới con người đang thấy và biết là thế giới chấp thủ của điên đảo tâm, điên đảo tướng, điên đảo tính và điên đảo kiến phát sinh do vô minh”<sup>(158)</sup>; con người đang mãi mê kiếm tìm, khai thác, chinh phục và cải tạo thiên nhiên một cách quá mức, thô bạo và thậm chí mù quáng nhằm thỏa mãn nhu cầu ham muốn của chính mình mà không biết rằng con người và tự nhiên có mối quan hệ mật thiết, biện chứng với nhau; chúng ta là sản phẩm của tự nhiên, của mẹ tự nhiên; do đó, chúng ta không thể sống ngoài tự nhiên, hoặc vượt lên trên tự nhiên bằng mọi giá. Nếu không, chúng ta sẽ phải trả giá. Và thực tế đã chứng minh là chúng ta đã, đang và sẽ tiếp tục phải trả giá cho những hành động của chính chúng ta. Do đó, phát triển bền vững là yêu cầu khách quan đối với chúng ta.

Và để phát triển bền vững thì không có con đường nào khác thích hợp hơn con đường Trung đạo. Đó là con đường của sự kết hợp hài hòa, biện chứng, cân bằng giữa con người với môi trường tự nhiên và môi trường xã hội; giữa thế hệ hiện tại với quá khứ và tương lai. Qua ý nghĩa của triết lý “Duyên khởi” và “Trung đạo”, Phật giáo muốn gửi đến chúng ta một thông điệp hết sức nhân văn rằng hãy sống chậm lại để suy nghĩ và hành động, hãy cứu lấy môi trường, trái đất và hành tinh ngay lúc này, bởi đó là sự sống của chính chúng ta. Nó hoàn toàn phù hợp với quan điểm của chúng ta về phát triển bền vững, được đề cập đến trong “*Báo cáo tương lai của chúng ta*”, công bố bởi Ủy ban Môi trường và Phát triển thế giới (năm 1987) như sau: “*Phát triển bền vững là sự phát triển có thể đáp ứng được những nhu cầu hiện tại mà không ảnh hưởng, tổn hại đến những khả năng đáp ứng nhu cầu của các thế hệ tương lai*”<sup>(159)</sup>. Đây là một tình miền núi thường xuyên gặp phải thiên tai với các hiện tượng thời tiết cực đoan như mưa đá, lũ quét, lũ ống, sạt lở đất do ô nhiễm môi trường, biến đổi khí hậu gây ra. Các cấp Đảng ủy, chính quyền và người dân Tuyên Quang chắc chắn nhận thức được rằng phát triển du lịch sinh thái cộng đồng theo hướng bền vững là lựa chọn tất yếu trong chiến lược quy hoạch và phát triển du lịch nói riêng và phát triển kinh tế - xã hội nói chung của tỉnh nhà.

*Thứ hai*, qua thuyết “Duyên khởi” và “Trung đạo” giúp Đảng bộ, chính quyền và nhân dân các dân tộc Tuyên Quang nhận thức đúng đắn và sâu sắc hơn về mục đích, ý nghĩa của việc phát triển du lịch sinh thái cộng đồng theo hướng bền vững không những là xu thế tất yếu mà còn là cơ hội, điều kiện thuận lợi để đánh thức tiềm năng du lịch hết sức triển vọng; thể hiện ở sự phong phú, đa dạng và vô cùng đặc sắc của hệ thống cảnh quan danh lam, thắng cảnh, di tích lịch sử, văn hóa của mảnh đất và con người xứ Tuyên.

Là một tỉnh miền núi, song Tuyên Quang sở hữu hơn 500 di tích lịch sử, cách mạng, văn hóa (đây là một trong những tiềm năng và lợi thế rất lớn của du lịch Tuyên Quang mà nhiều địa phương khác ở khu vực miền núi không có được). Trong đó, nhiều di tích được xếp hạng cấp quốc gia như: thành nhà Mạc, đền Ý La, đền Hạ, đền Thượng. Di tích lịch sử cách mạng có khu du lịch lịch sử quốc gia đặc biệt Kim Bình; Di tích lịch sử - văn hóa, di tích lịch sử cách mạng và kháng chiến An toàn khu (ATK); khu di tích lịch sử quốc gia đặc biệt Tân Trào - Thủ đô kháng chiến với những địa danh đã đi vào lịch sử như: đình Hồng Thái, cây đa Tân Trào, đình Tân Trào, Lán Nà Nưa... Nơi đây được ví như một bảo tàng thu nhỏ của Cách mạng Việt Nam.

Mặt khác, Tuyên Quang còn là nơi hội tụ và giao thoa của nhiều nền văn hóa, nơi sinh sống của nhiều đồng bào dân tộc như: Kinh, Tày, Nùng, Cao Lan, Pà Thẻn... với sự đa dạng, phong phú về truyền thống văn hóa, phong tục, tập quán, lối sống. Bảo tồn và duy trì nhiều lễ hội văn hóa độc đáo như: lễ hội Thành Tuyên, lễ hội đua thuyền, lễ hội chùa Hương Nghiêm, lễ hội

<sup>(158)</sup> Thích Thông Lạc (2011), Những lời gốc Phật dạy, tập 2, NXB Tôn giáo, tr.45.

<sup>(159)</sup> Thích Nhật Từ, Thích Đức Thiện (2019), Cách tiếp cận của Phật giáo vì tiêu thụ có trách nhiệm, phát triển bền vững, NXB Hồng Đức, tr.252.

đền Hạ, đền Thượng, đền Ý La; lễ hội đình giếng Tanh, đình Minh Cảm, đầm Mây, đền Minh Lương; lễ rước cánh án đền Trần; lưu giữ và bảo tồn được nhiều trò chơi dân gian như: ném Pao, ném Cờn, đánh Yên, thổi sáo, thổi khèn, Lễ hội Nhảy lửa của dân tộc Pà Thẻn; nhiều bản, làng trở thành địa điểm du lịch văn hóa cộng đồng thu hút khách du lịch như: Làng văn hóa thôn Giếng Tanh (xã Kim Phú huyện Yên Sơn), làng văn hóa thôn Khau Tràng (xã Hồng Thái, huyện Na Hang).

Đặc biệt, Tuyên Quang còn được thiên nhiên ưu ái ban tặng cho nhiều cảnh đẹp nên thơ, hữu tình làm say đắm và lưu luyến lòng người như: khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm; khu du lịch sinh thái thác Bản Ba; khu bảo tồn thiên nhiên Tát Kê - bản Bung nổi tiếng với loài vọc mũi hếch được ghi trong sách đỏ thế giới; động Tiên, thác Lăn, hồ Khờn, rừng đặc dụng Chạm Chu... Với những tiềm năng và lợi thế như vậy; trong thời gian qua, ngành Du lịch Tuyên Quang đã có những khởi sắc và chuyển biến tích cực. Kết quả là trong 6 tháng đầu năm 2019, tổng lượng khách du lịch đến Tuyên Quang đạt 1.248.100 lượt tăng 9,4% so với cùng kỳ năm 2018; doanh thu xã hội ước đạt 1.126 tỷ đồng, tăng 8,7% so với cùng kỳ năm 2018<sup>160</sup>. Đây là những tín hiệu đáng mừng cho ngành Du lịch còn non trẻ của Tuyên Quang.

*Thứ ba*, thuyết “Duyên khởi” và “Trung đạo”, giúp chính quyền, người dân, khách du lịch, cá nhân và tổ chức trong lĩnh vực du lịch tại Tuyên Quang nhận thức được con đường phát triển du lịch sinh thái cộng đồng theo hướng bền vững tại Tuyên Quang phải là du lịch xanh, du lịch thân thiện với môi trường tự nhiên góp phần vào giữ gìn, bảo vệ môi trường tự nhiên, cảnh quan thiên nhiên.

Sinh thời, Đức Phật có cuộc sống gần gũi, chan hòa cùng thiên nhiên, Người xuất thân từ dòng dõi vương quyền nhưng không lựa chọn nơi hoàng cung nguy nga, tráng lệ mà chọn một khu rừng tên Lâm - Tỳ - Ni với rất nhiều cây cỏ, hoa lá, chim muông để đản sinh. Người như muốn tuyên bố với thế giới chúng sinh rằng, Người xuất hiện trên hành tinh, vũ trụ này là lẽ tự nhiên để cứu vớt chúng sinh ra khỏi trầm luân, đau khổ. Và trên con đường tu học, Người đã chứng ngộ chân lý tại Bodh Gaya (Bồ Đề Đạo Tràng) dưới gốc cây Bồ Đề bình dị, dân dã, biểu tượng cho sự giác ngộ, trí tuệ và sức mạnh của tự nhiên (sau 49 ngày thiền định) chứ không phải là chốn hoàng cung hay một nơi xa hoa nào khác. Điều đó cho thấy vị trí vai trò, tầm vóc và sứ mệnh lịch sử của Đức Phật với thiên nhiên và vũ trụ. Thông điệp mà Phật giáo hướng đến là chúng ta hãy thức tỉnh và hành động vì mẹ thiên nhiên, vì trái đất và hành tinh ngay lúc này vì đó chính là sự sống của chính chúng ta.

Để bảo vệ môi trường thiên nhiên, Phật giáo khuyên con người thực hiện ngũ giới (Năm điều cấm kỵ, tuyệt đối không được phép làm là: không sát sinh, không trộm cắp, không tà dâm, không nói dối, không sử dụng chất gây nghiện). *Thứ nhất*, không sát sinh nghĩa là tôn trọng sự sống của chúng sinh, bảo vệ, giúp đỡ muôn loài sinh vật cùng tồn tại; tạo sự cân bằng môi trường sinh thái tự nhiên, hòa bình và an lành cho muôn loài. Do đó, sát sinh là chúng ta đang góp phần phá vỡ các quy luật tự nhiên, hủy diệt thiên nhiên; sinh thời, Đức Phật từng nói “Dẫu muôn loài có khác nhau, nhưng sự sống chỉ là một, sau khi giết chết chúng sinh, có người sẽ đầu thai làm thú vật, và có nhiều thú vật sẽ làm người. Người và vật lẫn lộn, lúc làm người, lúc làm vật, vì thế mà vẫn cùng một dây liên lạc như anh em. Không thể lấy máu của thú vật rửa tội cho mình. Xin các vị thần tha tội là một việc vô ích. Nếu các ngài đều thiện thì các ngài sẽ không tha thứ cho một việc làm ác như thế. Nếu các người làm ác thì dẫu có giết bao nhiêu thú vật đi nữa để cúng thì các người cũng không hết ác được”<sup>(161)</sup>. Do đó, Đức Phật khuyên chúng ta phải có tâm từ bi (tức yêu thương, trân trọng) không chỉ đồng loại mà cả chúng sinh vạn vật trong vũ trụ này. Vì

<sup>(160)</sup> <http://dulichtuyenquang.gov.vn/DetailView/4050/22/16/Phat-trien-du-lich-sinh-thai-gan-voi-du-lich-cong-dong.html>

<sup>(161)</sup> Giáo án rèn nhân cách lớp ngũ giới đức hiệu sinh, 2012, NXB Tôn giáo, tr.309.

vậy, Phật giáo chủ trương không sát sinh để bảo vệ muôn loài cho dù là nhỏ bé như sâu bọ, côn trùng cho đến yếu mềm như cây cỏ, hoa lá, chim muông... trong Phật giáo có truyền thống “An cư kiết hạ” để bảo vệ môi trường tự nhiên nghĩa là trong ba tháng mùa mưa mọi người hạn chế đi lại, tập trung tu học giáo lý để tránh vô tình sát sinh những sinh vật nhỏ bé như sâu bọ, côn trùng, muông thú, góp phần bảo vệ môi trường thiên nhiên. *Thứ hai*, không trộm cắp ở đây có nghĩa là chúng ta không lấy hoặc sở hữu những thứ không thuộc về chúng ta, nhỏ là từ cái kim, sợi chỉ đến những cái lớn hơn như tiền của, vàng bạc, hàng hóa, nhà cửa, xe cộ... cho đến sức khỏe, sinh mạng, môi trường sống trong lành (không bị ô nhiễm bởi không khí, nguồn nước, thực phẩm, tiếng ồn...) không chỉ của con người mà của chúng sinh trong toàn vũ trụ. Do đó, chúng ta không chỉ tôn trọng, bảo vệ, giữ gìn tài sản của người khác mà phải biết chân quý, bảo tồn và phát triển “mẹ thiên nhiên” cũng chính là bảo vệ chính chúng ta. *Thứ ba* là không được nói dối nghĩa là nói lời không ngay thẳng, tà ngữ, vọng ngữ, nói sai sự thật, lừa dối người khác và lừa dối chính mình nhằm thỏa mãn ham muốn và dục vọng cá nhân. Thực tiễn cho thấy, sở dĩ môi trường tự nhiên biến đổi cực đoan như ngày nay là do con người đang không chỉ lừa dối thiên nhiên mà còn lừa dối cả chính chúng ta vì mục tiêu và tham vọng của con người là không những khai thác mà còn cải tạo, chinh phục, thậm chí là chế ngự tự nhiên. *Thứ tư* là không tà dâm nghĩa là chúng ta không chỉ giữ gìn hạnh phúc, hòa bình, ổn định, an lạc cho mình mà còn cho người khác và cho cả chúng sinh. Bởi tà dâm cũng chính là nguyên nhân gây ra đau khổ không chỉ cho con người mà cho cả vạn vật trong vũ trụ này. *Thứ năm* là không được sử dụng chất gây nghiện như rượu, bia, đồ uống có cồn, chất kích thích... vì nó làm cho chúng ta suy kiệt sức khỏe cả thể chất và tinh thần; thiếu minh mẫn, tỉnh táo, sáng suốt, tạo ảo giác, bất ổn về mặt tâm lý gây ra những hậu quả nghiêm trọng cho bản thân, gia đình và toàn xã hội; lãng phí, tốn kém cho nền kinh tế, làm ô nhiễm môi trường thiên nhiên... Tóm lại, những hành động của chúng ta ngày hôm nay sẽ tác động trực tiếp đến chúng ta trong hiện tại và tương lai.

Hiện nay, rất nhiều vấn đề môi trường bắt nguồn từ du lịch (ngành công nghiệp không khói, đóng góp hàng tỷ đô cho nền kinh tế thế giới mỗi năm, tưởng chừng ít gây ô nhiễm nhất nhưng lại là một trong những tác nhân góp phần làm suy giảm nghiêm trọng môi trường nhiều nhất). Vì du lịch là một mảnh đất màu mỡ, hứa hẹn và đầy tiềm năng, có sức hấp dẫn rất lớn các nhà đầu tư đến từ nhiều tổ chức trong nước và quốc tế bởi giá trị lợi nhuận siêu khủng mà nó đem lại cùng với một thị trường rộng lớn, đa dạng tưởng như không thể cạn kiệt: từ du lịch truyền thống, du lịch sinh thái, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái cộng đồng, du lịch trải nghiệm, du lịch từ thiện, du lịch xanh, du lịch bền vững đến du lịch du hành vũ trụ ngoài không gian...

Do đó, yếu tố môi trường, đặc biệt môi trường xanh, sạch, trong lành là xương sống của du lịch xanh và bảo vệ môi trường là quyền lợi, nghĩa vụ và trách nhiệm của tất cả chúng ta, trong đó trực tiếp và quyết định nhất là lãnh đạo các quốc gia, chính phủ các tổ chức quốc tế, khu vực, và trong nước về môi trường, các tổ chức du lịch, các nhà hoạt động chính trị, xã hội vì môi trường... Như lời Thiền sư Nhất Hạnh, người có rất nhiều đóng góp cho sự phát triển và hội nhập quốc tế của Phật giáo Việt Nam với thế giới cho rằng “Chúng ta phân loại thực vật và chúng sanh như tự nhiên, một cái gì tách biệt khỏi chúng ta, và hành động như thể chúng ta tách biệt khỏi chúng. Rồi thì chúng ta hỏi “Chúng ta nên làm gì với thiên nhiên?”. Chúng ta nên đối xử với thiên nhiên như cách mà chúng ta đối xử với chính chúng ta: không bạo lực. Con người và thiên nhiên là không thể tách rời. Vì chúng ta không thể hãm hại chính chúng ta, chúng ta không nên làm hại thiên nhiên”<sup>(162)</sup>. Vì vậy, trong phát triển du lịch sinh thái cộng đồng theo hướng bền vững tại Tuyên Quang phải đặt vấn đề bảo vệ môi trường lên hàng đầu.

<sup>(162)</sup> Thích Nhật Từ (2019), Nền tảng giáo dục Phật giáo về đạo đức, NXB Tôn giáo, tr.27.

*Thứ tư*, thuyết “Duyên khởi” và “Trung đạo”, giúp chúng ta hiểu rõ hơn về mối quan hệ biện chứng giữa ba thành tố của du lịch sinh thái cộng đồng là: *Một là*, du lịch (gồm các cá nhân, tổ chức, cơ quan, hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật kết cấu hạ tầng, giao thông, cơ sở lưu trú, các hãng lữ hành, các sản phẩm, dịch vụ... liên quan trực tiếp hoặc gián tiếp đến hoạt động du lịch); *Hai là*, sinh thái (môi trường tự nhiên, cảnh quan thiên nhiên, tài nguyên thiên nhiên...); *Ba là*, cộng đồng (môi trường văn hóa, xã hội, cộng đồng cư dân tại địa phương...). Ba thành tố này có mối quan hệ biện chứng, mật thiết, tác động qua lại và phụ thuộc lẫn nhau; nếu chỉ chú trọng, quan tâm phát triển một yếu tố nào đó mà bỏ qua yếu tố còn lại thì nó không còn đúng nghĩa là du lịch sinh thái cộng đồng. Do đó, du lịch sinh thái cộng đồng phải là loại hình du lịch kết hợp giữa du lịch trải nghiệm, khám phá môi trường sinh thái tự nhiên với môi trường văn hóa, xã hội, cảnh quan của cộng đồng địa phương; nhằm khai thác có hiệu quả tối đa các lợi thế về du lịch của cộng đồng địa phương.

Du lịch sinh thái cộng đồng phải có sự chung tay góp sức và tham gia một cách chủ động, tích cực và có trách nhiệm của cư dân tại các địa phương; đồng thời tạo điều kiện, cơ hội, tăng cường tính chủ động và môi trường cho cộng đồng các địa phương tham gia vào các hoạt động du lịch; góp phần tạo công ăn việc làm, tăng thu nhập cho người dân; kích cầu phát triển kinh tế - văn hóa xã hội của cộng đồng tại địa phương. Du lịch sinh thái cộng đồng mang đến cho du khách chất lượng dịch vụ du lịch chất lượng, chuyên nghiệp, đặc sắc và mới mẻ; thái độ phục vụ thân thiện, nhiệt tình với phương châm “vui lòng khách đến, vừa lòng khách đi”. Cùng với đó là những trải nghiệm và cảm giác chân thật nhất của du khách khi được hòa mình vào thiên nhiên và chìm đắm trong các hoạt động văn hóa, lễ hội, phong tục, tập quán, lối sống, ẩm thực, trò chơi dân gian, lao động, sản xuất... trong cuộc sống thường ngày của cộng đồng địa phương. Làm cho du khách cảm thấy thoải mái, thư giãn và lưu luyến cảnh sắc thiên nhiên, văn hóa mảnh đất và con người Tuyên Quang.

### 2.3. Một số đề xuất, giải pháp

Nhằm đẩy mạnh phát triển hơn nữa du lịch sinh thái cộng đồng theo hướng bền vững tại tỉnh Tuyên Quang trong thời gian tới, chúng tôi xin đề xuất một số giải pháp như sau:

*Một là*, cần có sự nghiên cứu, điều tra khảo sát, tổng kết và rút kinh nghiệm thực trạng phát triển du lịch nói chung và du lịch sinh thái cộng đồng theo hướng bền vững tại Tuyên Quang trong giai đoạn hiện nay với sự tham gia của các bên liên quan như: các cơ quan quản lý Nhà nước về lĩnh vực du lịch; các cá nhân, tổ chức hoạt động trong lĩnh vực du lịch; đội ngũ chuyên gia, các nhà khoa học và người dân địa phương để cùng thống nhất về quan điểm, mục tiêu và cách thực thực hiện. Từ đó, xây dựng kế hoạch, chiến lược, mục tiêu phát triển du lịch sinh thái cộng đồng cho phù hợp với các tiêu chí của du lịch sinh thái cộng đồng và điều kiện, đặc điểm tình hình thực tiễn của tỉnh.

*Hai là*, cần tiếp tục làm tốt công tác tuyên truyền, phổ biến, giáo dục, nâng cao hơn nữa nhận thức của các cấp ủy Đảng, chính quyền và nhân dân trong toàn tỉnh; đặc biệt là đồng bào các dân tộc thiểu số ở vùng sâu, vùng xa về vị trí, vai trò, mục đích, ý nghĩa của nhiệm vụ phát triển du lịch sinh thái cộng đồng theo hướng bền vững tại Tuyên Quang là tất yếu, khách quan và thiết thực.

*Ba là*, trong quy hoạch, xây dựng và phát triển du lịch sinh thái cộng đồng tại Tuyên Quang cần hướng tới mục tiêu phát triển du lịch xanh, sạch, đẹp, thân thiện với môi trường và phát triển bền vững; không những không được làm ảnh hưởng, biến đổi môi trường tự nhiên, môi trường xã hội của cộng đồng cư dân tại địa phương mà còn phải góp phần bảo vệ môi trường tự nhiên, tài nguyên thiên nhiên, môi trường văn hóa, xã hội của cộng đồng địa phương. Chúng ta hãy bắt đầu từ những việc nhỏ nhất, đơn giản như: hạn chế việc xả rác và xả rác một cách bừa

bãi, nếu có xả rác hãy phân loại rác thải trước và xả rác đúng nơi quy định; hạn chế, hướng tới không sử dụng túi nilon và đồ nhựa; tái chế các sản phẩm cũ, hư hỏng, bỏ đi nhưng vẫn có khả năng tái sử dụng; thực hiện tiết kiệm, tránh lãng phí thực phẩm, nước uống, nhiên liệu, đơn giản chỉ là tắt đèn khi ra khỏi phòng và khóa vòi nước khi không sử dụng... bởi trên trái đất này vẫn còn hàng triệu người sống đang thiếu nước sinh hoạt, thiếu điện thắp sáng... Mỗi chúng ta hãy là những nhà môi trường cho chính bản thân chúng ta, cho nhân loại và trái đất này.

*Bốn là*, trong quy hoạch, xây dựng và phát triển du lịch sinh thái cộng đồng tại Tuyên Quang phải có sự thống nhất chặt chẽ giữa các cơ quan quản lý nhà nước, các tổ chức, cá nhân kinh doanh, hoạt động trong lĩnh vực du lịch với nhân dân các địa phương tại các điểm du lịch nhằm đảm bảo quyền lợi, nghĩa vụ và trách nhiệm của các bên.

*Năm là*, trong quy hoạch, xây dựng và phát triển du lịch sinh thái cộng đồng tại Tuyên Quang phải đảm bảo 2 mục tiêu cơ bản: *Một là*, quảng bá, giới thiệu và khai thác có hiệu quả tiềm năng, thế mạnh, các sản phẩm du lịch độc đáo, đặc sắc về du lịch sinh thái tự nhiên gắn với du lịch cộng đồng trên cơ sở bảo tồn tài nguyên thiên nhiên, đa dạng sinh học, các giá trị văn hóa, lịch sử; bảo vệ môi trường tự nhiên, văn hóa truyền thống; kích cầu phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội, nâng cao trình độ dân trí cho cộng đồng địa phương tại Tuyên Quang. *Hai là*, tái sử dụng có hiệu quả nguồn lợi từ các hoạt động du lịch quay trở lại bảo tồn, quảng bá, giới thiệu, phát triển môi trường sinh thái tự nhiên, đầu tư, nâng cấp, trùng tu, nâng cấp, xây dựng các địa điểm du lịch cộng đồng tại các địa phương có sản phẩm và hoạt động du lịch. Hoạt động du lịch nên ở quy mô vừa phải, phù hợp với đặc điểm thực tiễn và điều kiện thực tiễn của địa phương, tránh lãng phí, kém hiệu quả, ảnh hưởng đến môi trường cảnh quan du lịch và cuộc sống của cộng đồng cư dân tại địa phương. Cùng với đó là phát triển giáo dục đào tạo, tạo công ăn việc làm, tăng thu nhập cho người dân; xây dựng hệ thống dịch vụ y tế, chăm sóc sức khỏe, văn hóa, văn nghệ không ngừng nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của nhân dân các dân tộc Tuyên Quang.

*Sáu là*, cần tăng cường đầu tư hơn nữa hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật, kết cấu hạ tầng như điện, đường, trường, trạm, dịch vụ lưu trú, nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe, mua sắm... phục vụ nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội nói chung và du lịch nói riêng tại Tuyên Quang. Trong đó, mạng lưới giao thông (yếu tố sống còn trong phát triển kinh tế - xã hội và du lịch) vẫn là một nút thắt lớn cản trở sự phát triển của Tuyên Quang nói riêng và các tỉnh miền núi phía Bắc nói chung.

*Bảy là*, cần tăng cường hơn nữa việc ứng dụng các thành tựu của khoa học công nghệ; đặc biệt là những thành tựu mới nhất của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 trong quy hoạch, xây dựng, phát triển, quảng bá và giới thiệu du lịch Tuyên Quang trên các phương tiện thông tin truyền thông như: phát thanh, truyền hình, các nền tảng mạng xã hội, nơi có hàng triệu người dùng ở trong và ngoài nước có thể tương tác. Đây là một trong những hình thức và phương pháp quảng bá, giới thiệu mới lạ, tiết kiệm chi phí nhưng đem lại hiệu quả khá cao hiện nay.

*Tám là*, nên xây dựng sổ tay, cẩm nang du lịch địa phương nói chung, du lịch sinh thái cộng đồng tại tỉnh Tuyên Quang nói riêng nhằm giới thiệu một cách khái quát, chi tiết, ngắn gọn, cô đọng, xúc tích về mảnh đất, con người, các địa điểm, sản phẩm, dịch vụ du lịch nổi tiếng, đặc sắc của Tuyên Quang với bạn bè, du khách trong nước và quốc tế.

*Chín là*, cần phải phát huy hơn nữa tính chủ động, năng động, sáng tạo của người dân địa phương nơi diễn ra các hoạt động du lịch; tạo môi trường, điều kiện thuận lợi cho họ được tham gia và thể hiện vị trí, vai trò và trách nhiệm trong các hoạt động du lịch của địa phương. Bởi du lịch sinh thái cộng đồng theo hướng bền vững chỉ thực sự phát triển hiệu quả và bền vững khi người dân ý thức được vị trí, vai trò, quyền lợi, nghĩa vụ và trách nhiệm thật sự của mình.

### 3. KẾT LUẬN

Có thể khẳng định, phát triển du lịch sinh thái cộng đồng theo hướng bền vững mà Đảng bộ, chính quyền và nhân dân các dân tộc Tuyên Quang đang hướng tới là hoàn toàn đúng đắn, phù hợp với xu thế chung của thế giới hiện nay và đáp ứng yêu cầu thực tiễn của địa phương. Vấn đề là, chúng ta phải nhận thức được quy luật, tranh thủ thời cơ; xác định đúng vị trí, vai trò, bản chất và mục tiêu hướng tới thật sự của du lịch sinh thái cộng đồng theo hướng bền vững tại Tuyên Quang là gì? Và làm như thế nào? (tức là con đường và giải pháp thực hiện). Giải quyết được những vấn đề này thì đây hứa hẹn sẽ là mảnh đất màu mỡ, đầy tiềm năng cho ngành Du lịch nói riêng và nền kinh tế nói chung của Tuyên Quang cất cánh trong tương lai.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Lang (1994), Việt Nam Phật Giáo Sử Luận, Tập I .
2. Thích Nhật Từ, Thích Đức Thiện (2019), Phật giáo và cách mạng công nghiệp 4.0, NXB Hồng Đức.
3. Thích Nhật Từ, Thích Đức Thiện (2019), Cách tiếp cận của Phật giáo vì tiêu thụ có trách nhiệm, phát triển bền vững, NXB Hồng Đức.
4. Thích Nhật Từ (2019), Nền tảng giáo dục Phật giáo về đạo đức, NXB Tôn giáo.
5. Thích Thông Lạc, Những lời gốc Phật dạy, 2011, tập 2, NXB Tôn giáo.
6. Trương Hữu Quýnh, Đinh Xuân Lâm, Lê Mậu Hãn (2009), Đại cương Lịch sử Việt Nam toàn tập, NXB Giáo dục Việt Nam.
7. <http://dulichtuyenquang.gov.vn/DetailView/4050/22/16/Phat-trien-du-lich-sinh-thai-gan-voi-du-lich-cong-dong.html>

## **APPLYING THE THEORY “DEPENDENT ORIGINATION” AND “MIDDLE WAY” OF THE BUDDHIST IN THE DEVELOPMENT OF ECOLOGICAL TOURISM IN THE SUSTAINABLE DIRECTION IN TUYEN QUANG PROVINCE**

**Hoang Ngoc Thang**

*University of Fire Fighting and Prevention*

**Dao Van Truong**

*Tay Bac University*

### Abstract

The paper focuses on researching and clarifying the core contents in the theory of "dependent origination" or "Twelve links of Independent arising" (meaning: all things, phenomena in this universe are not born, nor are they lost, they have a dialectical, intimate relationship) and the "Middle way" theory (meaning: the non-radicalizing way or absoluteization of anything, whatsoever). These are two key doctrines in the theory of Buddhism aiming at building and developing for a peaceful, prosperous, peaceful and sustainable society. Since then, it is applied to the construction and socio-economic development in general and the development of community-based eco-tourism in a sustainable way in Tuyen Quang province in particular.

### Keywords

Dependent origination, middle way, ecotourism.

## FACTORS AFFECTING TOURIST ATTRACTION OF ECOTOURISM IN DAK LAK AND CENTRAL HIGHLANDS REGION

**Tran The Tuan, Nguyen Hung Cuong**

*Faculty of Transportation Economics - University of Transport Technology*

### Abstract

The factors affecting the attraction of ecotourism in Dak Lak in particular and in the Central Highlands region in general are examined by this study, which was conducted to analyze the factors affecting the tourist attraction ability of ecotourism sites in Dak Lak. Therefore, the author used qualitative and quantitative research methods, surveyed 170 tourists who participated in ecotourism activities in Dak Lak and the Central Highlands. Thus, the research results identified 7 factors affecting the ability to attract tourists (1) natural factors, (2) socio-cultural factors, (3) history factors, (4) entertainment, (5) infrastructure, (6) cuisine, and (7) people. Then the author makes suggestions and proposes solutions for improving the tourist attraction ability of ecological places in Dak Lak Province in particular and the Central Highlands region in general.

### Keywords

Factors affecting, eco-tourism, tourist attraction, Dak Lak and Central Highlands.

### 1. RATIONALE

Currently, many countries in the world in general and Vietnam in particular consider tourism a smoke-free industry. Therefore, tourism is gradually becoming a key economic sector, bringing tremendous economic benefits to the country including Dak Lak province and the Central Highlands region in particular. Along with the development of tourism in general, ecotourism has become a strong global trend, a concern of many countries in the strategy of tourism development, including Vietnam. Ecotourism supports the goals of nature conservation, community development, helping people be receptive to unspoiled nature and explore the unique indigenous culture, and creating jobs for the local people, thereby resolving socio-economic issues for the Central Highlands region.

Dak Lak is land of tourism famous for its magnificent beautiful mysterious green mountains and forests, and spectacular lakes and waterfalls. The nature has given Dak Lak a unique and attractive ecotourism potential with a diverse system of primeval forests and small ethnic minority communities, thereby creating tremendous advantages in eco-tourist attraction. Recognizing that these are the advantages and potentials, Dak Lak has issued powerful policies of promotion, advertisement and investment but Dak Lak's ecotourism has not yet developed corresponding to the potential with which the nature has endowed it.

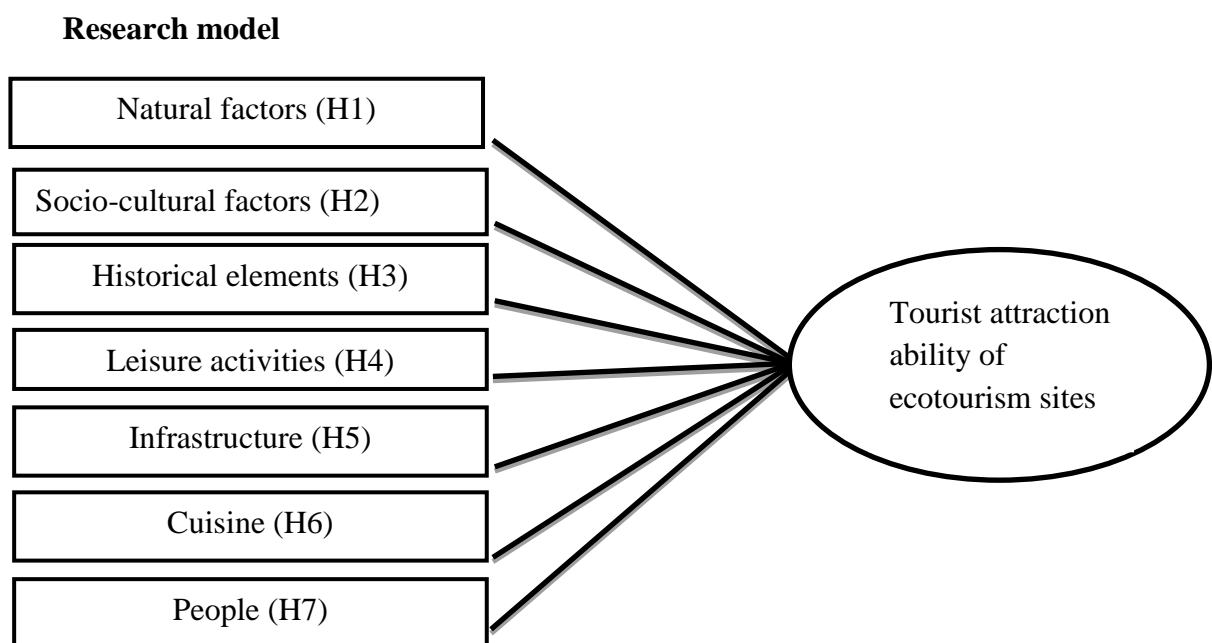
Therefore, this article focuses on examining *"The factors affecting tourist attraction of ecotourism of Dak Lak and Central Highlands region"*, thereby proposing solutions to improve the quality of local services, enhancing the ability to attract tourists, aiming at developing tourism, especially ecotourism.

## 2. THEORETICAL BASIS AND RESEARCH MODEL

### 2.1. Theoretical basis

Ecotourism is responsible travel to natural areas that preserve the environment and improve the well-being of local people (The International Ecotourism Society - TIES). Ecotourism closely integrates tourism economic development with the introduction of national beauty scenes as well as education, propaganda, protection and development of environment and natural resources in a sustainable way.

The tourist attraction ability of a destination is the ability to bring benefits to tourists (Mayo, Jarvis, 1981). The elements that constitute the tourist attraction ability of a destination (Vengesai, 2003) include: culture, nature, events, tourism activities and fun activities at the destination.



*Pic 1: Research model*

### Research hypothesis

**H1:** “Nature” affects the tourist attraction ability of ecotourism in Dak Lak and Central Highlands region.

**H2:** “Socio-culture” affects the tourist attraction ability of ecotourism in Dak Lak and Central Highlands region.

**H3:** “History” affects the tourist attraction ability of ecotourism in Dak Lak and Central Highlands region.

**H4:** “Entertainment” affects the tourist attraction ability of ecotourism in Dak Lak and Central Highlands region.

**H5:** “The infrastructure” affects the tourist attraction ability of ecotourism in Dak Lak and Central Highlands region.



**H6:** “Cuisine” affects the tourist attraction ability of ecotourism in Dak Lak and Central Highlands region.

**H7:** “People” affects the tourist attraction ability of ecotourism in Dak Lak and Central Highlands region.

**2.2. Research methods**

In scientific research, there are many combined research methods. However, within the scope of this article, the author basically uses two research methods.

Preliminary research is done through qualitative research methods using group-discussion techniques. Preliminary qualitative research is used to adjust and supplement observed variables measuring research concepts.

The official research is conducted by quantitative methods, through the survey of 170 individuals who participated in ecotourism activities in Dak Lak and the Central Highlands. Collected information is processed by SPSS software 20. The measuring scale, after being evaluated by the method of Cronbach's Alpha reliability factor, EFA factor analysis and regression analysis and ANOVA variance analysis, is used to verify the research model.

**3. RESEARCH FINDINGS**

**3.1. Measuring scale test findings**

The official measuring scale test findings (Table 1), CronBach’s alpha coefficient is greater than 0.6 and the correlation coefficient of the total variables satisfies the standards (> 0.3). Therefore, all measuring scales are accepted and used in the next factor analysis.

*Table 1: The findings of reliability test of the measuring scales*

Code	Components	CronBach’s Alpha Coefficient
TN	Nature	0.851
VX	Socio-culture	0.740
LS	History	0.741
GT	Entertainment	0.838
HT	Infrastructure	0.845
AT	Cuisine	0.826
CN	People	0.838

**3.2. EFA Exploratory Factor Analysis**

Bartlett verification(Table 2) with Sig. = 0.000 <0.005, KMO coefficient = 0.754. Thus, the observed variables in overall are interrelated.

*Table 2: Verification of KMO and Bartlett*

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	0.754
Sig.	0.000

Table 3: Results of EFA Exploratory Factor Analysis

Factor	Initial Eigenvalues		
	Eigenvalues		Total
1	4.948	17.672	17.672
2	3.194	11.407	29.079
3	2.574	9.92	38.271
4	2.295	8.196	46.467
5	2.2043	7.296	53.763
6	1.897	6.777	60.540
7	1.733	6.191	66.730

The analytical results in Table 3 show that total extraction variance is 66.730 (> 50%) which means that extraction factors can explain 66.730% for the model, the remaining 33.270% is explained by other factors. The extraction ratios of Eigenvalues are all greater than 1, so they should be retained.

Table 4: Results of Factors Analysis

Name of variables	Code	Factors						
		1	2	3	4	5	6	7
Nature factors	TN2	0.790						
	TN1	0.785						
	TN4	0.772						
	TN3	0.767						
	TN5	0.748						
Socio-culture factors	VX3		0.817					
	VX4		0.771					
	VX1		0.732					
	VX2		0.662					
History factors	LS3			0.824				
	LS2			0.809				
	LS1			0.771				
Entertainment factors	GT2				0.821			
	GT1				0.782			
	GT4				0.779			
	GT5				0.744			
	GT3				0.721			

Name of variables	Code	Factors						
		1	2	3	4	5	6	7
Infrastructure factors	HT2					0.855		
	HT1					0.834		
	HT5					0.789		
	HT4					0.785		
Cuisine factors	AT2						0.874	
	AT4						0.860	
	AT1						0.855	
People factors	CN4							0.898
	CN2							0.831
	CN1							0.743
	CN3							0.692

From the above results, the Exploratory Factor Analysis (EFA) is consistent with the data divided into 7 groups of factors and can be used for multiple regression analysis.

### 3.3. Regression Analysis

Table 5: Results of Regression Analysis ( 1<sup>st</sup> time)

Model	Standardized Beta	T	Level of significance
Nature	0.519	8.973	0.000
Socio-culture	0.072	1.608	0.286
History	0.284	4.380	0.000
Entertainment	0.342	5.377	0.000
Infrastructure	0.450	7.422	0.000
Cuisine	0.462	7.699	0.000
People	0.383	6.130	0.000

Sig value of independent variables X1, X3, X4, X5, X6, X7 are less than 0.05. However, the X2 variable has Sig value = 0.286 not correlating with the TH variable Attraction Ability, so this variable is excluded from the study. Performing regression analysis with the remaining correlation variables with the dependent variable TH- Attractive ability, the obtained results are as follows:

Table 6: Results of multiple linear regression analysis (2<sup>nd</sup> time)

Variables	Standardized Beta	T	Level of significance
Nature	0.323	6,896	0,000
History	0.194	4,634	0,000

Variables	Standardized Beta	T	Level of significance
Entertainment	0.237	5,291	0,000
The infrastructure	0.287	6,391	0,000
Cuisine	0.257	5,591	0,000
People	0.131	2,781	0,006
F – Value	53.691		
$R^2$ – Value	0.602		
Adjusted $R^2$ - Value	0.590		
Durbin-Watson	2.105		

The regression analysis results presented in Table 6 show that  $R^2 = 0.602$ . It means that the above linear regression model has a suitable level of up to 62.6%. With corrected  $R^2 = 0.590$ , it means that 59% of the influence of the factors on the ability to attract tourists is explained by 6 groups of observed variables in the model, and the remaining 41% by other variables beyond the model.

Value F = 53.691 and Sig values <0.005 show that the regression model is consistent with the data collected and the variables are statistically significant at 5% significance level. The variables included in the model have a linear relationship with the dependent variable, so the assumptions H1, H3, H4, H5, H6, H7 are accepted. The linear regression model has the following factors:

$$Y = 0.323X1 + 0.287X4 + 0.257X5 + 0.237X3 + 0.194X2 + 0.131X6$$

In which: Y: the tourist attraction ability, X1: Nature, X2: History, X3: Entertainment, X4: Infrastructure, X5: Cuisine, X6: People.

### Conclusions and suggestions

The study shows that 6 factors affecting the tourist attraction ability of ecotourism sites in Dak Lak and the Central Highlands region, the different degrees of influence (detailed in Table 7).

Table 7: The degrees of influence of the factors on the tourist attraction ability of ecotourism sites

Factors	Regression coefficient
Nature factor (X1)	0.323
Infrastructure (X4)	0.287
Cuisine (X5)	0.257
Entertainment (X3)	0.237
Historical factor (X2)	0.194
People factor (X6)	0.131

According to the analysis results, all the 6 factors have forward influence on and correlation with the attraction of ecotourism in Dak Lak, arranged according to the degrees of influence: nature, infrastructure, cuisine, entertainment, history and ultimately people. This is an important basis to consider and provide measures to improve the tourist attraction ability of ecotourism sites.

On the basis of research, the author gives some recommendations as follows:

**Regarding the nature factor:** the conservation areas should create curiosity for tourists with classes on animals while developing ecosystems to help tourists have more opportunities to explore and learn. It should be combined with protection of natural resources and tourism, prohibition of hunting of rare animals and deforestation. Local people should be encouraged to plant forests and conserve biodiversity.

**Regarding infrastructure:** Tourist sites need upgrading, improving, providing with infrastructure system to meet the essential needs of tourists. Training should be conducted for staff to build professional technical staff to promptly correct and settling problems when they occur. The system of hotels and restaurants should be planned and arranged suitably according to the common architecture of the locality, creating uniformity and sync with the local architecture. Furthermore, many directions should be set up on different types of maps, and the transportation system should be improved to facilitate the travel and movement of tourists.

**Regarding cuisine:** Cuisine is an important factor affecting the tourist attraction ability, so dishes need to be new, creative and preserve the typical local flavor. Constant attention should be paid to food hygiene and safety inspection activities.

**Regarding entertainment:** Shopping centers and typical traditional night markets should be expanded to create unique features for tourist destinations with souvenirs; exhibitions should be organized to make it easy for visitors to access products. Tourist sites also need to design thrilling games, garden ecotourism and campsites. Moreover, they should be upgraded with all kinds of health care, beauty, and relaxation services to meet all needs from high levels to popular levels.

**Regarding history:** Promotion and propaganda of historical value of historical sites should be promoted to attract tourists. Also, cultural and historical sites and architectural works should be embellished in accordance with the conservation orientation. The management of historical sites should be strengthened in attachment to preservation and promotion of cultural values of the monuments with tourism development.

**Regarding people:** The awareness of local people should be raised about preserving historical and traditional culture. Professional staff should be developed and trained to have good communication skills. Besides, the issue of raising people's awareness of the environment should be promoted and they should keep the traditional cultural beauty in behavior.

**Regarding socio-culture:** Security and safety should be ensured for tourists, resolving all opinions of the tourists. Also, the promotion and advertisement of festival tourism and events should be enhanced, building and improving the restoration of traditional festivals.

## REFERENCES

1. Buhalis, D, (2000), Marketing the competitor destination of the future, Tourism Management.
2. Baloglu, (1999), A path analytic model of visitation intention involving information resources, socio-psychology motivations and destination image, Journal of Travel and Tourism Marketing.
3. Le Huy Ba (2006), *Ecotourism*, Science and Technology Publishing House, Hanoi.

4. Ton Huu Dat (2014), *Integrated assessment of community-based ecotourism potential in A Luoi District*, Forestry Science and Technology Review, page 271 -279, No. 9/2014.
5. Prof. Truong Quang Hai (2015) Researching and evaluating tourism resources, planning the space and proposing solutions to develop tourism in the Central Highlands. Code: TN3/T18.
6. Leiper. N., (1990), *Tourist attraction systems*. Annals of Tourism Research.
7. Pham Trung Luong (2001) *Resources and Environment of Vietnam tourism*, Education Publishing House.
8. Nguyen Van Thuat (2016), *New Opinion on Ecotourism*, Science magazine of Dong Nai University, pages 131-135, No. 1/2016.
9. Vietnam National Administration of Tourism (1999), *Developing strategies for ecotourism development in Vietnam*, National Conference.
10. Bui Thi Minh Nguyet (2013), *Solutions for ecotourism development in the Tam Dao national park*, Journal of Forestry Science and Technology, pages 120-129, No. 2/2013.
11. Nguyen Trong Nhan, Le Thong (2011), *Research on eco-tourism development of Tram Chim National Park in Dong Thap Province*, Science Journal of Can Tho University, pp. 228-239, No. 18/2011.

## CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HẤP DẪN CỦA DU LỊCH SINH THÁI TẠI ĐẮK LẮK VÀ KHU VỰC TÂY NGUYÊN

**Trần Thế Tuấn, Nguyễn Hưng Cường**  
*Trường Đại học Công nghệ Giao thông Vận tải*

### Tóm tắt

Các yếu tố ảnh hưởng đến sức hấp dẫn của khu du lịch sinh thái tại Đắk Lắk nói riêng và trong khu vực Tây Nguyên nói chung được đề cập tại nghiên cứu này. Nghiên cứu cũng phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút khách du lịch của các khu du lịch sinh thái ở Đắk Lắk. Tác giả đã sử dụng các phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng, khảo sát 170 khách du lịch tham gia vào các hoạt động tại khu du lịch sinh thái ở Đắk Lắk và Tây Nguyên. Kết quả nghiên cứu đã xác định có 7 yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút khách du lịch: 1) Yếu tố tự nhiên, 2) yếu tố văn hóa xã hội, 3) yếu tố lịch sử, 4) giải trí, 5) cơ sở hạ tầng, 6) ẩm thực và 7) con người. Tác giả cũng đưa ra đề xuất các giải pháp nhằm cải thiện khả năng thu hút khách du lịch tại các điểm đến du lịch sinh thái ở tỉnh Đắk Lắk nói riêng và khu vực Tây Nguyên nói chung.

### Từ khóa

Yếu tố ảnh hưởng, du lịch sinh thái, điểm du lịch, Đắk Lắk và Tây Nguyên.

# BẢO TỒN VÀ PHÁT HUY GIÁ TRỊ VĂN HÓA TRUYỀN THỐNG DÂN TỘC SÁN DÌU Ở TUYÊN QUANG GẮN VỚI PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG

Trần Quốc Hùng

*Viện Nghiên cứu Văn hóa Dân tộc, Học viện Dân tộc*

## Tóm tắt

Du lịch sinh thái cộng đồng (DLSTCĐ) là một chủ đề không mới, song chủ đề này đem lại cho ta nhiều hứng khởi khi tìm hiểu, nghiên cứu, bởi nội hàm của DLSTCĐ là sự tổng hòa của nhiều yếu tố như: Văn hóa tộc người, môi trường cảnh quan sinh thái,... đây là những yếu tố quan trọng tạo ra những sản phẩm DLSTCĐ độc đáo, hấp dẫn. Dân tộc Sán Dìu là chủ thể tham gia vào quá trình tổ chức, quản lý và làm chủ của hoạt động này, nhằm đem lại lợi ích kinh tế và bảo vệ môi trường thông qua việc giới thiệu bản sắc dân tộc và những đặc trưng của địa phương.

Để DLSTCĐ thành công, ngoài sự tham gia của cộng đồng cần có sự vào cuộc mạnh mẽ của chính quyền và các liên quan. Đặc biệt, một trong những yếu tố khác quyết định đến sự thành công hay thất bại của loại hình DLSTCĐ là sự đa dạng các loại hình tài nguyên thiên nhiên, tài nguyên nhân văn, đây chính là tiềm năng, thế mạnh của đất và người Sơn Dương, Tuyên Quang.

## Từ khóa

Bảo tồn và phát huy, văn hóa truyền thống, du lịch sinh thái cộng đồng, sinh kế, dân tộc, Sán Dìu.

## 1. KHÁI NIỆM VỀ DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG

Trong giới khoa học nghiên cứu về DLSTCĐ các tổ chức và nhà nghiên cứu có nhiều quan điểm khác nhau về vấn đề này dưới nhiều góc độ, cách tiếp cận khác nhau nhìn từ phía cộng đồng, không gian văn hóa, môi trường sinh thái... như:

Nhà nghiên cứu Nicole Hausle và Wolfgang Strasdas (2009): “Du lịch sinh thái cộng đồng là một hình thái du lịch trong đó chủ yếu là người dân địa phương đứng ra phát triển và quản lý. Lợi ích kinh tế có được từ du lịch sẽ đọng lại nền kinh tế địa phương”.

Theo Tổ chức Responsible Ecological Social Tours (1997) thì du lịch sinh thái cộng đồng là “Phương thức tổ chức du lịch đề cao về môi trường, văn hóa xã hội. Du lịch sinh thái cộng đồng do cộng đồng sở hữu và quản lý, vì cộng đồng và cho phép khách du lịch nâng cao nhận thức và học hỏi về cộng đồng, về cuộc sống đời thường của họ”.

Ý tưởng đằng sau về “dựa vào cộng đồng” của chiến lược môi trường là tạo cơ hội trao quyền cho cộng đồng, tăng cường sự tham gia của họ trong việc ra quyết định, nhưng cũng chỉ đơn giản là những điều này sẽ khuyến khích sự tham gia từ bản thân cộng đồng.

Du lịch sinh thái cộng đồng (DLSTCĐ) là loại hình du lịch do cộng đồng tổ chức, dựa vào thiên nhiên và văn hóa địa phương với mục tiêu bảo vệ môi trường. DLSTCĐ đề cao quyền làm chủ, chú ý phân bổ lợi ích rộng rãi và nâng cao chất lượng cuộc sống cho cộng đồng. Với khách

du lịch, DLSTCD tạo cơ hội tìm hiểu, nâng cao nhận thức về môi trường và giao lưu văn hóa, trải nghiệm cuộc sống hàng ngày của cộng đồng. Như vậy, du lịch sinh thái cộng đồng chính là nét tinh túy của du lịch sinh thái và du lịch bền vững. Du lịch sinh thái cộng đồng nhấn mạnh vào cả ba yếu tố là môi trường, du lịch và cộng đồng<sup>163</sup>.

Tuy nhiên, các quan điểm DLSTCD chứa đựng các nội dung chủ yếu sau:

- DLSTCD là do chính cộng đồng dân cư tại nơi có tổ chức hoạt động DLSTCD làm chủ tham gia vào các quá trình quản lý, điều hành, tổ chức các hoạt động.
- DLSTCD là góp phần bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc và bảo vệ tài nguyên thiên nhiên tại địa phương.
- DLSTCD đem lại cho du khách những trải nghiệm thú vị, mới lạ thông qua việc tìm hiểu phong tục tập quán cũng như tham quan các di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh tại địa phương.
- DLSTCD mang lại lợi ích kinh tế và các giá trị gia tăng đến người dân khi họ trực tiếp hay gián tiếp tham gia vào quá trình hoạt động của DLCD.
- DLSTCD được hình thành và phát triển luôn nhận sự hợp tác đầu tư, hỗ trợ từ phía chính quyền, các nhà đầu tư, các tổ chức phi chính phủ... nhằm đem lại sự thay đổi về cơ sở hạ tầng, nâng cao nhận thức cho người dân, đào tạo người dân trong tổ chức hoạt động DLCD.

Từ những nhận định trên chúng tôi đưa ra khái niệm DLSTCD tổng quát như sau:

DLSTCD là sự tương tác giữa người dân địa phương với khách du lịch thông qua sử dụng các sản phẩm, dịch vụ DLSTCD nhằm đem lại lợi ích về kinh tế, xã hội cho người dân, những trải nghiệm thú vị cho khách du lịch và cùng nhau bảo tồn, bảo vệ hệ sinh thái nhân văn, tự nhiên tại cộng đồng.

## 2. VĂN HÓA TRUYỀN THỐNG DÂN TỘC SÁN DÌU Ở TUYÊN QUANG

Cùng với các dân tộc Dao, Mông,... dân tộc Sán Dìu là một trong nhiều dân tộc thiểu số cư trú và sinh sống lâu đời ở Tuyên Quang, thuộc nhóm ngôn ngữ Hán (Ngữ hệ Hán - Tạng). Dân số Sán Dìu tính đến thời điểm ngày 01/7/2015 có số dân Tuyên Quang (14,681 người)<sup>164</sup>. Dân tộc Sán Dìu sinh sống ở dưới chân dãy núi Tam Đảo một vùng bán sơn địa rộng lớn cùng một dải mật cư đồng tộc của huyện Tam Đảo, Lập Thạch tỉnh Vĩnh Phúc và huyện Đại Từ tỉnh Thái Nguyên. Nơi đây có núi non hùng vĩ, những cung đường uốn lượn,... cảnh sắc thiên nhiên hòa cùng với những hoạt động sản xuất của cộng đồng Sán Dìu là những nương ngô, đồi chè... Dưới đây, xin nêu một số nét đặc trưng văn hóa truyền thống của dân tộc Sán Dìu ở tỉnh Tuyên Quang.

### 2.1. Hoạt động sản xuất

*Trồng trọt:* Trong sản xuất nông nghiệp, người Sán Dìu có nhiều loại ruộng như: ruộng cao (*cao thén*) trồng lúa nương, ngô, sắn...; ruộng đất pha cát (*láy pha sa*) trồng khoai lang, lạc, khoai sọ, củ từ...; ruộng thấp (*láy thén*) cấy lúa nước và các loại hoa màu; ruộng nương (*láy xé*) trồng lúa nương, ngô, kê, sắn, mía...; ruộng lầy thụt (*sim phang thén*) chỉ cấy được một vụ lúa trong năm, còn các vụ khác thì: mùa hè cấy rau muống, mùa đông cấy rau cải xoong, rau cần...

Để chăm bón cây trồng tốt, cho năng suất cao, đồng bào đã biết tận dụng các loại phân từ vật nuôi và cây xanh trên rừng. Nông cụ sản xuất có cày (*láy*), bừa (*phá*), chiếc cào bàn (*thui phá*), chiếc văng gặt lúa (*vố lém*)...

<sup>163</sup> Bách khoa toàn thư mở, Du lịch sinh thái cộng đồng, truy cập lúc 10h15' ngày 10 tháng 10 năm 2018.

<sup>164</sup> Irish Aid, CEMA, UNDP (2017), Tổng quan thực trạng kinh tế - xã hội của 53 dân tộc thiểu số, tr.96-108.



*Chăn nuôi:* Người Sán Dìu thường chăn nuôi các loại gia súc như: lợn, trâu, bò; và các loại gia cầm như gà, vịt, ngan, ngỗng... Chăn nuôi theo phương thức hộ gia đình chủ yếu là chăn thả tự nhiên. Đồng bào còn biết tận dụng mặt nước ở ao, hồ để nuôi cá với nguồn thức ăn được tận thu bằng cách cắt cỏ tự nhiên, vớt bèo, lá mía...

*Nghề thủ công:* Phổ biến nhất ở người Sán Dìu là nghề đan lát. Ngoài ra, đồng bào còn có một số nghề thủ công khác như: nghề rèn, dệt sợi, mộc. Những nghề này ít người biết làm, nên sản phẩm chỉ để cung cấp trong cộng đồng.

## 2.2. Làng bản, nhà cửa

Làng bản của người Sán Dìu chủ yếu tọa lạc ở sườn đồi hay chân đồi. Mỗi làng có khoảng vài chục nóc nhà, nhiều có thể lên tới hàng trăm hộ. Nơi ở lý tưởng là vùng bán sơn địa. Nơi đó, trước là cánh đồng; sau lưng là đồi rừng, sông suối để tiện cho việc cấy lúa và trồng hoa màu ở những đồng bằng thung lũng nhỏ hẹp.

Người Sán Dìu gọi nhà là *ộc*. Nhà ba gian hai chái, với bộ sườn kết cấu đơn giản. Vì kèo thường là năm cột, kèo đơn bằng gỗ nguyên cây, xà và kèo gác lên ngoãm đầu cột, rồi buộc lại với nhau bằng dây lạt hay dây rừng. Mái nhà được lợp bằng rơm rạ, cỏ tranh... Xung quanh nhà, người ta dựng tường vách bằng cách dựng nan tre rồi vắt rơm trộn bùn. Làm xong nhà, gia chủ tổ chức ăn mừng nhà mới (*dịp sin ộc*). Trong ngày này, gia chủ làm lễ cúng tổ tiên, mời tổ tiên về ở nhà mới, đồng thời thết đãi họ hàng nội, ngoại, bạn bè và làng xóm đã giúp sức trong quá trình dựng nhà. Một người lớn tuổi mang lửa, hạt giống... vào nhà và trong ba ngày không được để lửa tắt. Đây cũng là dịp để trai gái trong làng hát *soọng cô* mừng tân gia.

## 2.3. Ẩm thực

Lương thực hằng ngày của đồng bào là gạo tẻ, chủ yếu được nấu thành cơm và cháo loãng. Ngoài ra, gạo tẻ còn được giã thành bột, dùng để làm bánh cuốn, bánh đúc... Gạo nếp thường được dùng trong những dịp lễ tết. Nếp dùng để thổi xôi và cũng được giã thành bột để làm bánh bạc đầu, bánh *tà loòng ệt*, bánh trôi...

Thức ăn hằng ngày của người Sán Dìu rất đơn giản, với cơm, rau là thành phần chủ đạo. Các loại thịt, cá được thay đổi song không thường xuyên. Thức ăn được chế biến theo nhiều kiểu: luộc (*sap*), xào (*xáo*), hấp (*hip*), nướng (*chác*), rán (*hoc*)... tạo ra sự tinh tế trong cách chế biến và thưởng thức món ăn của đồng bào.

Về thức uống, có nhiều loại. Đầu tiên phải kể đến rượu, với hai loại: rượu cất (*chúy chúu*) và rượu nếp cái (*phan chúu*). Các thức uống hằng ngày được đồng bào ưa dùng là nước cháo loãng (*chốc ím*), nước chè xanh, nước lá vôi...

Đàn ông Sán Dìu hay hút thuốc lào (*sóc en*), còn phụ nữ ăn trà như một thói quen. Họ ăn trà cũng là để nhuộm răng.

## 2.4. Trang phục

Trước đây, nam giới thường mặc hai chiếc áo, áo trong màu trắng, áo ngoài màu nâu hoặc đen. Hai áo này chỉ khác nhau về màu sắc và kích thước, áo trong ngắn hơn áo ngoài, còn kiểu dáng giống nhau. Áo năm thân, cổ cao, có cài khuy bên phải, tay áo hẹp, áo chỉ dài quá đầu gối một chút. Quần màu nâu hay đen, cắt theo kiểu chân què, cạp lá tọa, thắt lưng màu chàm. Thường ngày, trong lao động thì đi chân trần; khi đi xa, đi chơi mới đi dép quai ngang hay đi giày.

Bộ nữ phục của đồng bào gồm có: khăn đội đầu, áo trong, áo ngoài, dây lưng, váy, và xà cạp. Phụ nữ Sán Dìu vấn tóc, đội khăn hình mỏ quạ giống như người miền xuôi. Áo trong ngắn hơn áo ngoài. Áo trong màu trắng, áo ngoài màu chàm nhưng cùng một kiểu dáng, đó là loại áo tứ thân, cổ cao, nẹp tron, không có khuy, bên trong nẹp đắp thêm vải màu trắng để khi mặc lộ ra ngoài. Cách mặc cũng có sự phân biệt tuổi tác. Người trẻ mặc áo sao cho vạt bên phải vắt phủ lên vạt bên trái; sau khi mặc, chiếc nẹp bên trong được lộn ra, tạo thành đường chéo nhau từ cổ xuống ngực. Người già mặc áo, vạt trái vắt phủ lên vạt phải rồi dùng thắt lưng hoa lý, tím hay đỏ thắt lại. Chiếc váy của phụ nữ Sán Dìu rất độc đáo. Váy chỉ là hai, ba, bốn, hay năm, sáu mảnh vải được đính trên một xà cạp, tạo cho mảnh nọ chõm trên mảnh kia khoảng 10 đến 15cm. Do vậy, loại váy nhiều mảnh này có cái tên rất thú vị: váy lá (*xêch khun*). Xà cạp (*kioc sen*) bằng vải màu đen hoặc màu chàm.

Đồ trang sức của đồng bào gồm: vòng kiềng, khuyên tai, nhẫn, được làm bằng bạc. Đặc biệt, phụ nữ Sán Dìu có chiếc túi trâu (*loi thoi*), hình múi bưởi, được may và thêu thùa rất công phu.

## 2.5. Phương tiện vận chuyển

Người Sán Dìu chủ yếu đi bộ. Bên cạnh đó, đồng bào có chiếc xe quệt. Có thể nói đây là chiếc xe vạn năng, đã giải phóng khá lớn sức lao động, đặc biệt là gồng gánh. Chiếc xe quệt do trâu kéo, có thể đi trên mọi địa hình từ trên rừng đến dưới đồng... Kết cấu của xe rất đơn giản, cũng giống như chiếc “xe bò”, có càng, có thùng, nhưng điều đặc biệt ở xe quệt là không có bánh mà chỉ có hai càng nâng một cái khung lết trên mặt đất. Xe quệt gần giống xe trượt tuyết ở phương Tây. Cùng với xe quệt, đồng bào còn sử dụng trâu, bò để chuyên chở nông sản và lâm thổ sản về nhà.

## 2.6. Tín ngưỡng

Với thế giới quan sinh động, người Sán Dìu tin theo thuyết “vạn vật hữu linh”, Tam giáo đồng nguyên (Nho - Phật - Đạo)... Người Sán Dìu quan niệm rằng: Con người có hai phần, là linh hồn và thể xác. Thể xác là cái tạm thời; khi chết, thể xác mất đi, chỉ có linh hồn tồn tại vĩnh cửu. Do vậy, tín ngưỡng thờ cúng tổ tiên được đồng bào coi trọng hàng đầu.

Ngoài thờ cúng tổ tiên, người Sán Dìu còn thờ thần Cửa, Thổ công, vua Bép. Đây là những vị thần bảo hộ, không cho ma quỷ vào nhà, phù trợ cho các thành viên trong gia đình được mạnh khỏe. Những gia đình có con nhỏ hay người trong thời kỳ sinh nở đều có bàn thờ mụ (*pha công, pha mủ*).

Những người làm thầy cúng thờ Phật Quán Thế Âm, thờ Tam Thanh và tổ sư. Bàn thờ Phật và bàn thờ Tam Thanh được đặt một nơi riêng nhưng phải cao hơn bàn thờ tổ tiên, còn bàn thờ tổ sư được đặt ngang hàng với bàn thờ tổ tiên.

## 2.7. Lễ tết - lễ hội

Các ngày lễ tết được phân bố theo thời gian trong năm. Do vậy, hầu như tháng nào đồng bào cũng có tết, như: Tết Nguyên đán (*Sin nén chet phoi*), Tết Thanh minh (*Sênh ménh chet phoi*), Tết mừng 5 tháng 5 (*Lóng sôn chet phoi*), Tết rằm tháng 7 (*Mộc nén ka chet*), Tết cơm mới (*Sêch sin phan*), Tết Đông chí (*Đông chi chet phoi*), Tết Tắt niên (*Khiu nén chet phoi*).

Lễ hội lớn nhất của người Sán Dìu là lễ hội Đại phan (*Thai phan*). Đây là hệ thống các nghi lễ như: lễ dựng vương đàn, ngũ nhạc lầu, lễ nhập phước, lễ chém thảo chiều, ngũ đại thiên

vương chạy đàn, lễ leo gươm, lễ cấp sắc, lễ giải oan hồn, hát soọng cô... Lễ hội được tổ chức 5-7 ngày với sự hiện diện của các vị thầy cúng cao tay, cùng sự tham gia của hàng nghìn người dân. Ngoài lễ Đại phan còn có nhiều lễ hội khác như: lễ thượng điền, lễ hạ điền, các lễ ở đình làng, hội xuân...

## 2.8. Văn nghệ dân gian

Người Sán Dìu có kho tàng văn nghệ dân gian khá phong phú, được thể hiện ở các lĩnh vực: Diễn xướng: Có hát đối đáp giao duyên soọng cô, các bài cúng tế của thầy cúng, với các loại nhạc khí như tù và (ngói cộc), sáo, thanh la, trống da... Vũ: Chỉ dùng trong các bài cúng tế ở lễ Đại phan, ma chay, cúng giải hạn... Hội họa: Có một số người biết, chủ yếu để sao chép tranh thờ, tranh cúng, khắc những con dấu, ấn tín của thầy cúng. Văn học: Lĩnh vực này khá phát triển trong nhân dân lao động, với loại hình văn học dân gian chủ yếu là thơ ca ứng tác và truyền khẩu. Bên cạnh thơ ca còn có ca dao, tục ngữ, câu đố cũng rất phong phú, được đồng bào đúc rút từ kinh nghiệm trong đời sống. Đồng bào cũng có nhiều truyện thơ đặc sắc như: Dựng đất mở trời (Hoi then dịp thi), Vua cóc ở Man Cay Coóc, Slún nghi, Món lóng... Trò chơi dân gian: Người Sán Dìu có các trò chơi dân gian như: đánh cầu lông (tả khiu), đánh khăng, đánh quay, đuổi gà vào chuồng, đuổi chó vào cũ, kéo co, cà kheo...

## 3. BẢO TỒN VÀ PHÁT HUY VĂN HÓA TRUYỀN THỐNG DÂN TỘC SÁN DÌU Ở TUYÊN QUANG GẮN VỚI PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG

Với những lợi thế về cảnh quan thiên nhiên và sự đa dạng văn hóa của dân tộc thiểu số (DTTS) ở nước ta là tiềm năng và thế mạnh để hình thành các loại hình du lịch như: Du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái... tạo ra các sản phẩm mang đặc trưng của vùng miền và từng tộc người như: Người Thái ở bản Lác (Mai Châu - Hòa Bình); người Tày ở làng Pác, người Dao ở làng Bò Lũ (vườn quốc gia Ba Bể); người Mông, người Dao (SaPa - Lào Cai); người Bru - Vân Kiều (A Lưới - Thừa Thiên Huế); người Ê đê, người Ba Na (các tỉnh Tây Nguyên)...

Như đã nói trên, các DTTS ở nước ta có nhiều vùng, nhiều dân tộc đã hình thành và phát triển loại hình DLSTCD và bước đầu có những thành quả nhất định. Nhìn lại tiềm năng, thế mạnh của dân tộc Sán Dìu ở tỉnh Tuyên Quang với những bản sắc văn hóa đặc sắc như: Lễ hội, lễ tết, nhà cửa, trang phục, các nghi lễ nông nghiệp, lễ tục vòng đời, dân ca, dân vũ... Dân tộc Sán Dìu mật cư chủ yếu ở ba xã Nam Sơn, Ninh Lai, Thiện Kế thuộc huyện Sơn Dương, tỉnh Tuyên Quang là địa phương có vị trí thuận lợi trong khu vực phát triển du lịch với sự liên kết vùng giữa các khu du lịch gắn liền với di tích lịch sử cách mạng Tân Trào (Tuyên Quang) và khu du lịch văn hóa tâm linh Tây Thiên (Vĩnh Phúc). Nếu biết khai thác và phát huy các giá trị văn hóa dân tộc Sán Dìu của hai địa phương là huyện Sơn Dương, tỉnh Tuyên Quang và huyện Tam Đảo, tỉnh Vĩnh Phúc hình thành các tour, tuyến, điểm du lịch có sự liên kết vùng du lịch với đa dạng loại hình du lịch là một thế mạnh để phát triển kinh tế - xã hội ở những địa phương nói trên. Đây là cơ hội cũng đồng thời là thách thức của các cấp quản lý và cộng đồng tộc người Sán Dìu trong tiến trình hội nhập và phát triển.

Bảo tồn và phát huy văn hóa truyền thống dân tộc Sán Dìu gắn với phát triển DLSTCD ở tỉnh Tuyên Quang cần có sự tham gia hiệu quả của các bên liên quan, đặt biệt là vai trò của quản lý nhà nước, cộng đồng, doanh nghiệp, khách du lịch và các tổ chức, cá nhân khác trong việc khai thác, sử dụng và quản lý hiệu quả các tài nguyên văn hóa, du lịch một cách bền vững thông qua

các giá trị mang tính kết nối, ràng buộc của các bên liên quan trong quá trình vận hành và chia sẻ hài hòa lợi ích và trách nhiệm.

Bảo tồn và phát huy văn hóa truyền thống dân tộc Sán Dìu phải là nguồn lực nội sinh tạo ra sinh kế bền vững, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế từ nông - lâm - ngư nghiệp sang ngành Công nghiệp - Dịch vụ là một xu hướng tất yếu và ngành Du lịch đóng vai trò quan trọng trong giải quyết nhu cầu việc làm, quảng bá hình ảnh đất nước qua các di sản thiên nhiên, di sản văn hóa, đặc biệt là di sản văn hóa văn hóa tộc người thiểu số với bạn bè quốc tế. Phát triển DLSTCĐ là một trong những phương thức tốt nhất nhằm bảo tồn, phát huy văn hóa truyền thống, tạo ra sức sống mới của các giá trị văn hóa tưởng chừng đang bị mai một, thất truyền. Bên cạnh đó, cũng cần chú ý giải quyết các yếu tố ảnh hưởng tiêu cực, hạn chế trong quá trình bảo tồn và phát huy văn hóa truyền thống dân tộc Sán Dìu gắn với phát triển DLSTCĐ ở tỉnh Tuyên Quang.

Trong những năm gần đây, quá trình phát triển diễn ra mạnh mẽ kéo theo sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế từ ngành nông - lâm - ngư nghiệp sang ngành Công nghiệp - Dịch vụ. Quá trình chuyển đổi sinh kế; dân cư các tỉnh lân cận đến sinh sống dẫn đến thay đổi không gian văn hóa làng; sự đề cao tính độc lập, cá nhân trong cuộc sống... Những yếu tố trên dẫn đến sự biến đổi văn hóa dân tộc Sán Dìu theo hai xu hướng: một là khẳng định cốt lõi văn hóa truyền thống; hai là sáng tạo và tiếp thu các yếu tố văn hóa mới. Cả hai xu hướng cùng tồn tại và phát triển song hành trên các lĩnh vực đời sống xã hội.

Trong quá trình thực hiện chính sách, chính quyền các cấp và người dân địa phương, đặc biệt là dân tộc Sán Dìu đã gặp nhiều khó khăn trong việc phát triển hài hòa giữa kinh tế với quản lý, bảo tồn và phát triển văn hóa. Việc tiếp thu các giá trị văn hóa mới còn nhiều hạn chế, thiếu bền vững như: Lễ hội, lễ tết, nhà cửa, trang phục, các nghi lễ nông nghiệp, nghi lễ vòng đời, dân ca,... Vấn đề đặt ra cần tận dụng tối đa lợi thế các giá trị văn hóa truyền thống dân tộc Sán Dìu kết hợp với sinh thái tự nhiên, tìm kiếm điểm giao giữa bảo tồn, phát huy di sản văn hóa và phát triển kinh tế, tạo nên sức mạnh nội sinh trong phát triển bền vững.

Trong khuôn khổ của bài viết tác giả nhìn nhận cần bảo tồn và phát huy văn hóa truyền thống của dân tộc Sán Dìu từ quan điểm quản lý di sản văn hóa.

Để các giá trị văn hóa truyền thống dân tộc Sán Dìu không bị mai một và thất truyền vấn đề đặt ra với các nhà quản lý phải có nhiều phương thức trong quản lý. Học giả Ashwort, G.J đã tổng kết từ thực tế bảo tồn di sản ở nhiều nước trên thế giới thành 3 quan điểm và tương ứng với nó là 3 mô hình bảo tồn di sản: Bảo tồn y nguyên; bảo tồn trên cơ sở kế thừa; bảo tồn và phát triển [10].

Bảo tồn y nguyên (bảo tồn nguyên gốc) quan điểm này được các nhà bảo tàng học ủng hộ và thịnh hành từ những năm 1850 góp phần quan trọng trong công tác bảo tồn nguyên trạng các di tích, các bộ sưu tập hiện vật trưng bày trong các bảo tàng.

Bảo tồn trên cơ sở kế thừa: Học giả Ashwort, G.J cho rằng không chỉ những đồ tạo tác hay những tòa nhà mà cả các bộ sưu tập và các di sản khác cũng được bảo tồn dựa trên cơ sở kế thừa. Các tiêu chí lựa chọn không phụ thuộc vào bản chất bên trong của di sản mà còn phụ thuộc vào những yếu tố nằm bên ngoài, không thuộc bản chất của di sản. Bảo tồn trên cơ sở kế thừa không chỉ quan tâm để hình thức mà còn quan tâm đến cả các chức năng của di sản [10].

Bảo tồn - phát triển là không bận tâm đến việc tranh cãi nên bảo tồn y nguyên như thế nào, nên kế thừa cái gì từ quá khứ mà đặt trọng tâm vào việc làm thế nào để di sản sống và phát huy được tác dụng trong đời sống đương đại [10].

Giá trị văn hóa truyền thống dân tộc Sán Dìu, cần phải xem xét ở “tính xác thực” hay “tính chân thực” của di sản (Authenticity of Heritage) là giá trị cốt lõi của di sản đều được các nhà quản lý, nhiều nhà khoa học tiếp cận và áp dụng.

Để làm rõ vấn đề tham luận đặt ra trong bảo tồn và phát huy văn hóa truyền thống dân tộc Sán Dìu, tác giả cho rằng quản lý di sản văn hóa đều phải quan tâm cả 3 quan điểm và tương ứng với nó là 3 mô hình như đã nêu trên. Ba quan điểm này không hề mâu thuẫn nhau hay phủ định lẫn nhau mà còn khẳng định, bổ sung và hỗ trợ cho nhau trong quá trình bảo tồn chính thể các giá trị di sản văn hóa. Tuy nhiên, trong quá trình bảo tồn cũng cần áp dụng chủ động, linh hoạt và sáng tạo trong từng vấn đề cụ thể, tránh dập khuôn máy móc, cứng nhắc dẫn đến làm sai lệch, méo mó các giá trị văn hóa không thể hiện được giá trị, tinh thần vốn có của di sản.

Để bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống gắn với phát triển du lịch là điểm đến DLSTCĐ hấp dẫn, cần được phát huy trong xã hội đương đại và đó là một trong những nguồn lực tạo ra sinh kế bền vững cho cộng đồng dân tộc Sán Dìu ở Tuyên Quang thì cần có sự tham gia định hướng, hỗ trợ và đầu tư của nhà nước, doanh nghiệp, tổ chức xã hội và các bên liên quan khác đóng vai trò hết sức quan trọng, cần thiết nhằm thúc đẩy phát triển toàn diện và bền vững trong hệ sinh thái nhân văn.

#### **4. GIẢI PHÁP BẢO TỒN VÀ PHÁT HUY GIÁ TRỊ VĂN HÓA TRUYỀN THỐNG DÂN TỘC SÁN DÌU GẮN VỚI PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG**

Để phát triển DLSTCĐ một cách hiệu quả về bền vững cần phải có các giải pháp đồng bộ, hiệu quả và khoa học tránh các sản phẩm “na ná” giống nhau nên cần quan tâm đến một số giải pháp như sau:

*Thứ nhất*, tăng cường và nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn thông qua việc đề ra các chính sách, cơ chế phù hợp, tuyên truyền, hướng dẫn, kiểm tra, thực hiện các quy định của luật pháp.

Cơ quan quản lý nhà nước về văn hóa và du lịch có trách nhiệm chủ trì, phối hợp với các phòng, ban liên quan tham mưu cho Ủy ban nhân dân các cấp có giải pháp cụ thể để quản lý, khai thác các khu, tuyến, điểm du lịch, các hoạt động kinh doanh lưu trú du lịch, kinh doanh lễ hành, các hoạt động kinh doanh dịch vụ vui chơi giải trí, dịch vụ văn hóa, nghệ thuật và các dịch vụ thể thao phục vụ du khách.

Để sản phẩm Du lịch sinh thái cộng đồng được du khách biết đến, cần tập trung thực hiện công tác tuyên truyền, quảng bá bằng nhiều hình thức. Song song với việc hoàn thiện chất lượng các sản phẩm, địa phương cần tiếp tục tuyên truyền, quảng bá lan tỏa giá trị cốt lõi thông điệp sản phẩm du lịch.

*Thứ hai*, phân chia hợp lý lợi ích từ hoạt động du lịch ở địa phương.

Liên quan đến lợi ích của cộng đồng và bên đầu tư (doanh nghiệp hoặc tư nhân) là vấn đề quan trọng bậc nhất mang lại thành công cho DLSTCĐ. Đây là một hình thức kinh doanh nhạy cảm, có sự liên quan chặt chẽ giữa cộng đồng và doanh nghiệp. Bên cạnh các sáng kiến, giải pháp làm lợi cho cộng đồng thì vấn đề khuyến khích doanh nghiệp và tư nhân đầu tư vào

DLSTCĐ ở địa phương phải được quan tâm đúng mức. Mỗi quan hệ giữa cộng đồng và các đối tác tư nhân (doanh nghiệp) có thể được thiết lập chặt chẽ qua các hoạt động như: Tư nhân (doanh nghiệp) đào tạo cộng đồng theo nhu cầu sử dụng và đàm phán thực tế, xây dựng các mô hình quản lý cho người dân trực tiếp đảm nhiệm...

*Thứ ba*, thu hút sự tham gia của cộng đồng dân cư vào hoạt động du lịch.

Số hộ tham gia hoạt động DLSTCĐ còn ít, gây nên sự băn khoăn cho khách du lịch khi lựa chọn loại hình du lịch này vì sợ đến sẽ không còn chỗ nghỉ. Nhiều tour du lịch đông người cũng không chọn loại hình du lịch này vì không đảm bảo điều kiện ăn nghỉ.

*Thứ tư*, phát huy sự tham gia của các doanh nghiệp.

Khuyến khích đầu tư xây dựng và đưa vào hoạt động các nhà nghỉ, nhà hàng, khách sạn, quán cà phê và dịch vụ giao thông chất lượng cao (hệ thống xe máy điện, xe đạp điện, ô tô điện) để phục vụ du khách về nhu cầu ăn, ngủ, nghỉ; đồng thời, vận dụng các chính sách đặc biệt như giảm thuế đất, giảm thuế doanh nghiệp trong thời gian đầu triển khai đầu tư theo quy định hiện hành. Thực hiện các chính sách ưu đãi như hỗ trợ về vốn, tập huấn kỹ năng về hoạt động du lịch cho người dân trên địa bàn.

*Thứ năm*, phát triển hoạt động kinh doanh du lịch trên địa bàn.

Xây dựng và sáng tạo ra các loại hình sản phẩm du lịch sinh thái mới, hấp dẫn: du lịch tình nguyện, du lịch đi bộ xuyên rừng, thể thao mạo hiểm, du lịch khám phá hệ sinh thái,... kết hợp với du lịch văn hóa bản địa. Đồng thời thúc đẩy hoạt động xúc tiến thông tin du lịch quảng bá hình ảnh du lịch bằng nhiều hình thức, có chất lượng và hiệu quả cao cho các chương trình du lịch sinh thái này.

Xây dựng đề án khôi phục lại các làng nghề truyền thống (dệt tơ tằm, chế tác đồ trang sức, đan lát...) phục vụ khách du lịch. Khuyến khích sáng tạo các sản phẩm lưu niệm, món ăn đặc sản riêng biệt cho địa phương. Đồng thời, tạo điều kiện để trưng bày, bán cho du khách làm quà kỷ niệm ở các khu vực thích hợp (bố trí xây các nhà trưng bày văn hóa ở các thôn, bản văn hóa du lịch).

*Thứ sáu*, huy động cộng đồng địa phương vào việc bảo tồn và phát huy di sản văn hóa và các giá trị liên quan đến du lịch.

Phát triển DLSTCĐ phải theo hướng bền vững, có trách nhiệm, đạt tới mục đích giữ gìn và phát huy được bản sắc văn hóa dân tộc, đồng thời bảo tồn, tái tạo và phát triển được tài nguyên tự nhiên.

Vốn di sản văn hóa của đồng bào các dân tộc còn giữ được tương đối nguyên vẹn là đặc trưng và thế mạnh của du lịch cộng đồng. Định hướng cộng đồng giữ gìn những nét văn hóa vật thể, phi vật thể là một trong những nhiệm vụ mà chính quyền địa phương đang thực hiện.

Để phát triển du lịch bền vững, việc xác định công tác bảo vệ môi trường phải được ưu tiên hàng đầu. Theo đó, cần tiếp tục ban hành và hoàn thiện quy chế về quản lý giá cả dịch vụ, tổ chức hoạt động văn hóa tại các điểm tham quan du lịch trên tại các địa phương gắn liền với bảo vệ môi trường, xây dựng hệ thống biển chỉ dẫn, quy định cụ thể về công tác vệ sinh môi trường tại các điểm tham quan du lịch, kịp thời ngăn chặn, xử lý các hành vi làm ô nhiễm; khai thác, sử dụng hợp lý và tiết kiệm tài nguyên thiên nhiên, bảo vệ môi trường.

## 5. KẾT LUẬN

Du lịch sinh thái cộng đồng là một loại hình du lịch phù hợp và phát triển mạnh tại những cộng đồng được coi là chậm phát triển hơn so với khu vực thành thị. DLSTCĐ phát triển góp phần đẩy mạnh quá trình xây dựng nông thôn mới, tích cực trong công tác xóa đói giảm nghèo tại những vùng sâu, vùng xa, vùng dân tộc thiểu số và miền núi, nhưng muốn phát triển DLSTCĐ thành công đòi hỏi người dân, chính quyền phải bảo tồn và phát huy tốt vốn văn hóa truyền thống; các di tích lịch sử văn hóa và danh lam thắng cảnh; đào tạo và tổ chức cho người dân thực sự làm chủ của hoạt động DLSTCĐ đó là những tiền đề quan trọng góp phần phát triển kinh tế - xã hội, nâng cao đời sống cho đồng bào dân tộc thiểu số.

Như vậy, có thể thấy đây là một loại hình du lịch còn khá mới nhưng DLSTCĐ hứa hẹn trở thành một xu hướng phát triển mạnh trong tương lai, nếu có chiến lược phát triển DLSTCĐ khoa học, có những cơ chế, chính sách đúng với thực tiễn đặt ra và đặc biệt phải có quy hoạch, có sự liên kết vùng trong phát triển các loại hình du lịch nói chung và DLSTCĐ nói riêng. Đây là một trong những hướng đi mới và đúng đắn trong việc phát triển các loại hình sinh kế của đồng bào dân tộc thiểu số, góp phần phát triển bền vững trong tạo ra việc làm, bền vững trong thu nhập và bền vững trong bảo tồn và phát triển các tài nguyên nhân văn và tài nguyên thiên nhiên.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bách khoa toàn thư mở, Du lịch sinh thái cộng đồng, truy cập lúc ngày 10 tháng 10 năm 2018.
2. Nguyễn Văn Chất, Dương Đức Minh (2013), Phát triển du lịch cộng đồng dựa vào loại hình du lịch homestay tại Đồng bằng sông Cửu Long, *Tạp chí KH Văn hóa và Du lịch*, số 13 (67).
3. Trần Quốc Hùng (2014), “Phát triển bền vững vùng dân tộc, miền núi tỉnh Quảng Ninh - Kết quả cùng những vấn đề đặt ra hiện nay”, Kỷ yếu Hội thảo quốc tế Phát triển bền vững và xóa đói giảm nghèo cho đồng bào dân tộc thiểu số ở các tỉnh miền núi do Ngân hàng Thế giới và Đại học Thái Nguyên đồng tổ chức, NXB Đại học Thái Nguyên, tr.43.
4. Trần Quốc Hùng (2015), “Tác động của chương trình OCOP đến phát triển sinh kế bền vững và bảo vệ môi trường sinh thái vùng dân tộc và miền núi tỉnh Quảng Ninh”, Kỷ yếu Hội thảo quốc tế Đại học Nông Lâm Thái Nguyên, tr.300.
5. Trần Quốc Hùng (2013), Tiếp cận Nhân học và Dân tộc học ứng dụng trong nghiên cứu các vấn đề xã hội ở vùng dân tộc thiểu số tỉnh Quảng Ninh hiện nay. Ngày đăng: 16/04/2013 trên Cổng thông tin điện tử thành phần Ban dân tộc tỉnh Quảng Ninh.
6. REST, 1997, *Community Based Tourism: Principles and Meaning*.
7. Trần Thị Mai, 2005, *Du lịch cộng đồng - du lịch sinh thái: Định nghĩa, đặc trưng và quan điểm phát triển*, Trường Trung cấp nghiệp vụ Du lịch Huế.
8. Bùi Thị Hải Yến (chủ biên), 2012, *Du lịch cộng đồng*, NXB Giáo Dục Việt Nam.
9. Trần Hữu Sơn (2015), *Văn hóa người Thái với vấn đề phát triển du lịch cộng đồng vùng Tây Bắc*, Cộng đồng Thái- Kadai Việt Nam những vấn đề phát triển bền vững, NXB Thế giới, tr.514.
10. Ashworth, G.J., (1997), “Elements of Planning and Managing Heritage Sites” (Các yếu tố quy hoạch và quản lý di sản) in Nuryanti, W., *Tourism and Heritage Management*, Gadjah Mada University Press, p.165-191.

## CONSERVATION AND PROMOTION OF SAN DIU TRADITIONAL CULTURAL VALUE ETHNIC PEOPLE IN TUYEN QUANG ASSOCIATED WITH DEVELOPMENT OF COMMUNITY ECOTOURISM

**Tran Quoc Huy**

*VietNam Academy for Ethnic Minorities*

### **Abstract**

Community-based eco-tourism (CBET) has been widely researched, yet this topic has never lost its significance as it contains a wealth of multidisciplinary factors such as ethnic culture, ecological environment, etc., which are vital to develop a unique and compelling

CBET. San Diu ethnic group is the key actor in organizing, managing and taking ownership of this activity, which eventually generates economic benefits and promotes environment protection through introduction of ethnic identity and local specialties.

In order to successfully apply CBET model, apart from community participation, engagement of local authorities and relevant stakeholders should be enhanced. Moreover, one of the particular determinants of CBET success is the diversification of natural resources and human resources, which are both strengths and potentials of human and nature co-living in Son Duong district, Tuyen Quang province.

### **Keywords**

Conservation and promotion, traditional cultural, community ecological tourism, livelihood, ethnic, San Diu.



# PHÁT HUY GIÁ TRỊ DI SẢN VĂN HÓA GẮN KẾT VỚI PHÁT TRIỂN DU LỊCH (KINH NGHIỆM TỪ DI SẢN VĂN HÓA ĐÌNH LÀNG Ở ĐỒNG NAI)

Lê Xuân Hậu  
Bảo tàng Đồng Nai

## Tóm tắt

Di sản văn hóa đình làng là một trong những thành tố góp phần làm phong phú hệ thống di sản văn hóa Đồng Nai. Đây là những giá trị văn hóa đặc sắc thể hiện bản sắc văn hóa của người Việt được cộng đồng gìn giữ, trao truyền, thực hành trong suốt quá trình hình thành và phát triển của vùng đất. Hệ thống di sản đình làng là nguồn tài nguyên du lịch có giá trị phục vụ cho phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội của địa phương. Phát huy giá trị của di sản văn hóa đình làng gắn với phát triển du lịch ở Đồng Nai đạt được những thành quả khả quan trong thời gian vừa qua. Từ thực tiễn của Đồng Nai, bài viết này sẽ tập trung làm rõ: giá trị của văn hóa đình làng, quy hoạch phát triển di sản văn hóa đình làng, những giải pháp trong gắn kết di sản với phát triển du lịch Đồng Nai. Đây cũng là những thành quả đúc kết từ thực tiễn, xem đó như những bài học kinh nghiệm để các địa phương như huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang có thể áp dụng trong việc gắn kết khai thác di sản văn hóa cho phát triển du lịch.

## Từ khóa

Di sản văn hóa, đình làng, du lịch, tài nguyên, phát triển.

## 1. DẪN NHẬP

Đồng Nai là tỉnh nằm trong vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, có vị trí địa lý rất thuận lợi cho phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội. Đặc biệt, nơi đây có hệ thống di sản văn hóa đình làng (văn hóa vật thể, văn hóa phi vật thể) đa dạng, phong phú phản ánh quá trình hình thành và phát triển của vùng đất. Các giá trị di sản văn hóa ấy được xem là sức mạnh mềm, là nguồn tài nguyên quan trọng để xây dựng một ngành công nghiệp văn hóa mang lại những giá trị kinh tế cho cộng đồng địa phương. Tỉnh Đồng Nai cũng đã xây dựng chiến lược phát triển du lịch gắn kết với di sản trong đó có di sản văn hóa đình làng. Để phát huy giá trị di sản gắn kết với phát triển du lịch, trước hết phải tập trung vào các nhiệm vụ như: (1) Đánh giá tiềm lực và giá trị di sản, (2) lập dự án kết nối di sản với hoạt động du lịch, (3) định hướng, giải pháp bảo vệ, khai thác giá trị di sản văn hóa.

## 2. GIÁ TRỊ DI SẢN VĂN HÓA ĐÌNH LÀNG TRONG GẮN KẾT PHÁT TRIỂN DU LỊCH

### 2.1. Đánh giá tiềm năng, giá trị di sản văn hóa

Đây là khâu quan trọng trong việc xác định di sản có thể trở thành nguồn tài nguyên cho gắn kết phát triển du lịch được hay không. Qua đó, xác định được di sản văn hóa đình làng mang những giá trị nổi bật về văn hóa, lịch sử, khoa học... Từ thực tiễn hệ thống di sản văn hóa đình làng của người Việt, Đồng Nai đã chú trọng đến công tác bảo tồn và phát huy các giá trị di sản văn hóa, nó có ý nghĩa hết sức quan trọng trong chiến lược phát triển của tỉnh. Ngành Văn hóa của Đồng Nai đã tiến hành việc khảo sát các di sản văn hóa đình làng để có chiến lược bảo tồn

và phát huy giá trị một cách xác thực nhất. Theo đó, toàn tỉnh Đồng Nai hiện nay có 123 ngôi đình phân bố ở 9 huyện thị. Các ngôi đình này có sự phân bố khác nhau giữa thành thị và nông thôn, khác nhau giữa vùng đất có lịch sử hình thành lâu đời và vùng đất mới. Đặc biệt, các ngôi đình làng có lịch sử hình thành và phát triển khác nhau, có quá trình trùng tu, tôn tạo khác nhau, có những đặc điểm văn hóa khác nhau. Tựu chung, di sản văn hóa đình làng của người Việt ở Đồng Nai được hình thành gắn với quá trình khai khẩn mở mang vùng đất của các bậc tiền nhân từ thế kỷ XVII. Do vậy, văn hóa đình làng mang những giá trị văn hóa, lịch sử, khoa học, đạo đức, nhân văn vô cùng phong phú, đa dạng, là chứng nhân chứng kiến bao nhiêu những đổi thay của thời cuộc. Các giá trị văn hóa ấy không ngừng được định hình, tài bồi, chất lọc, trao truyền, kết tinh các giá trị truyền thống và hiện đại. Qua hàng trăm năm tồn tại, đình làng đã gắn liền với đời sống tâm linh người Việt, có vai trò cổ kết cộng đồng, chuyển tải các giá trị nhân sinh sâu sắc, nơi lưu giữ các giá trị văn hóa truyền thống, các giá trị lịch sử, kiến trúc nghệ thuật...

Hiện nay, toàn tỉnh có 5 ngôi đình làng được xếp hạng cấp Quốc gia, 10 ngôi đình được Ủy ban nhân dân tỉnh xếp hạng. Với việc tiếp thu các qua điếm bảo tồn di sản tiên tiến trên thế giới, di sản văn hóa đình làng ở Đồng Nai được đầu tư nguồn kinh phí hàng trăm tỷ cho trùng tu, tôn tạo và phát huy giá trị rất hiệu quả. Bên cạnh đó, những giá trị văn hóa phi vật thể được nghiên cứu chuyên sâu, có giải pháp bảo tồn hữu hiệu. Ngoài ra, tỉnh cũng xác định: cộng đồng - chủ thể di sản đang sinh sống ở Đồng Nai là một trong những nguồn lực góp phần rất lớn cho công tác bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa đình làng. Một thực tế là ngoài các di tích đình làng được nhà nước xếp hạng hàng năm cấp kinh phí trùng tu, tôn tạo, chống xuống cấp ra thì hầu hết các ngôi đình còn lại đều do người dân tự túc đóng góp, tham gia vào quản lý, bảo quản, điều hành các hoạt động lễ hội, gắn kết với hoạt động du lịch. Cộng đồng tự bảo quản di sản (sắp xếp các hoạt động lễ hội, trùng tu, tôn tạo bằng nguồn kinh phí tự đóng góp của người dân hoặc các mạnh thường quân). Rất nhiều các nghệ nhân, các cá nhân, người có uy tín trong cộng đồng... vẫn hàng ngày miệt mài trao truyền các giá trị văn hóa truyền thống, nghi thức tế tự trong đình, các hoạt động lễ hội của đình...

Từ thực tế của tỉnh Đồng Nai có thể thấy hai nguồn lực tham gia bảo tồn, phát huy di sản gắn với phát triển du lịch là: nhà nước và nhân dân. Trong đó, Nhà nước là chủ thể đóng vai trò quan trọng trong việc hoạch định chiến lược phát triển, đầu tư kinh phí từ ngân sách, tìm đầu ra cho khai thác di sản phục vụ du lịch. Nhân dân là chủ thể di sản, tạo nhịp cầu nối với nhà nước trong thực hiện các chiến lược phát triển. Đồng Nai đã thực hiện tốt việc đánh giá giá trị di sản văn hóa, bảo tồn và phát huy giá trị di sản tạo nguồn tài nguyên nhân văn hữu ích để phát triển du lịch mang lại hiệu quả kinh tế cho địa phương.

## **2.2. Di sản văn hóa đình làng kết nối với hoạt động du lịch tạo nên sản phẩm du lịch văn hóa**

Theo “*Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*” được Thủ tướng phê duyệt ngày 22 tháng 01 năm 2013, thì Đồng Nai nằm trong vùng du lịch gồm 6 tỉnh, thành phố: Thành phố Hồ Chí Minh, Bà Rịa - Vũng Tàu, Đồng Nai, Bình Dương, Bình Phước, Tây Ninh. Đây là cơ sở pháp lý để Đồng Nai phát triển du lịch trong mối liên kết vùng. Đồng Nai cũng xác định được thế mạnh của mình, hướng đến việc đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của địa phương, phát triển ngang tầm với các địa phương trong vùng. Trong Nghị quyết các kỳ Đại hội Đại biểu Đảng bộ tỉnh cũng đã đề cập, xây dựng thành chiến lược với quyết tâm đưa du lịch văn hóa trở thành ngành kinh tế hướng tới xây dựng ngành Công nghiệp văn hóa.

Di sản văn hóa đình làng là một trong những bộ phận quan trọng của tài nguyên du lịch, là yếu tố cơ bản để tạo nên sản phẩm du lịch, mang tính quyết định trong tổ chức phát triển du lịch. Nói cách khác di sản văn hóa đình làng chính là tài nguyên du lịch nhân văn; là nhân tố quan trọng mang tính quyết định để tạo nên quy mô, số lượng, chất lượng sản phẩm du lịch và hiệu quả của hoạt động du lịch. Do vậy, trong quy hoạch phát triển du lịch của Đồng Nai đã chia 5 tuyến du lịch (căn cứ trên địa hình của tỉnh, các đặc điểm văn hóa gắn với mỗi vùng). Tiêu chí để hoạch định chính sách là việc tạo ra những sản phẩm du lịch phải mang tính đặc sắc, độc đáo của địa phương để thu hút du khách. Tỉnh cũng xác định phải tuân thủ nguyên tắc bảo tồn tránh làm mất tính nguyên gốc, phá vỡ cảnh quan sẽ làm tổn hại tới di sản đi ngược với nguyên tắc bảo tồn; và như vậy, việc phát huy di sản phục vụ du lịch sẽ kém hiệu quả. Vấn đề là giải quyết tốt mối quan hệ giữa văn hóa và du lịch sẽ góp phần đưa di sản đến gần hơn với mọi đối tượng du khách thông qua những sản phẩm du lịch có hàm lượng văn hóa cao.

Đồng Nai luôn tạo ra những cơ chế thông thoáng mời gọi đầu tư với hy vọng thúc đẩy du lịch phát triển. Đặc biệt, tỉnh đã huy động nguồn vốn từ xã hội hóa từ các tổ chức, cá nhân đầu tư vào hoạt động du lịch. Hoạt động kinh doanh lưu trú ổn định, số lượng các hộ cá thể, doanh nghiệp kinh doanh lưu trú ngày càng tăng. Chất lượng kinh doanh du lịch ngày một nâng cao, đáp ứng được nhu cầu của du khách. Kết cấu hạ tầng du lịch, khu du lịch, điểm du lịch, cơ sở lưu trú du lịch được đầu tư xây dựng góp phần đáp ứng phần nào nhu cầu giải trí của người dân trong và ngoài tỉnh, đồng thời đã góp phần tạo công ăn việc làm, xóa đói giảm nghèo và từng bước ổn định thu nhập cho người dân địa phương, tăng nguồn thu cho ngân sách nhà nước.

Đối với hệ thống di sản đình làng tỉnh Đồng Nai đã xây dựng chiến lược phát triển gắn với hoạt động du lịch; quy hoạch du lịch tầm nhìn tới năm 2030. Hầu hết 5 tuyến du lịch của tỉnh đều có di sản văn hóa đình làng. Thông qua du lịch các giá trị di sản văn hóa được tỏa sáng, phát huy giá trị tự thân của nó, hòa nhập với du lịch trong tâm thế chủ động. Du lịch giúp cho cộng đồng nâng cao ý thức bảo vệ di sản, bảo vệ môi trường tự nhiên, môi trường xã hội, hướng tới du lịch bền vững. Việc phát triển du lịch lấy di sản văn hóa, di sản tự nhiên làm nền tảng sẽ vừa bảo vệ di sản, nâng cao hiệu quả khai thác du lịch vừa đem lại nguồn lợi góp phần phát triển kinh tế, xã hội. Đưa di sản văn hóa vào phát triển du lịch sẽ đem lại lợi ích cho cả du khách và cộng đồng sở hữu các di sản nếu du lịch được điều hành một cách đúng hướng, có kế hoạch, có trọng tâm. Tiêu chí của phát triển nói chung và phát triển du lịch nói riêng là hướng tới phát triển bền vững, hài hòa giữa việc bảo vệ tài nguyên cũng như lợi ích từ việc khai thác tài nguyên cho hoạt động du lịch.

### **3. KINH NGHIỆM CỦA ĐỒNG NAI TRONG BẢO VỆ, KHAI THÁC GIÁ TRỊ TÀI NGUYÊN NHÂN VĂN, TÀI NGUYÊN TỰ NHIÊN GẮN VỚI PHÁT TRIỂN DU LỊCH**

Di sản văn hóa (trong đó có di sản văn hóa đình làng) được tỉnh Đồng Nai xác định là nguồn lực quan trọng hướng tới xây dựng thành một sản phẩm phục vụ hoạt động du lịch văn hóa, góp phần vào phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội của địa phương. Đó cũng là nguồn tài nguyên để tỉnh Đồng Nai xây dựng chiến lược phát triển ngành Công nghiệp văn hóa. Quá trình thực hiện đã mang lại hiệu quả thiết thực cho tỉnh, nguồn tài nguyên văn hóa được khai thác đúng mức, được bảo vệ kịp thời phục vụ thiết thực cho ngành Du lịch. Với thực tế của huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang có thể áp dụng các bài học kinh nghiệm của tỉnh Đồng Nai nhằm gắn kết nguồn tài nguyên cho phát triển du lịch một cách hiệu quả như:

- Đánh giá tiềm lực, nguồn tài nguyên (tự nhiên, nhân văn), xây dựng quy hoạch trong phát triển du lịch. Trong thực tế nguồn tài nguyên cho phát triển du lịch của huyện Lâm Bình, tỉnh

Tuyên Quang rất đa dạng (gồm: tài nguyên nhân văn và tài nguyên tự nhiên). Với nguồn tài nguyên tự nhiên có thể thấy được sự đa dạng, phong phú mà thiên nhiên ưu ái ban tặng cho địa phương. Huyện Lâm Bình có nhiều danh lam thắng cảnh đẹp như: Động Song Long, thác Mặn Me, thác Khuổi Nhi, thác Khuổi Súng, di tích khảo cổ học Hang Pịa Vài, công viên đá... Nguồn tài nguyên nhân văn của huyện Lâm Bình cũng hết sức đa dạng. Các di sản văn hóa như: chùa Phúc Lâm, đền Pú Bảo, Lễ hội Lồng tồng truyền thống của đồng bào dân tộc Tày, “các món ẩm thực truyền thống của người Tày, người Dao như: cơm lam, thịt chua, thịt trâu khô, cá mắm ruộng, chè Khau Mút, rượu ngô, rượu thóc men lá”<sup>165</sup>... Nơi đây, các bản làng của đồng bào dân tộc vẫn được bảo lưu, với các sinh hoạt văn hóa truyền thống rất đa dạng, phong phú.

- Huyện Lâm Bình đã đánh giá được giá trị của nguồn tài nguyên, xây dựng chiến lược khai thác tài nguyên phục vụ cho phát triển du lịch. Huyện cũng đã chọn lựa những di sản có giá trị, hội đủ các yếu tố cơ bản để khai thác cho phát triển du lịch. Hầu hết các di sản của huyện đều được khai thác mang lại hiệu quả về mặt tổ chức cũng như triển khai trong thực tế. Hiện nay, thiết nghĩ áp dụng kinh nghiệm của tỉnh Đồng Nai, trên cơ sở nguồn tài nguyên hiện có huyện Lâm Bình có thể phân loại (di sản văn hóa, di sản tự nhiên). Bao gồm việc phân tích rõ các lợi thế của di sản về giá trị văn hóa, lịch sử, khoa học; lợi thế về du lịch... là nguồn dữ liệu để hoạch định, xây dựng chính sách phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội của địa phương. Việc quy hoạch phải được cập nhật theo thực tế của địa phương cũng như xu hướng phát triển của ngành Du lịch trên thế giới. Đánh giá những việc làm được cũng như còn hạn chế của địa phương trong khai thác di sản phục vụ du lịch. Trên cơ sở đó, xây dựng các đề án phù hợp với thực tiễn của địa phương. Đơn vị lập dự án quy hoạch phải có trình độ chuyên môn về văn hóa, du lịch. Huy động tối đa nguồn lực của Nhà nước, các tổ chức, cá nhân nhằm đưa di sản vốn có của huyện Lâm Bình trở thành nguồn cho phát triển du lịch, nâng cao hơn nữa đời sống của cộng đồng dân cư. Chú trọng đến lợi ích của cộng đồng khi tham gia vào hoạt động du lịch nhằm phát triển du lịch một cách bền vững. Địa phương cũng nên tính tới việc mở rộng loại hình du lịch homestay, tận dụng lợi thế về di sản văn hóa của các tộc người. Định hướng tới việc cộng đồng cùng nhà nước làm du lịch. Như vậy, vừa tăng thu nhập cho từng hộ gia đình, giải quyết công ăn việc làm cho nhiều đối tượng, vừa góp phần phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội của địa phương.

- Bảo tồn và phát huy giá trị di sản góp phần vào phát triển du lịch. Trong quy hoạch phát triển du lịch phải mang tính định hướng lâu dài, có tính tới hướng mở rộng liên kết vùng (Hà Giang, Lạng Sơn...) trong khai thác, phát triển du lịch. Huyện cũng nên xác định mỗi nguồn tài nguyên có giá trị như thế nào khi khai thác du lịch; trên cơ sở đó có định hướng nhằm mang lại hiệu quả thiết thực nhất. Công tác bảo tồn tốt các giá trị nguồn tài nguyên sẽ tạo tiền đề để ngành Du lịch của huyện Lâm Bình hoạch định những chính sách phát triển du lịch hài hòa với bảo tồn di sản. Khai thác các giá trị tài nguyên trên cơ sở bảo vệ, sử dụng hiệu quả nguồn tài nguyên. Đưa di sản trở thành một sản phẩm du lịch văn hóa, du lịch tự nhiên phát huy tối đa sức mạnh mềm trong chiến lược xây dựng ngành Công nghiệp văn hóa của địa phương. Các giá trị tài nguyên của huyện Lâm Bình là tiền đề để nghiên cứu, khai thác hình thành những sản phẩm du lịch. Tiêu chí để xây dựng những sản phẩm du lịch phải hướng tới những nét văn hóa đặc thù của địa phương. Sản phẩm du lịch phải đảm bảo hài hòa giữa lợi ích của cộng đồng địa phương và khách du lịch, đảm bảo an toàn cho du khách và người dân địa phương.

- Huyện Lâm Bình phải đầu tư đồng bộ, hoàn thiện cơ sở hạ tầng du lịch, xây dựng các tour, tuyến, điểm du lịch. Tập trung hoàn thành quy hoạch chi tiết các khu, điểm, tuyến du lịch; “tổ

<sup>165</sup> <https://hoanhap.vn/bai-viet/loi-moi-goi-tu-lam-binh-8343?fbclid=IwAR29RseqBarl3BKDzosj4LkVx0YnUGHnqis6wckszcEVaFsKGskV2guhrrM>

chức tốt các lễ hội truyền thống, quảng bá các sản vật đặc sản như: rượu ngô, rượu thóc men lá, thịt trâu khô, mắm cá ruộng, chè Khau Mút; phối hợp với các đơn vị quản lý, khai thác du lịch tổ chức xây dựng các tour, tuyến du lịch lòng hồ, du lịch văn hóa, sinh thái<sup>166</sup>. Có phương án biến những sản vật mang tính đặc trưng của đồng bào dân tộc thành sản phẩm du lịch có chất lượng. Có những nghiên cứu chuyên sâu, nắm bắt tâm lý, thị hiếu của đối tượng khách du lịch trong và ngoài nước để đề ra chiến lược khai thác hiệu quả.

- Trang bị cơ sở lý luận về văn hóa, du lịch cho các đối tượng là quản lý văn hóa ở các địa phương của huyện Lâm Bình, các cấp lãnh đạo, cộng đồng. Thông qua đó thay đổi nhận thức của cộng đồng trong cách hiểu về du lịch. Trong quá trình hội nhập, giao lưu văn hóa quốc tế thì di sản văn hóa phải được nhìn nhận với góc độ khác, mới hơn. Để khơi dậy tiềm năng, thế mạnh về nguồn tài nguyên phát triển du lịch của huyện Lâm Bình thì cấp ủy, chính quyền huyện cần có kế hoạch vận động nhân dân duy trì, gìn giữ và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống của các dân tộc trên địa bàn. Nhận thức đó là nguồn tài nguyên cho phát triển du lịch, đồng thời có sự liên kết với các công ty du lịch trong và ngoài tỉnh để kết nối du lịch.

- Xây dựng cơ chế phối hợp giữa ngành Văn hóa và Du lịch trong việc chia sẻ những lợi nhuận thu được từ hoạt động du lịch tái đầu tư tôn tạo di sản. Công tác quản lý nguồn thu từ khai thác tài nguyên cho hoạt động du lịch phải tính tới phương án quản lý của nhà nước nhằm tạo sự minh bạch, đảm bảo sử dụng nguồn thu đúng mục đích, dành kinh phí đầu tư cho di sản.

- Tập huấn cho các đối tượng là nghệ nhân, cộng đồng, các cấp chính quyền về sức mạnh mềm văn hóa. Tuyên truyền sức mạnh mềm của di sản trên các phương tiện thông tin đại chúng với tư cách là nguồn tài nguyên của công nghiệp văn hóa. Qua đó, giúp cho cộng đồng nhận thức về di sản và góp phần bảo vệ di sản tốt hơn, thúc đẩy hoạt động du lịch gắn với văn hóa. Chính quyền các cấp cũng nên có phương án tuyên truyền cho nhân dân nâng cao ý thức để bảo vệ môi trường, bảo vệ cảnh quan thiên nhiên, bảo vệ di sản văn hóa. Trên cơ sở đó, định hướng cho cộng đồng về cách làm du lịch homestay nhằm thu hút du khách tới với Lâm Bình ngày càng nhiều. Qua đó cũng quảng bá được nét đẹp của vùng đất, con người nơi đây tới du khách trong và ngoài nước.

- Chú trọng tới vấn đề hạn chế sự tác động tiêu cực từ quá trình phát triển đối với di sản. Hạn chế những tác động từ khai thác di sản phục vụ du lịch. Ứng dụng công nghệ vào quản lý di sản, hoạt động du lịch. Khuyến khích các thành phần kinh tế đầu tư vào hoạt động du lịch (phát triển các dịch vụ ăn uống, nghỉ ngơi, vui chơi giải trí). Khai thác các thắng cảnh tự nhiên của huyện Lâm Bình để đầu tư hoạt động vui chơi đáp ứng nhu cầu của khách du lịch như: thuyền du lịch, xe đạp địa hình, câu cá giải trí, nhà hàng, khách sạn... Địa phương có đồng đồng bào dân tộc như: người Tày, người Mông... sinh sống lâu đời với nhiều nét văn hóa đặc trưng; thiết nghĩ huyện Lâm Bình nên phát huy lợi thế này xây dựng tuyến du lịch đưa khách tham dự các phiên chợ vùng cao để khách tham gia vào hoạt động mua bán, thưởng thức các món ẩm thực, tìm hiểu về văn hóa...

- Phát huy các mặt tích cực từ việc phát huy giá trị tài nguyên vào hoạt động du lịch. Qua du lịch những giá trị văn hóa, tự nhiên thực sự đã trở thành những sản phẩm có giá trị kinh tế làm giàu cho địa phương. Kết quả của quá trình khai thác đó là sự hình thành những sản phẩm du lịch đem lại nhiều lợi ích cho xã hội; tạo ra nhiều cơ hội tìm kiếm việc làm, nâng cao đời sống kinh tế cho cộng đồng địa phương thông qua các dịch vụ du lịch (hướng dẫn viên, cung cấp nơi ăn nghỉ, bán hàng lưu niệm mang tính đặc trưng văn hóa của địa phương và các dịch vụ khác cho khách

<sup>166</sup> <http://dulichtuyenquang.gov.vn/DetailView/4043/4/2/Net-dep-homestay-Ban-Bon.html>, truy cập lúc 16h 21 phút ngày 26/8/2019.

du lịch). Phát triển du lịch tạo nguồn thu lớn góp phần tái đầu tư tôn tạo, bảo tồn di sản văn hóa. Du lịch là kênh quan trọng để giới thiệu di sản văn hóa đến gần hơn với mọi người, giá trị nội tại của di sản văn hóa được tỏa sáng, được quảng bá. Du lịch sẽ đưa các giá trị di sản văn hóa, tự nhiên vượt khỏi chức năng nó chỉ là những giá trị mang tính lịch sử, văn hóa; mà tự thân nó có thể biến các giá trị ấy thành những sản phẩm du lịch đích thực. Di sản văn hóa sẽ được giao lưu, tiếp xúc với các nền văn hóa khác nhau, tạo điều kiện định hướng, khẳng định mình bằng sự phát triển mới. Hoạt động du lịch sẽ nâng cao ý thức, trách nhiệm của cộng đồng trong việc tôn vinh, bảo tồn, phát huy giá trị di sản, tự nhiên. Doanh thu từ hoạt động du lịch góp phần vào việc tu bổ di tích, lễ hội, phục vụ du lịch. Cũng qua du lịch sẽ góp phần tôn vinh các giá trị văn hóa nghệ thuật, nâng cao nhận thức của người dân, nghệ nhân trong việc bảo tồn các giá trị nghệ thuật truyền thống.

- Hạn chế mặt tiêu cực từ quá trình phát huy di sản phục vụ phát triển du lịch. Đó là việc khai thác di sản phục vụ cho hoạt động du lịch nếu không có kế hoạch, định hướng sẽ làm cạn kiệt nguồn tài nguyên, phá vỡ quy hoạch tổng thể, hủy hoại môi trường tự nhiên, làm biến dạng di sản; mất đi tính bền vững của hoạt động du lịch. Phát triển du lịch cũng tác động đến nhận thức của những người quản lý di sản văn hóa theo hướng hoặc là giữ nguyên di sản một cách tốt nhất không có tác động của bất kỳ yếu tố khách quan nào, hoặc là tận dụng di sản để kinh doanh du lịch. Việc dựa vào lợi thế di sản để làm du lịch tác động xấu đến sự tồn tại của di sản như: vi phạm hành lang bảo vệ di tích theo Luật Di sản văn hóa (tự ý xây dựng các công trình du lịch trong di tích, trùng tu tôn tạo làm mất tính chân xác); phá vỡ tính toàn vẹn của di sản tự nhiên...

Việc khai thác nguồn tài nguyên (tự nhiên, nhân văn) với tư cách là một sản phẩm du lịch phục vụ cho hoạt động du lịch là điều cần thiết trong bối cảnh hiện nay không riêng gì ở Đồng Nai mà còn áp dụng cho nhiều địa phương trong cả nước. Do vậy, các giải pháp mang tính gợi mở từ kinh nghiệm của tỉnh Đồng Nai sẽ giúp cho các địa phương như huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang có thêm nữa những kinh nghiệm trong gắn kết di sản với phát triển du lịch. Trên cơ sở đó thay đổi nhận thức của cộng đồng về khai thác di sản phục vụ cho phát triển du lịch bền vững mang lại hiệu quả kinh tế, văn hóa, xã hội cho địa phương.

### 3. KẾT LUẬN

Đồng Nai đã làm rất tốt công tác bảo tồn, phát huy giá trị di sản văn hóa gắn kết với phát triển du lịch mang lại hiệu quả kinh tế cao, ổn định đời sống cộng đồng - nơi có di sản hiện hữu. Hoạt động du lịch đã lấy văn hóa làm nguồn tài nguyên du lịch khai thác có hiệu quả, vừa bảo vệ di sản, vừa lấy lợi nhuận từ du lịch bảo tồn di sản. Từ thực tiễn của Đồng Nai trong việc bảo tồn, phát huy giá trị di sản văn hóa nói chung và văn hóa đình làng nói riêng phục vụ cho phát triển du lịch sẽ góp những thông tin quý giá cho các địa phương trong đó có huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang có thể tham khảo, vận dụng khi xây dựng chiến lược khai thác di sản văn hóa của địa phương. Để làm tốt công tác bảo tồn, phát huy giá trị di sản văn hóa gắn kết với phát triển du lịch thì cần có sự chung tay của Nhà nước và cộng đồng; có đánh giá về nguồn tài nguyên của địa phương, hoạch định chiến lược phát triển du lịch, định hướng gắn kết nguồn tài nguyên của địa phương với phát triển du lịch mang tính thực tiễn, khả thi.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Luật Di sản Văn hóa. 2001. NXB Chính trị Quốc gia Sự thật, Hà Nội.
2. Luật Du lịch. 2001. NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
3. Lê Xuân Hậu. 2013. *Di sản văn hóa với phát triển du lịch tại Đồng Nai*, Luận văn Thạc sĩ chuyên ngành Văn hóa học, Đại học KHXH&NV Thành phố Hồ Chí Minh.

## PROMOTING THE VALUES OF CULTURAL HERITAGE ASSOCIATED WITH TOURISM DEVELOPMENT (EXPERIENCE FROM THE VILLAGE CULTURAL HERITAGE IN DONG NAI)

**Le Xuan Hau**  
*Dong Nai Museum*

### **Abstract**

Communal cultural heritage is one of the factors contributing to the enrichment of Dong Nai cultural heritage system. These are unique cultural values reflecting the cultural identity of Vietnamese people preserved, transmitted and practiced by the community during the process of formation and development of the land. Communal heritage system is a valuable tourism resource for local economic, cultural and social development. Promoting the value of communal cultural heritage associated with tourism development in Dong Nai has achieved positive results in recent years. From the practice of Dong Nai, this article will focus on clarifying: the value of communal culture, planning on developing communal cultural heritage, solutions in linking heritage with tourism development in Dong Nai. . These are also the results drawn from practice, which are seen as lessons learned for localities such as Lam Binh district and Tuyen Quang province to apply in combining the exploitation of cultural heritage for tourism development. calendar.

### **Keywords**

Cultural heritage, communal house, tourism, natural resources, development.

## EXPLOITING THE CULINARY VALUE IN TOURISM DEVELOPMENT IN TUYEN QUANG

**Nguyen Thi Que Loan**

*Thai Nguyen University of Education*

**Tran Thi Hoai Linh**

*Master course 3, School of Foreign Languages, TNU*

### Abstract

The cuisine is both one of the elements that expresses the cultural characteristics of the ethnic people and has the fastest impact on the recipients. Therefore, when traveling to any location, cuisine is always an attractive factor for tourists. Exploiting the value of culinary culture not only brings economic benefits, but also a way to preserve and promote the most effective and practical culture. This research addresses the culinary potential in tourism; dishes and beverages characterized in Tuyen Quang province. On that basis, propose solutions to exploit the value of culinary culture to attract tourists.

### Keywords

Travel, cuisine, drinks, Tuyen Quang.

### 1. GENERAL

Eating has a significant role in human life, since it is an approach to provide energy to the body to help individuals survive. Moreover, eating additionally contains cultural elements, showing the characteristics, psychology and natural conditions of ethnic groups and people. Enjoying the food and drinks is not simply a good or bad evaluation, but also an approach, the discovery of the essence, the cultural life of the maker of that dish. Thus, for any traveler when traveling to a certain point, the cuisine is always a concern and attraction in the journey, and also the cuisine is easy to engrave the deep impressions in the tourists' hearts, making them unable to forget that attractions.

As a mountainous province, Tuyen Quang has a beautiful natural landscape that attracts visitors to explore and experience. According to the Statistical Yearbook in 2015, Tuyen Quang province has a city and six districts: Son Duong, Yen Son, Ham Yen, Chiem Hoa, Na Hang and Lam Binh; the population has about 760,289 people with 22 ethnic groups living<sup>167</sup>. The majority are Kinh, Tay, Dao, San Chay, Mong, Nung and San Diu ethnic groups, the rest are other ethnic groups. Ethnic groups in Tuyen Quang have a rich culinary culture. The food of people here has both common factors such as always emphasizing the balance of harmony according to the taste and body needs of each person, taking nature as the root, with the criteria is not only "delicious" but also "good", the unique character of each ethnic group expressed through typical dishes, processing, behavior.

---

<sup>167</sup> *Administrative-population-labor unit*, on the page [http://www.tuyenquang.gov.vn/tgt96p1\\_don-vi-hanh-chinh-dan-so-lao-dong](http://www.tuyenquang.gov.vn/tgt96p1_don-vi-hanh-chinh-dan-so-lao-dong), accessed on June 25<sup>th</sup>, 2019.



In order for tourism to really become a key economic sector, besides the need to invest in key areas; diversification of tourism products; expand the standard tourism service system connected with travel tours; promoting tourism promotion activities, the exploitation of the cultural and culinary value of ethnic groups not only attracts tourists, brings about economic benefits, but also a way to preserve and promoting the most effective and practical culture. Therefore, this study will mention the culinary potential of Tuyen Quang, on that basis, propose solutions to exploit the value of gastronomic culture to attract tourists.

## 2. THE CULINARY POTENTIAL OF TUYEN QUANG PROVINCE

Tuyen Quang has an area of forest and forestry land of about 357,354 ha, of which natural forests are 287,602ha and planted forests are 69.737ha<sup>168</sup>. This is an advantage for biodiversity conservation in association with ecotourism development. Tuyen Quang forest maintains many precious wood species and rich animal, plant ecosystems, both balancing the living environment and providing a rich and diverse food and food source. Counting only vegetables, roots, and fruits has also been numerous: melientha suavis pierre, vegetable fern, Chinese plantain, centella, coccinia grandis, chenopodium album, cut-leaved groundcherry, viola inconspicua blume, pimply lasia, prostrate knotweed, roselle, river-leaf creeper (sour-soup creeper), day-lily, vernonia cumingiana benth, bischofia javanica, sessile joyweed, achyranthes aspera, formosan gum feng, tiliacora triandra, codonopsis javanica, garcinia cowa, Chuoi vegetable, Bo Khai vegetable (erythralum scandens), peperomia pellucida, carica papaya L, bittersweet, Dot Cay Moc, Mon, Lien Thuy vegetables, Ngap Ngo vegetables, bamboo shot, Chinese black olive, Chinese white olive, Chinese yam, yam, chili, pepper... [3, page.1248, 1249].

Due to the high mountain terrain and strong cleavage, the network of rivers and streams in Tuyen Quang province is quite developed. The main river system is Chay river, Lo river, Gam river and Pho Day river. River systems have very large water flows, especially in the rainy season. In addition, Tuyen Quang also has a large-scale reservoir such as Na Hang hydropower reservoir and Chiem Hoa hydropower plant. This system of rivers and lakes creates favorable conditions for ecotourism development and also provides abundant freshwater aquatic resources.

With the advantages of geography, environmental conditions, systems of lakes, ponds, water fields... Tuyen Quang is an ideal place for aquaculture. In 2018, the total area of aquaculture on small ponds and lakes is 2.544.73ha; combined fields of aquaculture 102.31ha; irrigation and hydropower reservoirs make use of aquaculture 608.45ha. Total fisheries production is estimated to be near 8.000 tons<sup>169</sup>. In addition to traditional types of fish such as: hypophthalmichthys, carp, cirrhina molitorela, grass carp, tilapia, snake-head... Tuyen Quang has special kinds of fish including: denti carp, bangana lemassoni, Anh Vu, Dieu Hong, acipenser. Especially, Chien fish is a famous freshwater fish. The flesh of this fish is firm, sweet, yellow, boneless, and nutritious in the Chien fish is equivalent to salmon. People can process dozens of items from fish such as: frying, grilling, steaming, stocking, salad, stir-fry, cooking sour soup...

Promoting advantages of forest and stream hills, households in Tuyen Quang develop many valuable animals to meet market demands: buffaloes, cows, pigs, chickens, ducks, goats..., in which black pig production model hybrid wild boar in the direction of natural grazing, not using weight gain is applied by many families. Black pork (also known as Ten Lua pork) is

<sup>168</sup> Electronic Portal Ministry of Planning and Investment, *Natural resources of Tuyen Quang province*, on the page <http://www.mpi.gov.vn/Pages/tinhthanhchitiet>, accessed on June 25<sup>th</sup>, 2019.

<sup>169</sup> *Summary of economic development in Tuyen Quang province in 2018*, on <http://www.tuyenquang.gov.vn/>, accessed on June 25<sup>th</sup>, 2019.

famous for its delicious, fragrant, firm, crispy flesh, when processed without water, it is a favorite dish. Minh Huong duck (also known as stream duck), is a long-standing native duck breed in Minh Huong commune, Ham Yen district, Tuyen Quang province. Minh Huong duck has a beak and gold legs, meaty, small bones. On December 2nd, 2015, the National Office of Intellectual Property granted a certificate of registration to the collective brand “Duck Minh Huong”. Ngo buffalo is a buffalo breed with a large, strong and firm flesh that is certified by the National Office of Intellectual Property as an exclusive protection trademark “Buffaloes of Tuyen Quang” on May 25th, 2018 for Tuyen Quang Farmers’ Association with 3 product groups: group of processed buffalo meat; group of buffaloes for breeding, group of buffaloes for meat (alive); group buying and selling breeding buffalo, meat buffalo (live and processed buffalo meat).

Regarding rice, we can mention to some common types such as: Te rice (Khang Dan, hybrid rice vt 404, Ha Phat 3, TBR 279, Dong A1, ADI 28, ADI 168, J02, Dai Thom, Thai Binh BQ). These are rice varieties with short growth time, wide adaptability and high yield. Glutinous rice (including special types of sticky rice such as: Khau Pai, Khau Luong Van, Khau Mo, Deo Dang, Pu De, Ble Chau, Khau Dao, Cai Hoa Vang...). When cooked, sticky rice is shiny, flexible, sticky, fragrant and sweet.

Along with rice, Tuyen Quang people also grow corn, potatoes, cassava, beans, melon, squash, vegetables... Glutinous corn Soi Lam (sticky corn grown in Soi Lam, also known as Soi Tinh Huc in the 22nd group of Hung Thanh ward, Tuyen Quang city) is a small corn, thin sheath, clear and shiny corn, plastic, sweet taste. Legend has it that the glutinous corn Soi Lam was chosen as a gift for the king. Some specializing areas in concentrated goods such as orange, sugarcane, peanut, grapefruit, tea, banana...; growing specialty vegetables: Bo Khai vegetable, melientha suavis pierre, gynostemma pentaphyllum...

With abundant food source, people here have prepared typical dishes and drinks to express the culture, customs, practices and precious folk knowledge that are preserved by the people and maintained for generations.

### 3. SOME TYPICAL DISHES OF TUYEN QUANG

Tuyen Quang has hundreds of delicious dishes such as: Black pork (roasted, rined, fried with rolls, rolls, baked, roasted, steamed, sour...); buffalo meat (Buffalo meat hanging up the kitchen, buffalo fried with bamboo shoots, buffalo fried with star fruit, buffalo fried with piper lolo, buffalo fried with garlic leaves, Buffalo meat dipped sour, grilled buffalo meat, fried buffalo with citronella and chili, buffalo meat cooked with river-leaf creeper...); duck meat (grilled, braised, steamed, stir-fried with bamboo shoots, stir-fried with spicy, roasted, boiled, roasted with salt, fried with roll, duck hotpot, boneless duck, duck blood pudding and duck soup); horse meat (Thang Co, hot pot); denti carp (fish salad, grilled, sour soup, mannequin); Chrysalis (cooked with sour bamboo shoots, golden fried, grilled and eating with green chili salt); rice vermicelli (sour rice vermicelli eating with duck, rice vermicelli eating with pork chops, Bun Cha, Bun Moc, rice vermicelli with fish, Bun Cham, rice vermicelli with beef meat, rice vermicelli with port’s heart and kidney, vermicelli with fried tofu...); cakes (spikes, ants, corn cakes, thick cakes...). Dishes made from vegetables and fruits: Hoi vegetables (soup, stir-fry eggs, stir-fry buffalo meat, make dummy); Bo Khai vegetable (fried with chicken eggs, stir-fried beef, black pork); palm (porridge with sesame, meet stock, fish stock and sticky rice); Chinese black olive (dot with salt and sesame, braised with meat, braised fish, sticky rice)...

In the dishes with vermicelli in Tuyen Quang, the most famous is sour rice vermicelli eating with duck. This dish is unique because the vermicelli is bigger than in other places, eating soft but not friable. It has a frugal broth, the Minh Huong duck meat is famous for fragrant, sweet, chopped or removed with thin bones or slices. When served with a little bit of herbs, bamboo spicy soaked and sour.

Coming to Tuyen Quang, travelers not only enjoy the black pork (Ten Lua pork) processed into dozens of delicious and strange dishes, but also can buy sour pork to make gifts for relatives. If other places ferment the meat with hearing, the meat here is incubated with cold rice and spices (made with small pieces of red rice, cinnamon, galangal, salt .. pounded). After marinating, the meat is placed in a large jar, with a thick layer of cold rice on top, covering the mouth of the jars. Depending on the weather each season is fast or long meat eating. Sour meat served with the piper lolo blends into an unforgettable taste.

Ngo buffalo in Tuyen Quang is a native buffalo that Tuyen Quang people preserve for many years. From the end of 2017, Tuyen Quang builds a chain of bio-safe buffalo breeding to create the best quality, clean buffalo meat products. When the buffalo is sufficient in slaughter weight, it is purchased and brought to slaughterhouse with a modern slaughter line to supply clean buffalo meat products to restaurants and consumers. Buffalo meat is processed into many delicious dishes: buffalo fried with piper lolo, buffalo fried with garlic leaves, Buffalo meat dipped sour... in special, dry buffalo meat (buffalo meat marinated with garlic, chilli, ginger, lemongrass, pepper, salt, grained seeds ...) are processed in a closed process, kiln drying, packaging, stamps, traceability clearly, ensuring the sweet taste of buffalo meat, ensuring hygiene food safety.

Regarding drinks, Tuyen Quang is famous for manually distilled corn wine from corn brewed with yeast. Wine made of rice and more than 20 kinds of herbs have a good effect on health (Dua Poong, Can Cuong, Mon Thuc, Khuc Khac, the chilli, Moong peanuts, Tang To, Lep Nam, Nhan Tran, Mac Mjau, Khau Thuong, Pai Dong, Chuoi Njom, Net Ti, Hoom Qua, Mot La, Cam Thao, Tham Trang, Trau Rung, Mat Can, galangal tree, discharge, laksa leaves, cinnamon). Corn alcohol has an average alcohol content of 25-30 degrees. When drinking is spicy, sweet, fragrant and smooth.

In addition to being attracted by the abundance of dishes and drinks, which make every travel itinerary more interesting, the space when enjoying food also makes the attraction of each tourist by its own characteristics. It is a cozy atmosphere of meals in stilt houses in Thuong Lam, Khuon Ha, Lang Can in Lam Binh district; or sympathetic meals in festivals, intoxicating meals of corn wine, of human love in the markets of Thuong Lam, Lang Can, Hong Quang (Lam Binh district); Da Vi (Na Hang district) ... carries bold features of community activities, preserving the values of unique traditional cultural identity of ethnic minorities.

#### **4. CONCLUSION**

Tourism development associated with poverty reduction is the target of many countries including Vietnam. To achieve that goal, the exploitation of cultural values for tourism, including culinary culture should be emphasized. On a trip, the average visitor spends about 25% - 30% of the total cost of the trip. Therefore, catering services not only bring high profits, create markets and increase the value of agricultural products, but also a very important method of promoting the cultural image of the nation. Therefore, in the draft tourism development strategy to 2020, the orientation for specific development with food services is oriented, in which this

field will develop strongly in quantity and quality [6]. Because this is the industry that increases the value of products by 300% and earns profits of 40-50% of total revenue.

Stems from features of Tuyen Quang, it can be seen that this place is full of conditions and ability to develop tourism brand through cuisine. However, in order for the culinary strength to be promoted, it is necessary to take advantage of the globalization context to introduce the culinary elite values of ethnic groups to domestic and international tourists through the media. First of all, continue to well implement the coordination with units producing TV documentaries, broadcast on domestic and foreign television channels on a number of channels specializing in food and tourism. In addition, it is necessary to link with the production units for long-term drama, psycho-social films ... to reproduce the processing method, to bring the typical dish of each ethnic group in daylife. This is the best way to promote food and easily get the attention of a large audience, this way has been done very well by countries such as Thailand, Japan, and Korea.

Combining to organize food festivals associated with Thanh Tuyen festival or other festivals, systemize and select typical dishes to introduce to visitors. These dishes, in addition to the processing process, need to have sufficient information about the origin, meaning, characteristics of the dish, nutritional value and the way the food fits into the special cultural points of ethnic groups so that visitors can experience the diversity in the culinary culture of ethnic groups, and more understand about the culture of ethnic groups in Tuyen Quang. Besides, it is necessary to study how to process, preserve and diversify models, creating the main difference from designs and packaging of beverages, herbal products, confectionery, agricultural products and foodstuffs; There are clear brands, addresses and expiry dates.

To develop sustainable tourism, tourism activities must simultaneously achieve efficiency in terms of economy, politics, culture and society, attaching importance to protecting the ecological environment, preserving and promoting communication national culture and identity. Therefore, the knowledge, respect and pride of the origin, meaning, processing and use of typical dishes of the nation is the participation in building the national tourism brand with effective.

The development of community ecotourism associated with folk culture tourism and spiritual tourism is the right strategy. However, in order for tourism activities to meet the needs of tourists and achieve high economic efficiency, it is necessary to regularly open training courses on tourism and culture that require members to participate in tourism activities. must study. Implementing each citizen is a friendly guide, hospitable, not letting the situation of petitioning, street vendors clinging, raising service prices, cutting guillotine, ensuring safety and convenience for tourists. Doing that, it gives visitors a good impression to anyone else - they will be the best and most effective advertisers for Tuyen Quang tourism.

## REFERENCES

1. Electronic Portal Ministry of Planning and Investment, *Natural resources of Tuyen Quang province*, on the page <http://www.mpi.gov.vn/Pages/tinhthanhchitiet>, accessed on June 25<sup>th</sup>, 2019.
2. *Administrative units - population - labor*, on the page <http://www.tuyenquang.gov.vn>, accessed on June 25<sup>th</sup>, 2019.
3. Ninh Van Do (chief author), *Traditional culture of Tay, Dao and San Diu peoples in Tuyen Quang*, National Culture Publishing House, 2003.

4. Nguyen Thi Que Loan (2016), "Exploiting the culinary value of ethnic minorities in tourism development in the Northern midland and mountainous regions of Vietnam in the context of globalization", *International Conference of Vietnam and Southeast Asia in the context of globalization, Ho Chi Minh National University Publishing, page 1242-1258.*

5. Many authors, *Forty years of Ha Tuyen ethnic groups*, Ha Tuyen Provincial Party Committee published, 1985.

6. *Decision approving "Vietnam tourism development strategy to 2020, vision to 2030"*, on the page <http://vanban.chinhphu.vn/portal/page/portal>, accessed on June 27<sup>th</sup>, 2019.

7. *Summary of economic development of Tuyen Quang province in 2018*, on the page <http://www.tuyenquang.gov.vn/>, accessed on June 25<sup>th</sup>, 2019.

## **KHAI THÁC GIÁ TRỊ ẨM THỰC TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI TUYÊN QUANG**

**Nguyễn Thị Quế Loan**

*Trường Đại học Sư phạm Thái Nguyên*

**Trần Thị Hoài Linh**

*Trường Ngôn ngữ Quốc tế*

### **Tóm tắt**

Ẩm thực là một trong những yếu tố thể hiện đậm trung văn hóa của người dân tộc và có tác động nhanh nhất đến người tiếp nhận. Do đó, khi đi du lịch đến bất kỳ địa điểm nào, ẩm thực luôn là yếu tố hấp dẫn đối với khách du lịch. Khai thác giá trị của văn hóa ẩm thực không chỉ mang lại lợi ích kinh tế, mà còn là cách bảo tồn và phát huy văn hóa hiệu quả và thiết thực nhất. Bài viết này đề cập đến tiềm năng ẩm thực trong du lịch; món ăn và đồ uống đặc trưng ở tỉnh Tuyên Quang. Trên cơ sở đó, đề xuất các giải pháp khai thác giá trị văn hóa ẩm thực để thu hút khách du lịch.

### **Từ khóa**

Du lịch, ẩm thực, đồ uống, Tuyên Quang.

## ĐẢM BẢO AN NINH TRẬT TỰ TẠI CÁC KHU DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG Ở TỈNH TUYÊN QUANG HIỆN NAY

Nguyễn Xuân Thủy, Đỗ Nam Sơn

Học viện Cảnh sát nhân dân, Hà Nội

### Tóm tắt

Hiện nay nhiều quốc gia coi du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn, du lịch ngày càng chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu GDP. Tuy nhiên, việc phát triển du lịch cũng là gia tăng các tệ nạn xã hội, tội phạm và mất ổn định tình hình an ninh trật tự ở các khu du lịch, tuyến du lịch, điểm du lịch. Bài viết phân tích khái quát chung nhất về việc đảm bảo an ninh trật tự tại các khu du lịch sinh thái cộng đồng tỉnh Tuyên Quang, từ đó đưa ra một số nội dung cơ bản và một số nhóm giải pháp nhằm đảm bảo an ninh trật tự tại các khu du lịch sinh thái cộng đồng. Góp phần nâng cao hiệu quả quản lý Nhà nước về du lịch trên địa bàn; phát triển du lịch sinh thái cộng đồng theo hướng bền vững, an ninh, an toàn cho du khách.

### Từ khóa

An ninh trật tự, du lịch, du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, sinh thái cộng đồng.

### 1. KHÁI QUÁT CHUNG VỀ ĐẢM BẢO AN NINH TRẬT TỰ TẠI CÁC KHU DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG Ở TUYÊN QUANG

Du lịch sinh thái cộng đồng đã và đang phát triển nhanh chóng trong những thập kỷ qua tại nhiều quốc gia trên thế giới. Đó là loại hình du lịch có khả năng phát triển bền vững với đặc trưng là dựa vào thiên nhiên, có kèm theo giáo dục và trình diễn môi trường thiên nhiên, có quản lý để bảo tồn sinh thái bền vững và gắn kết với cộng đồng dân cư. Tuy nhiên, để phát triển loại hình du lịch sinh thái cộng đồng một cách bền vững không thể không gắn kết với yếu tố cộng đồng, vì thế khái niệm *Du lịch sinh thái cộng đồng* được sử dụng để đề cao sự tham gia của người dân địa phương vào quản lý và phát triển du lịch sinh thái. *Cộng đồng* ở đây được hiểu là cư dân bản địa, cư dân sống ở khu vực di sản nơi được tổ chức khai thác du lịch. Theo quy định của pháp luật hiện hành thì *du lịch cộng đồng* là loại hình du lịch được phát triển trên cơ sở các giá trị văn hóa của cộng đồng, do cộng đồng dân cư quản lý, tổ chức khai thác và hưởng lợi. Còn *Du lịch sinh thái* là loại hình du lịch dựa vào thiên nhiên, gắn với bản sắc văn hóa địa phương, có sự tham gia của cộng đồng dân cư, kết hợp giáo dục về bảo vệ môi trường<sup>170</sup>.

Loại hình du lịch sinh thái cộng đồng về thực chất là loại hình có quy mô không lớn, nhưng có tác dụng hòa nhập môi trường tự nhiên với điểm du lịch, khu du lịch và nền văn hóa cộng đồng dân cư ở đó. Chính loại hình du lịch này cũng là loại hình du lịch bền vững mà hiện nay Tổ chức Du lịch Thế giới đã khẳng định đối với các hoạt động du lịch nhằm vừa đáp ứng các nhu cầu hiện tại của du khách cùng người dân ở vùng có du khách đến thăm quan, nghỉ dưỡng... đồng thời chú trọng tới việc tôn tạo nhằm bảo tồn các nguồn tài nguyên du lịch để có điều kiện phát triển hoạt động của du lịch trong tương lai. Tuy nhiên, trong xu thế toàn cầu hóa những vấn đề khủng bố, xung đột sắc tộc tôn giáo, an toàn hàng không, an toàn hàng hải, biến đổi khí hậu,

<sup>170</sup> Điều 3, Luật Du lịch năm 2017

thiên tai, bão lũ, dịch bệnh... đã và đang tạo ra những phức tạp mới về an ninh trật tự trong hoạt động du lịch, đặt ra thách thức rất lớn đối với ngành Du lịch nói chung, du lịch sinh thái cộng đồng nói riêng. Điển hình như: Khủng bố tại bãi biển Tunisia ngày 26/6/2015; vụ đánh bom ở Thái Lan ngày 17/8/2015; dịch bệnh Mers Cov bùng phát ở Hàn Quốc 5/2015; lũ lụt ở Quảng Ninh xảy ra vào tháng 7/2015; đang diễn ra dịch bệnh Zika và gần đây là dịch tả lợn Châu Phi<sup>171</sup> ... Những sự kiện này đã đặt ra nhu cầu cấp thiết cho việc tăng cường cảnh giác, giám sát và các biện pháp đảm bảo an ninh, an toàn cho người dân, du khách cũng như cơ sở lưu trú tại các địa bàn du lịch sinh thái cộng đồng ở Tuyên Quang.

Tuyên Quang là tỉnh miền núi phía Đông Bắc, cách thủ đô Hà Nội khoảng 165 km, phía Bắc giáp tỉnh Hà Giang, phía Đông giáp tỉnh Bắc Kạn, Thái Nguyên, phía Tây giáp tỉnh Yên Bái và phía Nam giáp tỉnh Vĩnh Phúc, Phú Thọ. Khí hậu Tuyên Quang được chia thành 4 mùa rõ rệt: Xuân, Hạ, Thu, Đông; trong đó mùa Đông khô, lạnh và mùa Hạ nóng, ẩm, mưa nhiều. Lượng mưa trung bình năm 1.500mm - 1.800mm, nhiệt độ trung bình 22°C - 24°C, độ ẩm bình quân năm 85%. Diện tích đất tự nhiên 5.867km<sup>2</sup>. Nền đất có kết cấu tốt nên thuận lợi cho các công trình công nghiệp và kết cấu hạ tầng<sup>172</sup>.

Tuyên Quang được Bác Hồ và Trung ương Đảng chọn làm căn cứ Cách mạng để lãnh đạo toàn dân tộc tiến hành Tổng khởi nghĩa Tháng tám giành chính quyền về tay nhân dân, lập nên nước Việt Nam Dân chủ Cộng hòa. Đến thời kỳ kháng chiến chống thực dân Pháp xâm lược, Tuyên Quang một lần nữa được Trung ương Đảng, Bác Hồ chọn là trung tâm đầu não kháng chiến. Bởi vậy, toàn tỉnh có 546 di tích lịch sử, văn hóa và danh thắng. Trong đó có 435 di tích lịch sử cách mạng, kháng chiến được ví như một “Bảo tàng cách mạng” của cả nước.

Tân Trào là xã nằm ở Đông Bắc huyện Sơn Dương, gắn liền với tên tuổi sự nghiệp vị lãnh tụ vĩ đại của Cách mạng Việt Nam, danh nhân văn hóa thế giới, Hồ Chí Minh. Đến nay Tân Trào có trên 17 di tích. Nơi đây đã ghi lại những sự kiện lịch sử hào hùng của ngày đầu thành lập nước Việt Nam Dân chủ Cộng hòa. Những di tích chính của Tân Trào gồm: Lán Nà Lừa, cây đa Tân Trào, đình Tân Trào, đình Hồng Thái... Cùng với những di tích lịch sử ghi dấu ấn cuộc kháng chiến thần thánh của dân tộc ta suốt 9 năm trường kỳ. Khu di tích văn hóa - lịch sử và sinh thái quốc gia Tân Trào là tâm điểm của những chuyến du lịch về nguồn<sup>173</sup>. Tuyên Quang được ví là hình ảnh thu nhỏ của vùng văn hóa Việt Bắc. Những giá trị văn hóa truyền thống của các dân tộc thiểu số ở tỉnh thể hiện trong đời sống tinh thần khá rõ nét. Đó là những quan niệm và cách giải thích về vũ trụ, các nghi lễ như: Thờ cúng tổ tiên, cúng chữa bệnh, cưới hỏi... Đồng bào các dân tộc thiểu số trong tỉnh đã tạo dựng được một kho tàng dân ca, dân vũ hết sức phong phú, đặc sắc như: làn điệu Then, Cọi, Quan làng (dân tộc Tày), Páo dung (dân tộc Dao), Sinh ca (dân tộc Cao Lan), Soọng cô (dân tộc Sán Dìu)... Về lễ hội, có nhiều sắc thái văn hóa rất đặc trưng và đa dạng, tiêu biểu là những lễ hội dân gian thường được tổ chức sau tết Nguyên Đán với phần “lễ” diễn ra hết sức trang trọng và phần “hội” đậm đà truyền thống, như Lễ hội Lồng tồng, Lễ hội Nhảy lửa... Với một vị trí địa lý đặc biệt bản lề nối hai vùng Đông và Tây Bắc Bộ, trải dài từ Bắc xuống Nam, cùng với các nguồn tài nguyên thiên nhiên, truyền thống, lịch sử, văn hóa, cách mạng, Tuyên Quang có nhiều điều kiện để phát triển tốt các loại hình du lịch... Từ lâu Di tích quốc gia đặc biệt Tân Trào đã là địa chỉ đỏ không thể thiếu cho các hoạt động du lịch về nguồn.

<sup>171</sup> <https://www.nhandan.com.vn/chinhtri/item/40431902-no-luc-bao-dam-an-ninh-chinh-tri-trat-tu-an-toan-xa-hoi.html>

<sup>172</sup> [http://www.tuyenquang.gov.vn/tgt28p1\\_dieu-kien-tu-nhien-html](http://www.tuyenquang.gov.vn/tgt28p1_dieu-kien-tu-nhien-html)

<sup>173</sup> [http://www.tuyenquang.gov.vn/tgt33p1\\_di-tich-lich-su-html](http://www.tuyenquang.gov.vn/tgt33p1_di-tich-lich-su-html)

Na Hang cùng các sản phẩm du lịch sinh thái, Mỹ Lâm với nguồn suối khoáng nóng độc đáo cho du lịch nghỉ dưỡng, ... cùng các hệ thống đình đền chùa nổi tiếng linh thiêng, Tuyên Quang đã và đang trở thành điểm đến ưa thích của du khách trong và ngoài nước. Theo Kế hoạch số 51/KH-UBND ngày 23/6/2016 về phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang giai đoạn 2016-2020 của UBND tỉnh Tuyên Quang, tỉnh thực hiện xây dựng cơ sở hạ tầng kỹ thuật du lịch tương đối đồng bộ tại các khu, điểm du lịch trọng điểm, phấn đấu đến năm 2020 đón 1,7 triệu lượt khách du lịch. Triển khai có hiệu quả Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030; hoàn thành quy hoạch chi tiết các khu, điểm du lịch trên địa bàn tỉnh. Tập trung huy động các nguồn lực đầu tư hạ tầng thiết yếu vào các khu du lịch của tỉnh như Khu du lịch quốc gia Tân Trào; Khu du lịch trung tâm thành phố Tuyên Quang và phụ cận; Khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm và vùng phụ cận; Khu du lịch sinh thái Na Hang. Đẩy mạnh thu hút các doanh nghiệp, các thành phần kinh tế đầu tư, khai thác và phát triển các loại hình du lịch lịch sử văn hóa, nghỉ dưỡng, sinh thái, tâm linh, du lịch cộng đồng. Cùng cố, nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước về công tác du lịch; phát triển và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ du lịch<sup>174</sup>.

Thời gian qua, mặc dù công tác đảm bảo an ninh an toàn trong hoạt động du lịch ở tỉnh Tuyên Quang đã đạt nhiều kết quả tích cực, góp phần thúc đẩy ngành Du lịch phát triển. Song việc đảm bảo an ninh trật tự vẫn đứng trước nhiều khó khăn, thách thức và tồn tại nhiều hạn chế, bất cập; công cuộc phòng chống tội phạm ở các địa bàn du lịch chưa được đẩy mạnh bởi nguồn lực có hạn. Cùng với sự phát triển của ngành Du lịch trên cả nước nói chung, du lịch sinh thái cộng đồng ở Tuyên Quang nói riêng, tại các địa bàn, tuyến, điểm du lịch nảy sinh nhiều vấn đề liên quan đến an ninh trật tự như: Tệ nạn về ma túy, mại dâm, trộm cắp, cướp giật, tai nạn giao thông, ngộ độc thực phẩm, ô nhiễm môi trường,...; tội phạm xuất hiện ngày càng nhiều ở các địa bàn, tuyến, điểm du lịch hoạt động với tính chất, mức độ nghiêm trọng hơn. Nhiều đối tượng lợi dụng du lịch đã tiến hành các hoạt động xâm phạm an ninh quốc gia, vi phạm trật tự an toàn xã hội. Mặt khác, lực lượng làm công tác đảm bảo an ninh, an toàn trong hoạt động du lịch còn hạn chế; sự phối kết hợp giữa các ngành liên quan về đảm bảo an ninh, an toàn trong hoạt động du lịch chưa chặt chẽ; nhận thức của doanh nghiệp, du khách, dân cư về đảm bảo an ninh trật tự và an toàn xã hội chưa đầy đủ; các biện pháp giải quyết chưa triệt để, chưa có chế tài mạnh. Những nhân tố trên đã và đang tác động, ảnh hưởng trực tiếp đến môi trường du lịch tại các địa phương trong đó có Tuyên Quang. Vì vậy việc đảm bảo an ninh trật tự trong hoạt động du lịch sinh thái cộng đồng ở Tuyên Quang là cần thiết nhằm giải quyết những tồn tại, bất cập hiện nay; đảm bảo an ninh trật tự, an toàn trong du lịch; xây dựng môi trường du lịch an toàn, lành mạnh, thân thiện, văn minh; thúc đẩy du lịch Tuyên Quang phát triển nhanh và bền vững, góp phần đẩy mạnh tăng trưởng kinh tế - xã hội của tỉnh Tuyên Quang trong thời gian tới.

## **2. NỘI DUNG ĐẢM BẢO AN NINH TRẬT TỰ TẠI CÁC KHU DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG Ở TUYÊN QUANG**

### **2.1. Đảm bảo an ninh trong hoạt động du lịch**

Đảm bảo an ninh trong hoạt động du lịch là việc giữ vững sự ổn định các hoạt động du lịch hợp pháp; phòng ngừa, phát hiện, đấu tranh, ngăn chặn, làm thất bại mọi âm mưu, nguy cơ đe dọa đến sự tồn tại và phát triển của du lịch, bao gồm:

<sup>174</sup> [http://www.tuyenquang.gov.vn/tgt32p1\\_truyen-thong-van-hoa-html](http://www.tuyenquang.gov.vn/tgt32p1_truyen-thong-van-hoa-html)



*Một là*, đảm bảo an ninh chính trị, an ninh kinh tế, an ninh nội bộ của các đơn vị, tổ chức kinh doanh du lịch, các cơ quan, đơn vị liên quan đến du lịch như: Các cơ sở lưu trú, công ty lữ hành, công ty vận tải, cơ sở ăn uống, trung tâm vui chơi giải trí, các liên doanh, hợp tác về du lịch và các cơ quan, đoàn thể liên quan... không để thế lực bên ngoài lợi dụng hoạt động du lịch để phá hoại kinh tế, chuyển hóa chính trị, tư tưởng trong nội bộ các đơn vị, tổ chức, cá nhân.

*Hai là*, đảm bảo an ninh cho các khu du lịch, tuyến du lịch, an ninh ở các địa bàn du lịch biển, du lịch văn hóa, du lịch tâm linh...; phòng ngừa các đối tượng du khách lợi dụng du lịch truyền đạo trái phép, phát tán tài liệu phản động, hoạt động sai mục đích, vi phạm pháp luật, xâm phạm an ninh quốc gia<sup>175</sup>.

*Ba là*, đảm bảo an ninh văn hóa, giữ gìn bản sắc dân tộc của địa phương; bảo vệ tài nguyên du lịch trên địa bàn của tỉnh. Đảm bảo an ninh con người trong ngành Du lịch, không để bị lôi kéo, mua chuộc, tham gia vào các tổ chức phản động, xâm phạm an ninh quốc gia.

*Bốn là*, đảm bảo an ninh trong các dự án đầu tư nước ngoài về du lịch, an ninh tại các điểm du lịch, khu du lịch, địa bàn du lịch; phòng ngừa thế lực bên ngoài tổ chức xây dựng căn cứ, tập hợp lực lượng chống phá.

*Năm là*, đảm bảo an ninh thông tin phòng ngừa tác động lôi kéo qua Internet, điện thoại để kích động biểu tình bạo loạn; quản lý chặt các hoạt động mua bán, vận chuyển vũ khí, chất cháy, vật liệu nổ.

*Sáu là*, đảm bảo an ninh các sự kiện, lễ hội truyền thống, phi truyền thống mang tầm quốc gia và quốc tế tổ chức tại địa phương; kịp thời ngăn chặn các hoạt động phá hoại làm ảnh hưởng xấu đến môi trường du lịch.

*Bảy là*, đảm bảo thực hiện đúng chủ trương chính sách về lưu trú, lữ hành và các hoạt động du lịch khác; chủ động nắm tình hình các hoạt động lưu trú, các hoạt động lữ hành nhằm phòng ngừa, phát hiện, ngăn chặn, xử lý kịp thời sai phạm của du khách và doanh nghiệp trong các hoạt động lưu trú, lữ hành.

*Tám là*, đảm bảo trật tự xã hội, trật tự công cộng, phòng chống, trấn áp các loại tội phạm như cướp giật, trộm cắp, ma túy, lừa đảo, tội phạm có tổ chức, tội phạm quốc tế...; bài trừ các tệ nạn xã hội như ma túy, hút chích, rượu chè, mại dâm, cờ bạc, cá độ, lô đề...

## 2.2. Đảm bảo an toàn trong các hoạt động du lịch

Đảm bảo an toàn trong hoạt động du lịch là làm cho các hoạt động du lịch được diễn ra bình thường, thuận lợi, không xảy ra các sự cố nguy hiểm, đe dọa đến tính mạng, sức khỏe, tài sản của du khách, tổ chức và cá nhân kinh doanh du lịch, không ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường tự nhiên - xã hội, cộng đồng dân cư trên địa bàn du lịch. Theo đó, việc đảm bảo an toàn trong du lịch phải tập trung giải quyết những nội dung sau:

*Một là*, bảo vệ những hoạt động du lịch hợp pháp, những lợi ích chính đáng của du khách và người dân; bảo vệ những giá trị, lợi ích quốc gia có liên quan đến du lịch (giá trị lịch sử, văn hóa, bản sắc dân tộc, ...) <sup>176</sup>.

*Hai là*, bảo vệ an toàn tính mạng, tài sản của du khách, dân cư; bảo vệ an toàn cơ sở vật chất của các đơn vị kinh doanh du lịch; bảo vệ an toàn các công trình du lịch, thể thao biển, khu

<sup>175</sup> Kế hoạch số 03/TCDL ngày 19/8/2004 của Tổng cục Du lịch về phòng chống khủng bố của ngành Du lịch

<sup>176</sup> Xem thêm Luật Du lịch năm 2017

du lịch, tuyến điểm du lịch; bảo vệ an toàn hồ đập, khu sinh thái rừng, khu bảo tồn biển; bảo vệ tài sản của các cơ quan, tổ chức có liên quan đến du lịch.

*Ba là*, phòng chống cháy nổ và cứu hộ, cứu nạn; phòng chống dịch bệnh, thiên tai và cấp cứu, cứu thương; tôn tạo và giữ gìn môi trường du lịch trong sạch, văn minh.

*Bốn là*, xử lý triệt để các tệ nạn, các hiện tượng tiêu cực phát sinh trên địa bàn, tuyến, điểm trọng điểm về du lịch; không có tranh chấp trong mua bán dịch vụ du lịch, không tranh giành khách, cò mồi, ép giá; không có bán hàng rong, ăn xin chèo kéo, đeo bám du khách; không phóng uế, xả thải bừa bãi...ở các khu, điểm du lịch công cộng<sup>177</sup>.

*Năm là*, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, không để xảy ra tình trạng ngộ độc thực phẩm tại các khu, điểm du lịch; không kinh doanh, mua bán hải, đặc sản địa phương kém chất lượng, quá hạn sử dụng, không rõ nguồn gốc xuất xứ.

*Sáu là*, đảm bảo an toàn các hoạt động vui chơi, giải trí, nghỉ dưỡng của du khách; an toàn cho du khách khi tham gia hoạt động trải nghiệm...Thể hiện tốt quy tắc văn hóa ứng xử trong giao tiếp với du khách, vận chuyển hành khách, kinh doanh dịch vụ du lịch và trong giải quyết, xử lý các tình huống không để xảy ra khiếu nại, phản ánh gây bất bình của du khách; hỗ trợ thông tin du khách<sup>178</sup>.

*Bảy là*, xây dựng lực lượng sẵn sàng giải quyết các vấn đề về an ninh, an toàn đáp ứng nhu cầu nhanh nhạy trong quá trình xử lý; đảm bảo an toàn trong xây dựng, thực hiện đúng thiết kế, quy hoạch; đảm bảo an toàn trong lao động, giải quyết quyền lợi chính đáng, hợp pháp cho người lao động.

### **3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM TĂNG CƯỜNG ĐẢM BẢO AN NINH TRẬT TỰ TẠI CÁC KHU DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG Ở TUYÊN QUANG HIỆN NAY**

#### **3.1. Nhóm giải pháp về cơ chế, chính sách**

Đây là giải pháp mang tính nguyên tắc tạo khuôn khổ pháp lý cho công tác đảm bảo an ninh, an toàn trong hoạt động du lịch. Cụ thể là:

*Một là*, xây dựng, bổ sung, hoàn thiện và ban hành các văn bản quy định về an ninh, an toàn trong hoạt động du lịch; các chế tài xử lý vi phạm trong hoạt động du lịch sinh thái cộng đồng<sup>179</sup>.

*Hai là*, xây dựng và ban hành các quy định, tiêu chuẩn về an ninh, an toàn và quy tắc ứng xử tại các địa bàn du lịch, khu du lịch, các tuyến, điểm du lịch; quy định an ninh, an toàn trong các doanh nghiệp du lịch.

*Ba là*, Xây dựng quy chế phối hợp giữa các đơn vị có liên quan đến đảm bảo an ninh, an toàn trong hoạt động du lịch sinh thái cộng đồng. Nhằm phát huy sức mạnh của cả cộng đồng dân cư.

<sup>177</sup> Nghị quyết số 92/NQ-CP ngày 08/12/2014 của Chính phủ về một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch Việt Nam trong thời kỳ mới.

<sup>178</sup> Nghị quyết số 92/NQ-CP ngày 08/12/2014 của Chính phủ về một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch Việt Nam trong thời kỳ mới.

<sup>179</sup> Chỉ thị số 14/CT-TTg ngày 02/7/2015 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường hiệu lực quản lý nhà nước, tập trung khắc phục yếu kém, thúc đẩy phát triển du lịch.

### 3.2. Nhóm giải pháp về tuyên truyền, giáo dục nâng cao nhận thức

Đây là giải pháp cơ bản, lâu dài nhằm nâng cao ý thức của các chủ thể tham gia công tác đảm bảo an ninh, an toàn trong hoạt động du lịch. Cụ thể là:

*Một là*, tuyên truyền, phổ biến và cung cấp thông tin cho người dân, du khách, các nhà quản lý, doanh nghiệp du lịch qua các phương tiện thông tin đại chúng về các quy định của pháp luật có liên quan đến việc đảm bảo an ninh, trật tự, an toàn xã hội và các nguy cơ đe dọa đến an ninh, an toàn trong các du lịch nói chung, du lịch sinh thái cộng đồng nói riêng<sup>180</sup>.

*Hai là*, phát triển các chương trình chủ động và giáo dục cho dân cư, du khách, việc tuân thủ nghiêm túc pháp luật và các quy định về an ninh trật tự, an toàn trong du lịch sinh thái cộng đồng. Cụ thể như: các biện pháp phòng ngừa tội phạm; phòng cháy, chữa cháy, cứu hộ, cứu nạn; cung cấp thông tin tố giác ...

*Ba là*, xây dựng và phổ biến các chương trình giáo dục an ninh, an toàn và đào tạo cho cán bộ, nhân viên trong ngành Du lịch để họ có thể đưa ra thông tin chính xác cho du khách về tình hình an ninh, an toàn tại các điểm du lịch, có thể xử lý khi tình huống mất an ninh, an toàn xảy ra.

*Bốn là*, tuyên truyền, vận động quần chúng thực hiện phong trào toàn dân bảo vệ an ninh tổ quốc; thực hiện chương trình tình nguyện, chương trình giáo dục về phòng ngừa đấu tranh chống tội phạm, xóa bỏ tệ nạn xã hội; xây dựng và giữ gìn môi trường lành mạnh, an ninh, an toàn, văn minh; văn hóa ứng xử đối với du khách<sup>181</sup>.

*Năm là*, cung cấp thông tin chính xác cho các lực lượng chức năng về tình hình hoạt động của các đơn vị kinh doanh du lịch; tình hình du khách đến tham quan các khu du lịch, điểm du lịch; tình hình an ninh, trật tự, an toàn xã hội tại các địa bàn du lịch. Công khai danh sách các đơn vị kinh doanh du lịch đạt chuẩn và đơn vị vi phạm quy định, khuyến khích du khách nên đến các đơn vị đạt chuẩn và khuyến khích đơn vị có cách thức cải thiện tình hình an ninh trật tự.

### 3.3. Nhóm giải pháp về tổ chức, quản lý và nguồn nhân lực

Đây là giải pháp quan trọng nhằm nâng cao năng lực của bộ máy quản lý và thực thi pháp luật; nâng cao hiệu quả công tác đảm bảo an ninh, an toàn trong hoạt động du lịch; khắc phục những hạn chế, bất cập trong công tác đảm bảo an ninh, an toàn trong hoạt động du lịch. Cần tập trung một số giải pháp sau:

*Một là*, thành lập đội công tác liên ngành để giải quyết tất cả các vấn đề liên quan đến đảm bảo an ninh, an toàn trong du lịch sinh thái cộng đồng của tỉnh Tuyên Quang; hướng đến giao cho địa phương tự thành lập các đội, trạm dân phòng cơ động nhằm xử lý kịp thời những trường hợp mất an ninh, an toàn xảy ra<sup>182</sup>.

*Hai là*, tăng cường, bổ sung nguồn nhân lực trong các đơn vị chức năng thực hiện đảm bảo an ninh, an toàn tại các địa bàn du lịch, đội ngũ thực thi pháp luật nhằm xử lý các hành vi vi phạm kịp thời.

<sup>180</sup> Công văn số 1712/BVHTTDL-TCDL ngày 13/5/2013 của Tổng cục Du lịch về việc tăng cường công tác đảm bảo an ninh, an toàn cho khách du lịch.

<sup>181</sup> Chỉ thị số 14/CT-TTg ngày 02/7/2015 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường hiệu lực quản lý nhà nước, tập trung khắc phục yếu kém, thúc đẩy phát triển du lịch.

<sup>182</sup> Công văn số 1712/BVHTTDL-TCDL ngày 13/5/2013 của Tổng cục Du lịch về việc tăng cường công tác đảm bảo an ninh, an toàn cho khách du lịch.

*Ba là*, đào tạo, tập huấn cho đội ngũ cán bộ ngành Du lịch vừa có trình độ chuyên môn đồng thời có ý thức chính trị, vừa đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch vừa thực hiện nhiệm vụ bảo vệ an ninh trật tự, an toàn xã hội; Tăng cường trao đổi kinh nghiệm, chia sẻ thông tin nghiệp vụ thông qua hội thảo, hội nghị khoa học, khảo sát thực tiễn ở trong và ngoài nước. Mặt khác, đào tạo, tập huấn cho đội ngũ cán bộ chuyên trách, bán chuyên trách đảm bảo an ninh trật tự, an toàn xã hội vừa có trình độ nghiệp vụ an ninh, am hiểu nghiệp vụ du lịch sinh thái cộng đồng đồng thời có trình độ ngoại ngữ, có khả năng giao tiếp ứng xử với du khách quốc tế nhằm hỗ trợ hiệu quả hơn cho du khách.

*Bốn là*, tăng cường công tác quản lý, hướng dẫn, kiểm tra, thanh tra các cá nhân, doanh nghiệp kinh doanh du lịch<sup>183</sup> về an ninh, an toàn theo quy định nhằm phát hiện, ngăn chặn và xử lý kịp thời các hoạt động vi phạm và các vụ việc phức tạp xảy ra ở địa bàn du lịch; Tăng cường công tác tuần tra, kiểm soát, quản lý môi trường du lịch đảm bảo an ninh trật tự, an toàn cho du khách trên các địa bàn.

*Năm là*, xây dựng kế hoạch cụ thể, chuẩn bị ứng phó với các tình huống xấu có thể xảy ra đối với du khách trong các đợt cao điểm; xây dựng phương án tuần tra, túc trực nhằm ngăn chặn, phát hiện và xử lý kịp thời các hành vi vi phạm gây ảnh hưởng đến an toàn tính mạng và tài sản của du khách.

### **3.4. Nhóm giải pháp về kinh phí, phương tiện, công cụ hỗ trợ và các điều kiện đảm bảo khác**

Đây là giải pháp quan trọng, thường xuyên quyết định tính khả thi đảm bảo an ninh, an toàn và hỗ trợ cho du khách trong hoạt động du lịch, bao gồm:

*Một là*, Tăng kinh phí nhằm tăng sự hiện diện rộng lớn và mạnh mẽ hơn của lực lượng làm công tác an ninh, an toàn sẵn sàng giải quyết các vấn đề về an ninh trật tự, đáp ứng yêu cầu nhanh nhạy trong quá trình xử lý tại khu vực có khách du lịch<sup>184</sup>.

*Hai là*, Hỗ trợ phương tiện như xe tuần tra, hệ thống máy bộ đàm, roi điện, đèn pin nghiệp vụ... cho lực lượng làm công tác an ninh, an toàn tuần tra tại các khu vực tập trung nhiều du khách.

*Ba là*, Trang bị các thiết bị, phương tiện đảm bảo an toàn và phòng ngừa tội phạm như: Lắp đặt các biển báo nguy hiểm, biển cảnh báo, biển hướng dẫn, hệ thống camera cố định và hệ thống an ninh khác tại các tuyến, điểm du lịch, nhất là nơi tập trung nhiều du khách<sup>185</sup>.

*Bốn là*, Xây dựng các chốt đảm bảo an ninh trật tự, cung cấp thông tin, hướng dẫn hỗ trợ cho du khách như: Dịch vụ thông tin du lịch, bản đồ du lịch, sổ tay du lịch, danh bạ du lịch, điện thoại đường dây nóng, website du lịch, tủ thuốc y tế... và các chương trình hỗ trợ khác cho du khách trên các tuyến đường du lịch.

*Năm là*, Xã hội hóa kinh phí phục vụ công tác đảm bảo an ninh, an toàn du lịch từ các nguồn hỗ trợ, đóng góp, đầu tư của các cơ quan, tổ chức, cá nhân trong và ngoài tỉnh.

<sup>183</sup> Chỉ thị số 14/CT-TTg ngày 02/7/2015 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường hiệu lực quản lý nhà nước, tập trung khắc phục yếu kém, thúc đẩy phát triển du lịch.

<sup>184</sup> Chỉ thị số 14/CT-TTg ngày 02/7/2015 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường hiệu lực quản lý nhà nước, tập trung khắc phục yếu kém, thúc đẩy phát triển du lịch.

<sup>185</sup> Công văn số 64/ĐK:HT ngày 15/8/2013 của Tổng cục An ninh II - Bộ Công an về đảm bảo an ninh, an toàn cho khách du lịch.

### 3.5. Nhóm giải pháp đẩy mạnh công tác phòng chống tội phạm và thực thi pháp luật của các lực lượng đảm bảo an ninh trật tự tại các khu du lịch sinh thái cộng đồng

*Một là*, tăng cường nắm tình hình, giải quyết các vấn đề phức tạp về an ninh trật tự và vấn đề phức tạp khác liên quan đến hoạt động của các cá nhân, doanh nghiệp kinh doanh du lịch tại các địa bàn du lịch.

*Hai là*, thi hành hiệu quả các biện pháp an ninh tại các điểm du lịch theo quy định của pháp luật. Tăng cường nhân sự, các trang thiết bị, phương tiện kỹ thuật giám sát an ninh<sup>186</sup>.

*Ba là*, giải quyết tệ nạn xã hội như ma túy, mại dâm; ngăn chặn tai nạn giao thông; xả thải gây ô nhiễm môi trường; xử lý các hiện tượng tiêu cực và các hành vi vi phạm pháp luật khác<sup>187</sup>.

*Bốn là*, tăng cường phối hợp giữa các sở, ban, ngành về đảm bảo an ninh, trật tự trong du lịch, huy động sức mạnh tổng hợp của các lực lượng tham gia thông qua các đợt cao điểm tấn công trấn áp tội phạm, quy chế phối hợp giữa các ngành về đảm bảo an ninh, an toàn trong du lịch. Trong đó, chú trọng thực hiện hiệu quả Nghị định số 77/2010/NĐ-CP của Chính phủ về Phối hợp giữa lực lượng công an và quân sự trong thực hiện nhiệm vụ bảo vệ an ninh quốc gia, giữ gìn trật tự an toàn xã hội.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Luật Du lịch, năm 2017.
2. <https://www.nhandan.com.vn/chinhtri/item/40431902-no-luc-bao-dam-an-ninh-chinh-tri-trat-tu-an-toan-xa-hoi.html>.
3. <http://www.tuyenquang.gov.vn/tgt33p1-html>.
4. Nghị quyết số 92/NQ-CP ngày 08/12/2014 của Chính phủ về một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch Việt Nam trong thời kỳ mới.
5. Chỉ thị số 18/CT-TTg ngày 04/9/2013 của Thủ tướng Chính phủ về công tác quản lý môi trường du lịch, đảm bảo an ninh, an toàn cho khách du lịch.
6. Chỉ thị số 14/CT-TTg ngày 02/7/2015 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường hiệu lực quản lý nhà nước, tập trung khắc phục yếu kém, thúc đẩy phát triển du lịch.
7. Công văn số 4297/BVHTTDL-TTr ngày 15/12/2011 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch về việc đảm bảo điều kiện môi trường du lịch.
8. Công văn số 64/ĐK:HT ngày 15/8/2013 của Tổng cục An ninh II - Bộ Công an về đảm bảo an ninh, an toàn cho khách du lịch.
9. Kế hoạch số 03/TCDL ngày 19/8/2004 của Tổng cục Du lịch về phòng chống khủng bố của ngành Du lịch.
10. Công văn số 1712/BVHTTDL-TCDL ngày 13/5/2013 của Tổng cục Du lịch về việc tăng cường công tác đảm bảo an ninh, an toàn cho khách du lịch.
11. Công văn số 473/TCDL-LH ngày 16/5/2014 của Tổng cục Du lịch về việc tăng cường công tác quản lý, đảm bảo an ninh, an toàn cho du khách.

<sup>186</sup> Công văn số 64/ĐK:HT ngày 15/8/2013 của Tổng cục An ninh II - Bộ Công an về đảm bảo an ninh, an toàn cho khách du lịch.

<sup>187</sup> Chỉ thị số 14/CT-TTg ngày 02/7/2015 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường hiệu lực quản lý nhà nước, tập trung khắc phục yếu kém, thúc đẩy phát triển du lịch.

## ENSURING THE SECURITY AND SOCIAL ORDER AT THE COMMUNITY ECOTOURISM AREA IN TUYEN QUANG PROVINCE NOWADAY

Nguyen Xuan Thuy, Do Nam Son  
*The People Police Academy*

### Abstract

Currently many countries regard Tourism as a key economic sector, tourism has increasingly accounted for a large proportion of the GDP structure. However, tourism development is also an increase in social evils, crimes and instability of security and order situation in tourist areas, tourist routes and tourist spots. The article has analyzed the most general overview of order and security in community ecotourism sites in Tuyen Quang province, thereby this article gave some basic contents and some solutions to ensure security and order in community ecotourism areas. It also contributed to improving the efficiency of State management on tourism in the area; developing community ecotourism towards sustainability, security and safety for tourists.

### Keywords

Security and order, tourism, eco-tourism, community tourism, community ecology.

## NÂNG CAO HIỆU QUẢ QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG Ở TUYÊN QUANG HIỆN NAY

**Đỗ Vọng Linh**

*Học viện Cảnh sát nhân dân*

### Tóm tắt

Tuyên Quang là tỉnh có nhiều lợi thế so sánh về phát triển Du lịch sinh thái cộng đồng. Tuy nhiên, hoạt động quản lý Nhà nước trong lĩnh vực này còn bộc lộ nhiều tồn tại, hạn chế. Qua bài viết này, tác giả phân tích làm rõ một số vấn đề: nhận thức chung về du lịch sinh thái cộng đồng, vai trò của cộng đồng trong phát triển du lịch sinh thái; thực trạng tổ chức và hoạt động phát triển du lịch sinh thái cộng đồng ở Tuyên Quang; từ đó, tác giả đưa ra một số giải pháp căn bản nhằm nâng cao hiệu lực, hiệu quả công tác quản lý Nhà nước về du lịch sinh thái cộng đồng, góp phần tạo công ăn việc làm, xóa đói giảm nghèo và phát triển du lịch bền vững ở tỉnh Tuyên Quang hiện nay.

### Từ khóa

Du lịch, du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, sinh thái cộng đồng, quản lý nhà nước, quản lý nhà nước về du lịch.

## 1. KHÁI QUÁT CHUNG

### 1.1. Nhận thức chung về du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái cộng đồng

Du lịch cộng đồng là một loại hình du lịch do chính cộng đồng người dân phối hợp tổ chức, quản lý và làm chủ để đem lại lợi ích kinh tế và bảo vệ được môi trường chung thông qua việc giới thiệu với du khách các nét đặc trưng của địa phương (phong cảnh, văn hóa...) <sup>188</sup>. Du lịch cộng đồng dựa trên sự tò mò, mong muốn của khách du lịch để tìm hiểu thêm về cuộc sống hàng ngày của người dân từ các nền văn hóa khác nhau. Du lịch cộng đồng thường liên kết với người dân thành thị đến các vùng nông thôn để thưởng thức cuộc sống tại đó trong một khoảng thời gian nhất định.

Du lịch cộng đồng có nhiều hình thức hoạt động khác nhau, như: du lịch sinh thái, du lịch nông nghiệp, nông thôn du lịch, du lịch làng, du lịch dân tộc hay bản địa, và du lịch văn hóa. Ngoài ra, việc thúc đẩy nghệ thuật và hàng thủ công địa phương có thể là một thành phần quan trọng trong các dự án du lịch cộng đồng và trong các hình thức chủ đạo của ngành Du lịch.

Du lịch sinh thái là một hình thức du lịch diễn ra trong khu vực tự nhiên (đặc biệt là trong các khu vực cần được bảo vệ và môi trường xung quanh nó) và kết hợp tìm hiểu bản sắc văn hóa - xã hội của địa phương có sự quan tâm đến vấn đề môi trường. Nó thúc đẩy một hệ sinh thái bền vững thông qua một quá trình quản lý môi trường có sự tham gia của tất cả các bên liên quan. Du lịch sinh thái có thể kết hợp hài hòa và nâng cao hiệu quả kinh tế, lợi thế so sánh với các loại hình du lịch khác, như: du lịch văn hóa; du lịch thiên nhiên; du lịch nông nghiệp; du lịch bản địa/dân tộc; du lịch làng;... sự kết hợp này có thể gọi là du lịch sinh thái cộng đồng.

<sup>188</sup> Quý Châu Á và Viện Nghiên cứu, phát triển ngành nghề Nông thôn Việt Nam: Tài liệu hướng dẫn phát triển du lịch cộng đồng, Hà Nội, 2012.

Cộng đồng đóng vai trò rất quan trọng trong việc phát triển du lịch sinh thái cộng đồng bởi:

- Cộng đồng là những chủ nhân thực sự, những người am hiểu khu vực tổ chức du lịch sinh thái hơn ai hết. Những người bản địa, với sinh thái tự nhiên, họ biết vùng núi mình có cây gì, con gì quý hiếm. Với sinh thái nhân văn họ là chủ nhân của những phong tục tập quán, văn hóa của một vùng đất. Sự hiểu biết, am tường của người dân bản địa có vai trò rất quan trọng trong việc tổ chức du lịch sinh thái ở Tuyên Quang;

- Cộng đồng là những người bảo vệ tài nguyên du lịch sinh thái một cách bền vững và hiệu quả nhất. Mọi quan hệ giữa người dân bản địa và các nguồn tài nguyên thiên nhiên là một mối quan hệ gắn bó từ lâu đời. Ở nhiều nơi, người dân tại địa phương sử dụng tài nguyên thiên nhiên như phương tiện sống hay một kế sinh nhai của mình qua cách quản lý cục bộ và họ biết làm thế nào để bảo vệ, kiểm soát việc sử dụng tài nguyên thiên nhiên để tránh tình trạng tàn phá tài nguyên đó. Cư dân bản địa là những người sống với tài nguyên sinh thái qua nhiều thế hệ. Họ bảo vệ tài nguyên vì sự sống còn của cộng đồng và chính bản thân mình.

- Cộng đồng là yếu tố quan trọng bậc nhất cho du lịch sinh thái phát triển. Việc bảo tồn di sản luôn đi đôi với phát triển du lịch, nếu bảo tồn tốt thì sẽ thu hút du khách nhiều đến với du lịch sinh thái. Ngoài việc tham quan, du lịch đến với cảnh quan đẹp, đến với di tích lịch sử, văn hóa nổi tiếng, du khách ngày nay họ còn mong muốn được đến với thiên nhiên, đến với những sản phẩm du lịch mà ở đó việc bảo tồn thiên nhiên, tài nguyên và cảnh quan tự nhiên được bảo vệ tốt. Bên cạnh đó, du khách còn mong muốn hiểu biết những kiến thức bản địa, lối sống, văn hóa đích thực trực tiếp với người dân địa phương hơn là từ hướng dẫn viên du lịch từ nơi khác đến. Những lợi thế về kỹ năng, kinh nghiệm kiến thức bản địa của người địa phương khi được công nhận họ sẽ đóng góp tích cực hơn cho du lịch phát triển bền vững cũng như bảo tồn thiên nhiên tốt hơn.

## **1.2. Khái quát chung về lợi thế so sánh du lịch sinh thái cộng đồng tỉnh Tuyên Quang**

Tuyên Quang là tỉnh miền núi phía Đông Bắc, cách thủ đô Hà Nội khoảng 165 km, phía Bắc giáp tỉnh Hà Giang, phía Đông giáp tỉnh Bắc Kạn, Thái Nguyên, phía Tây giáp tỉnh Yên Bái và phía Nam giáp tỉnh Vĩnh Phúc, Phú Thọ. Khí hậu Tuyên Quang được chia thành 4 mùa rõ rệt: Xuân, Hạ, Thu, Đông; trong đó mùa Đông khô, lạnh và mùa Hạ nóng, ẩm, mưa nhiều. Lượng mưa trung bình năm 1.500-1.800 mm, nhiệt độ trung bình 22-24°C, độ ẩm bình quân năm 85%. Diện tích đất tự nhiên 5.867 km<sup>2</sup>. Nền đất có kết cấu tốt nên thuận lợi cho các công trình công nghiệp và kết cấu hạ tầng<sup>189</sup>.

Tuyên quang là tỉnh được chọn căn cứ cách mạng, là trung tâm đầu não kháng chiến. Trong toàn tỉnh có 546 di tích lịch sử, văn hóa và danh thắng cảnh. Trong đó có khoảng 435 di tích lịch sử cách mạng được ví như một Bảo tàng cách mạng của cả nước.

Tân Trào là xã nằm ở Đông Bắc huyện Sơn Dương, gắn liền với tên tuổi sự nghiệp vị lãnh tụ vĩ đại của Cách mạng Việt Nam, danh nhân văn hóa thế giới, Hồ Chí Minh. Đến nay Tân Trào có trên 17 di tích. Nơi đây đã ghi lại những sự kiện lịch sử hào hùng của ngày đầu thành lập nước Việt Nam Dân chủ Cộng hòa. Những di tích chính của Tân Trào gồm: Lán Nà Nưa, cây đa Tân Trào, đình Tân Trào, đình Hồng Thái... Cùng với những di tích lịch sử ghi dấu ấn cuộc

<sup>189</sup> [http://www.tuyenquang.gov.vn/tgt28p1\\_dieu-kien-tu-nhien-html](http://www.tuyenquang.gov.vn/tgt28p1_dieu-kien-tu-nhien-html)



kháng chiến thần thánh của dân tộc ta suốt 9 năm trường kỳ. Khu di tích văn hóa - lịch sử và sinh thái quốc gia Tân Trào là tâm điểm của những chuyến du lịch về nguồn<sup>190</sup>. Tuyên Quang được ví là hình ảnh thu nhỏ của vùng văn hóa Việt Bắc. Những giá trị văn hóa truyền thống của các dân tộc thiểu số ở tỉnh thể hiện trong đời sống tinh thần khá rõ nét. Đó là những quan niệm và cách giải thích về vũ trụ, các nghi lễ như: Thờ cúng tổ tiên, cúng chữa bệnh, cưới hỏi... Đồng bào các dân tộc thiểu số trong tỉnh đã tạo dựng được một kho tàng dân ca, dân vũ hết sức phong phú, đặc sắc như làn điệu Then, Cọi, Quan làng (dân tộc Tày), Páo dung (dân tộc Dao), Sinh ca (dân tộc Cao Lan), Soọng cô (dân tộc Sán Dìu)... Về lễ hội, có nhiều sắc thái văn hóa rất đặc trưng và đa dạng, tiêu biểu là những lễ hội dân gian thường được tổ chức sau tết Nguyên Đán với phần “lễ” diễn ra hết sức trang trọng và phần “hội” đậm đà truyền thống, như Lễ hội Lồng tồng, Lễ hội Nhảy lửa... Với một vị trí địa lý đặc biệt bản lề nối hai vùng Đông và Tây Bắc Bộ, trải dài từ Bắc xuống Nam, cùng với các nguồn tài nguyên thiên nhiên, truyền thống, lịch sử, văn hóa, cách mạng, Tuyên Quang có nhiều điều kiện để phát triển tốt các loại hình du lịch... Từ lâu Di tích quốc gia đặc biệt Tân Trào đã là địa chỉ đỏ không thể thiếu cho các hoạt động du lịch về nguồn. Na Hang cùng các sản phẩm du lịch sinh thái, Mỹ Lâm với nguồn suối khoáng nóng độc đáo cho du lịch nghỉ dưỡng,... cùng các hệ thống đình đền chùa nổi tiếng linh thiêng, Tuyên Quang đã và đang trở thành điểm đến ưa thích của du khách trong và ngoài nước.

## 2. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG TỈNH TUYÊN QUANG

### 2.1. Về tổ chức, bộ máy quản lý Nhà nước

Với tỉnh Tuyên Quang, tổ chức bộ máy quản lý nhà nước về du lịch được thực hiện phân cấp quản lý theo ngành dọc.

*Cấp tỉnh:* Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch là cơ quan chuyên môn thuộc Ủy ban nhân dân tỉnh thực hiện chức năng quản lý nhà nước về du lịch. Sở có Phòng Quản lý du lịch gồm 5 người, bao gồm: Trưởng phòng, 01 Phó trưởng phòng và các chuyên viên, có chức năng tham mưu Giám đốc Sở thực hiện quản lý nhà nước về lĩnh vực du lịch trên địa bàn tỉnh,

*Cấp huyện:* Phòng Văn hóa và Thông tin là phòng chuyên môn thuộc Ủy ban nhân dân huyện, do biên chế ít, do vậy các phòng bố trí 01 chuyên viên theo dõi lĩnh vực du lịch, có chức năng tham mưu với Ủy ban nhân dân cấp huyện hướng dẫn cơ sở thực hiện các cơ chế, chính sách về du lịch do tỉnh ban hành.

Cấp xã là cán bộ văn hóa - xã, phường, thị trấn. Tuyên Quang có 141 xã, phường, thị trấn, mỗi xã bố trí 01 cán bộ phụ trách lĩnh vực văn hóa - xã hội.

### 2.2. Về một số kết quả đạt được

Tổng số khách du lịch từ năm 2016 đến tháng 6/2018 là 4.171.500 lượt khách (Năm 2016, thu hút 1.440.500 lượt, đạt 101% kế hoạch năm, tăng 10% so với năm 2015; Năm 2017, thu hút 1.590.000 lượt khách khách, đạt 107% kế hoạch năm, tăng 10,4% so với năm 2016; Năm 2018, tổng thu khách du lịch đạt 1.556 tỷ đồng; đạt 103 kế hoạch năm, tăng 12,8% so với năm 2017<sup>191</sup>). Tổng doanh thu từ khách du lịch đạt 3.651 tỷ đồng; tạo việc làm cho khoảng 14.200 lao động

<sup>190</sup> [http://www.tuyenquang.gov.vn/tgt33p1\\_di-tich-lich-su-html](http://www.tuyenquang.gov.vn/tgt33p1_di-tich-lich-su-html)

<sup>191</sup> Báo cáo Sơ kết 02 năm thực hiện Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 06/10/2017 của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh Tuyên Quang.

ngành dịch vụ du lịch. Cơ sở hạ tầng kỹ thuật du lịch được đầu tư, nâng cấp tại các khu, điểm du lịch trọng điểm của tỉnh (Khu du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng và tắm khoáng Mỹ; Khu du lịch nghỉ dưỡng Na Hang; Điểm du lịch sinh thái Bản Ba; các điểm du lịch cộng đồng tại huyện Lâm Bình... Khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm, Khu du lịch sinh thái Na Hang và Khu du lịch lịch sử, văn hóa và sinh thái Tân Trào). Nhiều tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp tham gia đầu tư xây dựng các công trình dịch vụ, thương mại, các cơ sở thể dục thể thao và khu vui chơi giải trí trên địa bàn tỉnh như: Khách sạn Royal Palace; Khách sạn Mường Thanh; Trung tâm thương mại, dịch vụ, vui chơi giải trí và nhà phố Vincom Shop House<sup>192</sup>.

Thực hiện có hiệu quả quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030, hoàn thành quy hoạch tổng thể 3 khu du lịch: Khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm, Khu du lịch sinh thái Na Hang và Khu du lịch lịch sử, văn hóa và sinh thái Tân Trào. Hoàn thành quy hoạch một số điểm du lịch trên địa bàn huyện, thành phố. Thực hiện đầu tư các dự án theo Chương trình mục tiêu phát triển hạ tầng du lịch, nguồn vốn địa phương để cải tạo và nâng cấp phát triển hệ thống hạ tầng tại các khu, điểm du lịch: Dự án thuộc Chương trình mục tiêu phát triển hạ tầng du lịch: Hoàn thành đầu tư đường giao thông phân khu du lịch Lâm viên Phiêng Bung, thuộc Khu du lịch sinh thái Na Hang; đầu tư đường trục chính nối từ trung tâm xã Hồng Thái tiếp giáp với tỉnh Bắc Kạn và tuyến nhánh từ thôn Pắc Khoang tiếp giáp với tỉnh Bắc Kạn, thuộc Dự án Hạ tầng du lịch khu du lịch sinh thái Na Hang. Đầu tư hạ tầng điểm di tích thắng cảnh Động Tiên (Hàm Yên); Khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm (giai đoạn 2016-2020); Khu du lịch cộng đồng thuộc huyện Lâm Bình. Dự án thuộc nguồn ngân sách tỉnh: Dự án xây dựng hạ tầng kỹ thuật khu tái định cư (giai đoạn I) Khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm: Hạng mục công trình hoàn thành: cấp điện, điện chiếu sáng, đường giao thông nội bộ; hệ thống cấp nước, thoát nước<sup>193</sup>.

- Triển khai dự án đầu tư xây dựng kè chống sạt lở bờ suối Khuôn Pén khu vực vườn cây lưu niệm Khu Tân Trào thuộc Khu di tích quốc gia đặc biệt Tân Trào. Cải tạo đường mòn và đường men lên thác Bản Ba, xã Trung Hà, Chiêm Hóa, xây dựng bể bơi nhân tạo dưới chân thác phục vụ nhu cầu của du khách.

- Tiếp tục kêu gọi xúc tiến đầu tư phát triển và hoàn thiện Đề án phát triển Cụm du lịch sinh thái Núi Dùm - Cổng Trời; triển khai xây dựng Thiền viện Trúc Lâm Chính pháp Tuyên Quang; triển khai thực hiện dự án đầu tư xây dựng cầu Tình Húc, hai tuyến đường dọc sông Lô đầu nối với các tuyến Quốc lộ 37, Quốc lộ 2C và đường Hồ Chí Minh kết nối với đường cao tốc nối thành phố Tuyên Quang với đường cao tốc Hà Nội - Lào Cai...

- Thu hút một số doanh nghiệp lớn đầu tư và khai thác hoạt động du lịch tại các khu, điểm du lịch của tỉnh. Hình thành và phát triển các điểm du lịch du lịch cộng đồng của huyện Lâm Bình như các điểm du lịch cộng đồng: *Thôn Nà Tông, thôn Nà Đông (xã Thượng Lâm), thôn Nà Muông (xã Khuôn Hà) và thôn Nặm Đíp (xã Lãng Can)*. Với hình thức xã hội hóa và hỗ trợ kinh phí của Doanh nghiệp xây dựng Xuân Trường, tư vấn của Công ty cổ phần Tư vấn Bảo tồn Di sản Toàn Cầu<sup>194</sup> ...

<sup>192</sup> Báo cáo Kết quả công tác lãnh đạo, chỉ đạo và tổ chức thực hiện Kết luận số 28-KL/TU ngày 18/5/2016 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về nhiệm vụ, giải pháp phát triển du lịch giai đoạn 2016-2020.

<sup>193</sup> Báo cáo Kết quả công tác lãnh đạo, chỉ đạo và tổ chức thực hiện Kết luận số 28-KL/TU ngày 18/5/2016 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về nhiệm vụ, giải pháp phát triển du lịch giai đoạn 2016-2020.

<sup>194</sup> Báo cáo Kết quả công tác lãnh đạo, chỉ đạo và tổ chức thực hiện Kết luận số 28-KL/TU ngày 18/5/2016 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về nhiệm vụ, giải pháp phát triển du lịch giai đoạn 2016-2020.

- Công tác quản lý nhà nước về hoạt động du lịch được tăng cường. Chất lượng các dịch vụ và quản lý du lịch trên địa bàn từng bước được nâng lên. Đến nay, toàn tỉnh có 288 cơ sở lưu trú, với 2.946 phòng, 4.116 giường, trong đó có 37 khách sạn 1-2 sao và 01 khách sạn 4 sao; trên 200 nhà hàng ẩm thực có quy mô lớn<sup>195</sup>; 7 công ty lữ hành đang hoạt động đưa, đón phục vụ khách du lịch đến Tuyên Quang; dịch vụ vận chuyển khách du lịch đã có sự tham gia của doanh nghiệp, cá nhân trong và ngoài tỉnh, như: xe khách Bảo Yên, Hồng Thịnh, Cường An, 06 công ty kinh doanh dịch vụ taxi, 01 công ty kinh doanh dịch vụ xe buýt... quản lý 22 thẻ hướng dẫn viên du lịch; 02 điểm du lịch đạt tiêu chuẩn cấp biển hiệu phục vụ khách du lịch...

Thường xuyên nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. 100% cán bộ công chức làm công tác quản lý nhà nước được bồi dưỡng, tập huấn, nâng cao trình độ, chuyên môn nghiệp vụ.

### 2.3. Về xây dựng sản phẩm du lịch

Du lịch lịch sử, văn hóa Tân Trào: Đang tiến hành quy hoạch chi tiết các phân khu chức năng theo Quy hoạch tổng thể bảo quản, tu bổ, phục hồi và phát huy giá trị Di tích lịch sử quốc gia đặc biệt Tân Trào, tỉnh Tuyên Quang gắn với phát triển du lịch đến năm 2025 và Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Tân Trào, tỉnh Tuyên Quang đến năm 2030. Đây là điều kiện quan trọng thu hút đầu tư, nhằm đáp ứng các tiêu chí trở thành Khu du lịch quốc gia. Bên cạnh đó, công tác xúc tiến được tăng cường đầu tư như lập website riêng của Khu du lịch quốc gia song ngữ Việt - Anh; có trang bị phòng cung cấp thông tin trình chiếu phục vụ khách du lịch, phát hành tờ rơi, tập gấp, sách ảnh về khu du lịch, tổ chức tuyên truyền, hội thảo khẳng định giá trị khu di tích; thường xuyên bảo tồn, tôn tạo di tích; nâng cao chất lượng hướng dẫn, thuyết minh phục vụ du khách; mở rộng tuyên tham quan; đưa nhiều dịch vụ mới hỗ trợ phục vụ du khách.

Lễ hội Cam Sành: Tổ chức Hội chợ Cam Sành Hàm Yên lần thứ I (2017), lần thứ II (2018) thu hút được sự quan tâm của các doanh nghiệp, mở rộng liên kết, triển khai các dự án phát triển nông nghiệp, nông thôn và đặc biệt mở rộng thị trường giới thiệu phục vụ du khách mua sản phẩm Cam Sành. Thường xuyên giới thiệu Cam ở các gian hàng hội chợ, hội nghị...

Xây dựng nhãn hiệu (logo) "Nước khoáng thiên nhiên Mỹ Lâm" được Cục Sở hữu trí tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ cấp, là điều kiện thuận lợi để xây dựng thương hiệu sản phẩm. Khuyến khích các doanh nghiệp tạo dựng thương hiệu doanh nghiệp du lịch trên thị trường nhằm tạo thương hiệu điểm đến để khai thác tiềm năng du lịch của suối khoáng Mỹ Lâm, đồng thời nâng cao khả năng cạnh tranh của khu du lịch.

Tổ chức tốt lễ hội truyền thống tại địa phương như: Lễ hội chùa Hương Nghiêm (xã An Khang), Lễ hội Đền Hạ; Lễ hội đình Song Lĩnh; Lễ hội đình Giếng Tanh (xã Kim Phú), Lễ hội đình Làng Là (xã Chân Sơn); Lễ hội Đầm Mây (xã Lang Quán); Lễ hội chùa Phật Lâm (xã Nhữ Hán) huyện Yên Sơn; Lễ hội Lồng tồng dân tộc Tày tại các xã: Thượng Lâm, Lãng Can, huyện Lâm Bình; Yên Hoa, Năng Khả, Đà Vị, huyện Nà Hang; Kim Bình, Phú Bình, Minh Quang huyện Chiêm Hóa... Tổ chức Lễ hội Nhảy lửa (dân tộc Pà Thẻn) xã Hồng Quang, huyện Lâm Bình; Lễ hội Động Tiên - Chợ quê tại xã Yên Phú, huyện Hàm Yên... Các hoạt động diễn ra trong lễ hội được thực hiện đúng theo quy định của Nhà nước và đảm bảo thuần phong mỹ tục, truyền thống của dân tộc.

Đầu tư xây dựng các làng văn hóa gắn với phát triển du lịch cộng đồng tại huyện Lâm Bình: Thôn Nà Tông, thôn Nà Đông (xã Thượng Lâm), thôn Nà Muông (xã Khuôn Hà) và thôn

<sup>195</sup> Báo cáo Sơ kết 02 năm thực hiện Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 06/10/2017 của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh Tuyên Quang.

Nậm Đíp (xã Lăng Can). Xây dựng và đang triển khai đề án Bảo tồn kiến trúc nhà sàn truyền thống dân tộc Tày gắn với khu di tích lịch sử Kim Bình và phát triển dịch vụ du lịch tại thôn Bó Củng xã Kim Bình, huyện Chiêm Hóa. Định hướng xây dựng Làng văn hóa du lịch thôn Nà Khá, xã Năng Khả, huy động nguồn lực, mời gọi đầu tư xây dựng mới khu du lịch dịch vụ ở khu vực Nà Khá - Nà Vai, xã Năng Khả gắn kết với Khu du lịch sinh thái Tát Kè - Phiêng Bung tạo thành tổ hợp du lịch; xây dựng Làng văn hóa du lịch cộng đồng thôn Khau Tràng, xã Hồng Thái...

## 2.4. Về thu hút đầu tư cho du lịch sinh thái cộng đồng

Triển khai các chương trình xúc tiến đầu tư, thương mại và du lịch nhằm quảng bá hình ảnh, tiềm năng, thế mạnh của tỉnh Tuyên Quang; thu hút các nhà đầu tư đến tìm hiểu về môi trường đầu tư của tỉnh Tuyên Quang. Các hoạt động xúc tiến đầu tư của tỉnh đã đáp ứng được những yêu cầu cơ bản đối với hoạt động xúc tiến đầu tư, phù hợp với quy hoạch ngành, lĩnh vực, kế hoạch phát triển kinh tế xã hội của tỉnh, góp phần thiết thực vào việc thu hút các nguồn đầu tư, chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp - du lịch, dịch vụ - nông lâm nghiệp. Tỉnh đã tổ chức thành công Hội nghị Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh Tuyên Quang năm 2017. Hội nghị giới thiệu 15 dự án trọng điểm mời gọi đầu tư, trong đó có 07 dự án liên quan đến du lịch<sup>196</sup>.

- Xây dựng dự án trọng điểm mời gọi đầu tư như: Khu đô thị nghỉ dưỡng sông Lô; Khu du lịch sinh thái núi Dùm; Khu du lịch sinh thái Phiêng Bung; Khu du lịch vui chơi giải trí, nghỉ dưỡng Soi Tình Húc; Sân Golf Yên Sơn; Đầu tư xây dựng hạ tầng kỹ thuật Khu, điểm du lịch huyện Lâm Bình; phát triển nuôi trồng thủy sản tập trung bằng hình thức nuôi lồng bè gắn với phát triển du lịch sinh thái lòng hồ thủy điện Tuyên Quang.

- Công tác liên kết, hợp tác liên vùng, liên tỉnh và quốc tế được tăng cường nhằm khai thác, phát triển du lịch như thường xuyên trao đổi nghiệp vụ, kinh nghiệm quản lý, khai thác phát triển du lịch; thông qua các buổi làm việc trực tiếp, hội nghị, hội thảo, khảo sát thực tế với các cơ quan quản lý nhà nước và các doanh nghiệp du lịch của các tỉnh nằm trong chương trình hợp tác phát triển: Cao Bằng, Bắc Kạn, Lạng Sơn, Thái Nguyên, Hà Giang, Hà Nội, Vĩnh Phúc; kết nối với thành phố Hồ Chí Minh và quốc tế như Châu Văn Sơn (Vân Nam- Trung Quốc), Xiêng Khoảng (Lào), Hàn Quốc; ký kết hợp tác giữa tỉnh Tuyên Quang và tỉnh Hà Giang, trong đó có lĩnh vực phát triển du lịch lòng hồ Tuyên Quang - Hà Giang... để đa dạng hóa và phát triển thị trường nguồn khách cũng như thu hút đầu tư vào du lịch.

## 2.5. Những tồn tại, hạn chế

Các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành, vận chuyển khách du lịch, cơ sở lưu trú, mua sắm du lịch trên địa bàn tỉnh vẫn còn ít và hạn chế năng lực; chưa có nhiều điểm vui chơi, giải trí cho khách du lịch; hoạt động du lịch còn nhỏ lẻ, chưa thực sự chuyên nghiệp; hệ thống cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch chưa đồng bộ; nguồn kinh phí dành cho hoạt động du lịch còn chưa tương xứng với nhu cầu đầu tư phát triển; công tác giải phóng mặt bằng thực hiện dự án đầu tư tại các khu du lịch còn chưa đảm bảo tiến độ. Sản phẩm, hàng hóa, đồ lưu niệm chưa phong phú; hệ thống công trình vệ sinh tại các khu, điểm du lịch có nơi còn thiếu và chưa đạt tiêu chuẩn nhà vệ sinh công cộng phục vụ khách du lịch<sup>197</sup>.

<sup>196</sup> Báo cáo Sơ kết 02 năm thực hiện Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 06/10/2017 của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh Tuyên Quang.

<sup>197</sup> Báo cáo Kết quả công tác lãnh đạo, chỉ đạo và tổ chức thực hiện Kết luận số 28-KL/TU ngày 18/5/2016 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về nhiệm vụ, giải pháp phát triển du lịch giai đoạn 2016-2020.

Công tác tuyên truyền, phổ biến, giáo dục chưa mang lại hiệu quả như mong muốn, còn hình thức, chất lượng, hiệu quả tuyên truyền chưa cao; Công tác đảm bảo an ninh trật tự tại các khu du lịch sinh thái cộng đồng còn chưa được quan tâm đúng mức; Vai trò của cộng đồng, người dân sinh sống tại các khu du lịch sinh thái chưa được phát huy, sử dụng có hiệu quả.

Chưa thu hút được nhiều nhà đầu tư lớn, chuyên nghiệp đầu tư vào lĩnh vực kinh doanh du lịch sinh thái cộng đồng; sự phối hợp giữa các cấp, các ngành chức năng đôi khi còn chưa chặt chẽ, thường xuyên; các doanh nghiệp kinh doanh du lịch hầu hết quy mô nhỏ; nguồn vốn đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật và các dịch vụ phụ trợ du lịch các khu, điểm du lịch còn thiếu; kinh phí cho công tác quy hoạch chi tiết các phân khu chức năng tại các khu du lịch còn ít; việc huy động các thành phần kinh tế, nhân dân tham gia xã hội hóa trong đầu tư phát triển du lịch chưa cao, hiệu quả còn thấp<sup>198</sup>...

### **3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG Ở TUYẾN QUANG**

#### **3.1. Tiếp tục nâng cao nhận thức về vị trí, vai trò, tầm quan trọng của du lịch sinh thái cộng đồng đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh**

Tiếp tục đẩy mạnh công tác tuyên truyền tới cán bộ, đoàn viên, hội viên và nhân dân về vai trò, vị trí, tầm quan trọng của du lịch đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh; về ý thức và trách nhiệm trong bảo vệ môi trường du lịch bền vững, đảm bảo chất lượng dịch vụ du lịch. Huy động hệ thống chính trị tham gia tích cực trong công tác vận động khai thác tiềm năng phát triển du lịch.

Đẩy mạnh công tác thông tin, quảng bá hình ảnh về miền đất, văn hóa và con người Tuyên Quang, về tiềm năng, thế mạnh du lịch của tỉnh trên cổng thông tin điện tử tỉnh, các phương tiện thông tin đại chúng. Từng bước chuyên nghiệp hóa công tác xúc tiến quảng bá du lịch. Chú trọng tổ chức, đăng cai tổ chức các sự kiện văn hóa, thể thao, du lịch cấp quốc gia và quốc tế trên địa bàn tỉnh; các chương trình khảo sát, xây dựng tour, tuyến, điểm du lịch cho các doanh nghiệp lữ hành, các cơ quan thông tấn, báo chí có uy tín trong và ngoài nước quảng bá tiềm năng du lịch của tỉnh.

Các cán bộ quản lý nhà nước nên tiếp cận với trưởng thôn - người có uy tín và tầm ảnh hưởng lớn đến cộng đồng địa phương tổ chức họp nhóm với cộng đồng giới thiệu cho người dân địa phương về du lịch cộng đồng, lợi ích của du lịch cộng đồng đối với dân cư địa phương. Tổ chức các chuyến tham quan đến các địa phương khác - những nơi có mô hình du lịch cộng đồng để tạo điều kiện cho người dân học hỏi kinh nghiệm trong hoạt động kinh doanh, gìn giữ bản sắc văn hóa truyền thống, giữ gìn vệ sinh môi trường, bảo vệ tài nguyên thiên nhiên và giao tiếp tốt với khách.

Đề cao vai trò của cộng đồng dân cư trong việc lập kế hoạch, đưa ra những quy tắc, những hình phạt đối với những hành động làm ảnh hưởng đến việc phát triển du lịch cộng đồng của địa phương như hành động đeo bám khách, bán hàng kém chất lượng cho khách du lịch. Trong quá trình làm việc với các tổ chức khi có dự án, các cán bộ quản lý nhà nước nên học hỏi và đúc rút một số kinh nghiệm của đối tác; khi những dự án kết thúc hoặc đang trong giai đoạn chờ kinh phí, có thể tổ chức các lớp đào tạo cho nhân dân địa phương. Từ đó giúp nâng cao nhận thức của dân cư địa phương về du lịch sinh thái cộng đồng.

<sup>198</sup> Báo cáo Sơ kết 02 năm thực hiện Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 06/10/2017 của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh Tuyên Quang.

### **3.2. Tập trung đầu tư, thu hút đầu tư để phát triển du lịch nói chung và du lịch sinh thái cộng đồng nói riêng**

Tiếp tục tập trung các nguồn vốn hỗ trợ đầu tư phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng thiết yếu vào các khu du lịch có tiềm năng phát triển, ưu tiên Khu du lịch lịch sử văn hóa và sinh thái Tân Trào; Khu du lịch trung tâm thành phố Tuyên Quang và vùng phụ cận; Khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm và vùng phụ cận; Khu du lịch sinh thái Na Hang, Lâm Bình và một số điểm du lịch khác trên địa bàn huyện, thành phố.

Đầu tư xây dựng thương hiệu du lịch đặc trưng của tỉnh; đầu tư bảo tồn, tôn tạo các di tích, di sản văn hóa, các khu bảo tồn thiên nhiên, khu rừng đặc dụng để phát huy giá trị khai thác phục vụ du lịch; đầu tư xây dựng các làng văn hóa gắn với phát triển du lịch cộng đồng như: Làng văn hóa - du lịch Tân Lập, xã Tân Trào, huyện Sơn Dương; thôn Giếng Tanh, xã Kim Phú, huyện Yên Sơn; thôn Khau Tràng, xã Hồng Thái, huyện Na Hang; thôn Nà Tông, xã Thượng Lâm, huyện Lâm Bình; thôn Bó Củng, xã Kim Bình, huyện Chiêm Hóa,...

Hoàn thành hồ sơ di sản văn hóa phi vật thể "Then Tày - Nùng - Thái Việt Nam" trình UNESCO công nhận di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại; hoàn thành hồ sơ xây dựng Khu di sản thiên nhiên Ba Bể (tỉnh Bắc Kạn) - Na Hang (tỉnh Tuyên Quang) trình UNESCO đưa vào danh mục xây dựng hồ sơ di sản thế giới ... tạo điều kiện cho du lịch sinh thái cộng đồng phát triển bền vững.

Tiếp tục cải thiện môi trường đầu tư; tập trung thu hút, mời gọi các khu vực tư nhân đầu tư kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, chú trọng đầu tư xây dựng các khu nghỉ dưỡng, khu sinh thái, khu vui chơi giải trí, dịch vụ cao cấp, sân golf,...; Tổ chức hội nghị gặp gỡ, đối thoại với các doanh nghiệp, tháo gỡ khó khăn, bảo đảm môi trường đầu tư thân thiện, minh bạch, cạnh tranh bình đẳng.

Hoàn thiện cơ chế, chính sách khuyến khích ưu đãi đầu tư, chú trọng ưu đãi các tổ chức, cá nhân trong và ngoài tỉnh tham gia các hoạt động phục vụ cho phát triển du lịch, dịch vụ; Đẩy mạnh triển khai huy động nguồn quỹ và nâng cao hiệu quả Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang.

### **3.3. Đẩy mạnh xúc tiến quảng bá, tăng cường liên kết vùng để phát triển du lịch sinh thái cộng đồng**

Tăng cường công tác thông tin, quảng bá hình ảnh về miền đất, văn hóa, con người Tuyên Quang và danh mục dự án du lịch mời gọi đầu tư. Triển khai Đề án Du lịch thông minh. Công bố trao giải cuộc thi thiết kế sản phẩm lưu niệm du lịch và sáng tác biểu tượng (logo), khẩu hiệu (slogan) du lịch tỉnh Tuyên Quang. Tổ chức các sự kiện du lịch thường niên để thu hút, phục vụ khách du lịch: Lễ hội Thành Tuyên, Lễ hội Lồng tồng, Lễ hội Động Tiên, Lễ hội Cam Sành, Hội Xuân thành phố Tuyên Quang, Lễ hội rước Mẫu đền Hạ, Hội đua thuyền Sông Lô... Tham gia các sự kiện du lịch của các tỉnh, thành phố trong nước và quốc tế.

Chủ động đẩy mạnh liên kết và hợp tác phát triển du lịch với các tỉnh, thành phố, trong đó tập trung nâng cao hiệu quả Chương trình hợp tác phát triển du lịch "Qua những miền di sản Việt Bắc", kết nối du lịch với các tỉnh Tây Bắc, Chương trình kết nối hợp tác du lịch bốn tỉnh: Tuyên Quang, Hà Nội, Vĩnh Phúc, Thái Nguyên; kết nối du lịch với Thành phố Hồ Chí Minh,... để đa dạng hóa và phát triển thị trường nguồn khách cũng như thu hút đầu tư vào du lịch.

### 3.4. Tăng cường công tác quy hoạch và đảm bảo an ninh trật tự tại các khu du lịch sinh thái cộng đồng

Triển khai thực hiện Quy hoạch tổng thể bảo quản, tu bổ, phục hồi và phát huy giá trị di tích quốc gia đặc biệt Tân Trào, tỉnh Tuyên Quang gắn với phát triển du lịch đến năm 2025; Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030; Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Tân Trào, tỉnh Tuyên Quang đến năm 2030; Tăng cường thực hiện quy hoạch và đầu tư xây dựng phát triển các điểm du lịch sinh thái cộng đồng trên địa bàn các huyện, thành phố. Tập trung huy động các nguồn lực đầu tư hạ tầng thiết yếu vào các khu du lịch của tỉnh như Khu du lịch quốc gia Tân Trào; Khu du lịch trung tâm thành phố Tuyên Quang và phụ cận; Khu du lịch Suối khoáng Mỹ Lâm và vùng phụ cận; Khu du lịch sinh thái Na Hang<sup>199</sup>. Đây có thể coi là những lợi thế so sánh của Tuyên Quang để du lịch sinh thái cộng đồng ở đây có thể phát triển, đóng góp vào phát triển kinh tế của tỉnh, tạo công ăn việc làm cho người dân ở đây.

Tăng cường công tác và các biện pháp đảm bảo an ninh trật tự tại các khu du lịch sinh thái cộng đồng. Phòng ngừa, đấu tranh với một số loại tội phạm như trộm cắp, lừa đảo, ... gây mất an ninh trật tự trên địa bàn, ảnh hưởng xấu đến hình ảnh, con người, văn hóa, môi trường du lịch của Tuyên Quang nói chung.

### 3.5. Tăng cường công tác quản lý và phát triển nguồn nhân lực

Trong các công tác quản lý, con người đóng vai trò đặc biệt quan trọng. Vì vậy, quản lý nhà nước về du lịch nói chung và du lịch cộng đồng nói riêng cần có những giải pháp thiết thực để nâng cao năng lực các cán bộ các cấp như mở lớp tập huấn nghiệp vụ quản lý nhà nước về du lịch hoặc đưa cán bộ đi tham quan, trao đổi kinh nghiệm về công tác quản lý, xây dựng mô hình du lịch cộng đồng hiệu quả ở những địa phương khác trong và ngoài nước.

Sắp xếp, tổ chức lại bộ máy các Ban quản lý khu du lịch do Ủy ban nhân dân tỉnh thành lập; thành lập Hiệp hội Du lịch tỉnh Tuyên Quang; hình thành Trung tâm hỗ trợ du khách của tỉnh.

Tuyển sinh, nâng cao chất lượng đào tạo ngành Du lịch tại Trường Đại học Tân Trào, đào tạo nghề du lịch trên địa bàn tỉnh. Thu hút nguồn nhân lực du lịch có trình độ cao, biết nhiều ngoại ngữ khác nhau. Vận động nhân dân cùng tham gia hoạt động du lịch. Tập huấn để chính người dân bản địa trở thành hướng dẫn viên du lịch.

Định kỳ tổ chức các lớp bồi dưỡng, tập huấn nghiệp vụ cho đội ngũ cán bộ quản lý, lao động trực tiếp các cơ sở kinh doanh du lịch; tổ chức tôn vinh các doanh nhân, doanh nghiệp du lịch tiêu biểu kinh doanh du lịch trên địa bàn tỉnh; tổ chức hội thi tay nghề du lịch nhằm tôn vinh, nâng cao tay nghề nghiệp vụ, học hỏi kinh nghiệm.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo Sơ kết 02 năm thực hiện Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 06/10/2017 của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh Tuyên Quang.

<sup>199</sup> [http://www.tuyenquang.gov.vn/tgt32p1\\_truyen-thong-van-hoa-html](http://www.tuyenquang.gov.vn/tgt32p1_truyen-thong-van-hoa-html)

2. Báo cáo Kết quả công tác lãnh đạo, chỉ đạo và tổ chức thực hiện Kết luận số 28-KL/TU ngày 18/5/2016 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về nhiệm vụ, giải pháp phát triển du lịch giai đoạn 2016- 2020.

3. Nghị quyết số 92/NQ-CP ngày 08/12/2014 của Chính phủ về một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch Việt Nam trong thời kỳ mới.

4. Chỉ thị số 14/CT-TTg ngày 02/7/2015 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường hiệu lực quản lý nhà nước, tập trung khắc phục yếu kém, thúc đẩy phát triển du lịch.

5. Tài liệu hướng dẫn phát triển du lịch cộng đồng, Quỹ Châu Á và Viện Nghiên cứu, phát triển ngành nghề Nông thôn Việt Nam, Hà Nội, 2012.

6. <http://www.tuyenquang.gov.vn/tgt33p1-html>

## **IMPROVING THE EFFICIENCY OF STATE MANAGEMENT OF THE COMUNITY ECOTOURISM IN TUYEN QUANG PROVINCE NOWADAY**

**Do Vong Linh**

*The People Police Academy*

### **Abstract**

Tuyen Quang is a province with many comparative advantages in developing community ecotourism. However, State management activities in this area also revealed many shortcomings and limitations. Through this article, the author analyzed and clarified some issues: general awareness about community ecotourism, community's role in ecotourism development; status of organization and activities of community ecotourism development in Tuyen Quang; since then, the author offered a number of basic solutions to improve the effectiveness and efficiency of State management on community ecotourism, contribute to creating jobs, poverty reduction and developing sustainable tourism in Tuyen Quang province nowadays.

### **Keywords**

Tourism, ecotourism, community ecotourism, community ecology, State management, State management of tourism.



# KHAI THÁC VÀ PHÁT HUY BẢN SẮC VĂN HÓA TỘC NGƯỜI TÀY TẠI THÔN TÂN LẬP, TÂN TRÀO, SƠN DƯƠNG, TUYÊN QUANG ĐỂ PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG

Nguyễn Thị Ngọc Anh

*Trưởng Đại học Công đoàn Hà Nội*

## Tóm tắt

Thôn Tân Lập có cảnh quan thiên nhiên còn nhiều hoang sơ và có khí hậu trong lành, nằm trong khu di tích lịch sử Tân Trào. Vẻ đẹp nông hậu, chân chất, thật thà của người dân tộc Tày cộng với nét văn hóa dân tộc đặc sắc, phong phú và đa dạng là tài sản quý giá của dân tộc, là nguồn tài nguyên quan trọng góp phần phục vụ cho sự phát triển của du lịch tỉnh Tuyên Quang, đây cũng chính là yếu tố để thu hút và hấp dẫn khách du lịch, đó là khởi nguồn để phát triển du lịch sinh thái cộng đồng ở nơi đây. Tuy hiện nay đã đón du khách đến thăm quan và nghỉ lại nhưng vẫn chưa được khai thác hết tiềm năng đúng mức, các giá trị văn hóa của tộc người Tày đang bị lai tạp, mai một, và dần mất đi. Nếu phát triển thành công loại hình du lịch này sẽ vừa cải thiện và nâng cao đời sống còn nhiều khó khăn, vừa giữ gìn và phát huy được những nét đặc sắc văn hóa của đồng bào dân tộc nơi đây, đồng thời sẽ góp phần mở rộng vùng du lịch, đa dạng hóa các loại hình du lịch của tỉnh Tuyên Quang.

## Từ khóa

Du lịch sinh thái cộng đồng, giá trị văn hóa, tộc người Tày.

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Người Tày - một dân tộc có số dân đông nhất trong 53 dân tộc thiểu số ở nước ta, ở tỉnh Tuyên Quang dân tộc Tày có số dân đứng thứ 2 trong số 22 dân tộc sống nhiều ở khu vực miền núi phía Bắc đặc biệt là Đông Bắc. Như mọi dân tộc khác người Tày đã sớm hình thành một nền văn hóa rất riêng và đặc sắc. Nền văn hóa ấy không những chỉ ảnh hưởng sâu xa đến từng cá nhân trong cộng đồng người Tày mà còn góp phần làm phong phú thêm những giá trị cho nền văn hóa đa dân tộc ở Việt Nam. Trong những năm gần đây sự quan tâm của Đảng và Nhà nước trong việc đầu tư, phát triển bình đẳng về kinh tế, chính trị, xã hội giữa các vùng miền nói chung và tỉnh Tuyên Quang nói riêng đã tạo điều kiện cho các dân tộc ít người phát triển. Tuy nhiên, cũng còn tồn tại một số vấn đề trong quá trình phát triển kinh tế - xã hội đã ít nhiều ảnh hưởng tiêu cực đến quá trình giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc. Nhiều bản sắc văn hóa truyền thống của người Tày bị mai một do ảnh hưởng của kinh tế thị trường. Một dân tộc không thể tồn tại và phát triển nếu đánh mất nền văn hóa của mình.

Giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc Tày là việc làm mang tính thời sự, cấp bách hiện nay, nhất là sử dụng chính bản sắc của văn hóa dân tộc mình để phát triển du lịch mang lại lợi nhuận kinh tế, sự no ấm sung túc cho bản làng. Làng văn hóa, du lịch Tân Lập là một ví dụ. Từ trung tâm thị trấn Sơn Dương theo Quốc lộ 2C, đi khoảng 15km du khách được hòa mình vào không khí thiên nhiên trong lành, được trải nghiệm các hoạt động sản xuất nông nghiệp, những

nét sinh hoạt độc đáo xa xưa của đồng bào Tày miền sơn cước, đặc biệt thưởng thức những món ăn đặc sản dân dã của núi rừng ngay dưới nếp nhà sàn homestay ở Làng văn hóa, du lịch Tân Lập.

## 2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Bài viết sử dụng tổng thể các phương pháp từ truyền thống đến hiện đại: Phương pháp tiếp cận liên ngành/đa ngành; Phương pháp nghiên cứu trường hợp (case study); Phương pháp điền dã; Phương pháp thống kê; Phương pháp chuyên gia; Phương pháp life story; Phương pháp Photo voice.

## 3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

### 3.1. Cơ sở lý luận về bản sắc văn hóa và phát triển du lịch sinh thái cộng đồng

#### 3.1.1. Bản sắc văn hóa

Bản sắc văn hóa là cái cốt lõi, nội dung, bản chất của một nền văn hóa riêng vốn có của một nền văn hóa của một dân tộc. Những nét riêng ấy thường được biểu hiện qua các giá trị văn hóa vật chất và tinh thần, vật thể và phi vật thể. Các giá trị văn hóa này ra đời gắn với chính điều kiện môi sinh mà dân tộc ấy thích nghi và phát triển qua các giai đoạn khác nhau của một dân tộc. Những giá trị văn hóa ấy, cho dù có trải qua những thăng trầm biến cố của lịch sử nó cũng không những không mất đi, mà cùng với thời gian, nó còn tiếp nhận những cái hay, cái đẹp, cái phù hợp của văn hóa các dân tộc khác làm phong phú, đặc sắc hơn cho dân tộc mình, làm cho nó luôn là nó chứ không phải cái khác.

Bản sắc dân tộc luôn gắn liền với văn hóa và thường được biểu hiện thông qua văn hóa. Tuy nhiên “bản sắc chính là văn hóa, nhưng không phải yếu tố văn hóa nào cũng được coi là bản sắc. Người ta chỉ coi những yếu tố văn hóa nào giúp phân biệt cộng đồng văn hóa này với cộng đồng văn hóa khác là bản sắc” [8; 83].

Như vậy, có thể nói rằng bản sắc văn hóa là tổng thể những tính chất, tính cách, đường nét, màu sắc, biểu hiện ở một dân tộc trong lịch sử tồn tại và phát triển của dân tộc đó, giúp cho dân tộc đó giữ vững được tính duy nhất, tính thống nhất, tính nhất quán của mình trong lịch sử phát triển. Bản sắc dân tộc là một động thái, một sức sống bên trong của một dân tộc, một quá trình thường xuyên tự ý thức, tự khám phá, tự tái tạo mình và từ sự tiếp nhận bởi chính mình. Bởi thế, bản sắc là thể căn cước của mỗi nền văn hóa dân tộc, là những đặc trưng cơ bản quy định diện mạo của nền văn hóa đó.

Bản sắc văn hóa của một dân tộc là di sản vô cùng quý giá, đó là tinh hoa cốt lõi và là linh hồn của chính dân tộc đó. Tuy nhiên, những giá trị tạo nên bản sắc đó không phải là bất biến. Khi điều kiện kinh tế xã hội thay đổi thì cần phải có sự chọn lọc, bổ sung và đổi mới những giá trị đó cho phù hợp. Giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc Tày là bảo toàn tất cả những đặc điểm tích cực làm cho các đặc điểm ấy tốt hơn, khắc phục, loại bỏ những đặc điểm đã lạc hậu có ảnh hưởng tiêu cực, bổ sung những nhân tố mới tích cực phù hợp với yêu cầu thời đại vào bản sắc văn hóa dân tộc tại Tày Tuyên Quang nói chung và tại thôn Tân Lập, Tân Trào nói riêng. Vì vậy, giữ gìn và khai thác và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc tại Tày Tuyên Quang nói chung và tại thôn Tân Lập, Tân Trào nói riêng để phát triển du lịch là vô cùng cần thiết, nâng cao đời sống, cải thiện sinh kế địa phương.

### 3.1.2. Phát triển du lịch sinh thái cộng đồng

Phát triển du lịch là việc thực hiện và phát triển các hoạt động phục vụ khách du lịch, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao, chất lượng ngày càng tốt hơn của du khách. Nói cách khác, phát triển du lịch và thực hiện các hoạt động dịch vụ khách du lịch hay là việc thực hiện các khâu cung ứng dịch vụ cho khách du lịch với những sản phẩm du lịch có chất lượng cao và nhờ đó đem lại hiệu quả cho cả xã hội, cho các doanh nghiệp hoạt động cung ứng dịch vụ và cho du khách.

Du lịch sinh thái cộng đồng là loại hình du lịch do cộng đồng tổ chức, dựa vào thiên nhiên và văn hóa địa phương với mục tiêu bảo vệ môi trường. Du lịch sinh thái cộng đồng đề cao quyền làm chủ, chú ý phân bổ lợi ích rộng rãi và nâng cao chất lượng cuộc sống cho cộng đồng. Với khách du lịch, Du lịch sinh thái cộng đồng tạo cơ hội tìm hiểu, nâng cao nhận thức về môi trường và giao lưu văn hóa, trải nghiệm cuộc sống hàng ngày của cộng đồng.

Như vậy, du lịch sinh thái cộng đồng chính là nét tinh túy của du lịch sinh thái và du lịch bền vững. Du lịch sinh thái cộng đồng nhấn mạnh vào cả ba yếu tố là môi trường, du lịch và cộng đồng [10].

#### **Điều kiện hình thành và phát triển du lịch sinh thái cộng đồng**

Điều kiện tiềm năng về tài nguyên môi trường tự nhiên và nhân văn có ý nghĩa quyết định đến phát triển du lịch sinh thái cộng đồng.

- Điều kiện yếu tố cộng đồng dân.
- Điều kiện có thị trường khách trong nước và quốc tế.
- Điều kiện về cơ chế chính sách hợp lý.
- Sự hỗ trợ, giúp đỡ của chính phủ, tổ chức phi chính phủ trong và ngoài nước.

#### **Tiêu chí của du lịch sinh thái cộng đồng**

Theo UNWTO (2008) cho rằng những tiêu chí của một du lịch sinh thái cộng đồng đang hướng tới gồm có các tiêu chí sau:

- Người dân nên được tham gia vào quá trình lên kế hoạch và quản lý hoạt động du lịch tại cộng đồng.
- Hoạt động du lịch này phải mang lại lợi ích một cách công bằng cho cộng đồng.
- Hoạt động du lịch này nên bao gồm tất cả các thành viên của cộng đồng hơn chỉ là sự tham gia của một vài thành viên.
- Quan tâm đến sự bền vững của môi trường.
- Mọi hoạt động du lịch sinh thái cộng đồng phải tôn trọng nền văn hóa và các "cấu trúc xã hội" tại cộng đồng.
- Có hệ thống/phương pháp để giúp người trong cộng đồng có thể "vượtqua" những ảnh hưởng của những khách du lịch phương tây.
- Hoạt động du lịch thường được giữ ở quy mô nhỏ nhằm hạn chế tối đa những ảnh hưởng đến văn hóa và môi trường.
- Hướng dẫn tổng quan cho khách du lịch về cộng đồng để giúp họ có những hành động hợp lý trong quá trình du lịch.

- Không yêu cầu người trong cộng đồng phải thực hiện những hoạt động trái với văn hóa/tôn giáo của họ.
- Không yêu cầu người dân trong cộng đồng tham gia vào các hoạt động du lịch nếu họ không muốn.

### **Nguyên tắc của du lịch sinh thái cộng đồng**

Theo tổ chức WTO (2004), các nguyên tắc để phát triển du lịch cộng đồng cần phải dựa trên các nguyên tắc của du lịch bền vững:

- Sử dụng tối ưu nguồn môi trường, duy trì các tiến trình sinh thái học chủ yếu và giúp bảo tồn nguồn tự nhiên và hệ sinh thái được thừa hưởng.
- Khía cạnh xác thực nền văn hóa - xã hội của cộng đồng địa phương, đảm bảo họ đã xây dựng, kế thừa văn hóa và giá trị truyền thống, đồng thời góp phần vào sự hiểu biết và thông cảm đối với các nền văn hóa khác nhau.
- Đảm bảo sự vận hành nền kinh tế lâu dài ổn định, cung cấp các lợi ích kinh tế - xã hội đến tất cả những người có liên quan nhằm phân bổ công bằng.

### **Mục tiêu của du lịch sinh thái cộng đồng**

- Du lịch sinh thái cộng đồng phải góp phần bảo vệ tài nguyên thiên nhiên và văn hóa.
- Du lịch sinh thái cộng đồng phải đóng góp vào phát triển kinh tế địa phương.
- Du lịch sinh thái cộng đồng phải có sự tham gia ngày càng tăng của cộng đồng địa phương.
- Du lịch sinh thái cộng đồng phải mang đến cho du khách một sản phẩm có trách nhiệm đối với môi trường và xã hội.

## **3.2. Bản sắc văn hóa dân tộc Tày tại thôn Tân Lập, Tân Trào, Sơn Dương, Tuyên Quang**

### *3.2.1. Văn hóa vật chất*

#### **Phương thức sản xuất**

Từ rất lâu đời, người Tày đã thành thạo nghề canh tác nông nghiệp lúa nước trên những cánh đồng rộng lớn và rất nhiều những dọc ruộng liền thửa quanh rừng, quanh bản. Người Tày cũng thành thạo trong xây dựng hệ thống phai mương, làm những cây cọn quay đưa nước lên tưới ruộng và lợi dụng sức nước giã gạo. Họ làm ruộng theo thời tiết âm lịch như người Kinh, đã tổng kết thành những câu: “Hoa gạo đỏ trồng ngô, quả đậu tím cấy lúa” (Mác phây cắm lẩn mạ, lóc trư đăm nà” hoặc “ Rửa cây bừa ăn tết tháng sáu lúa tốt” (tức tết tháng 7 âm lịch). Họ đã phổ biến dùng phân bón cho cây trồng. sản phẩm nông nghiệp của người Tày có đủ hầu hết các loại như khắp các vùng trên miền Bắc: lúa nếp, lúa tẻ, ngô các loại, các loại khoai lang, khoai sọ, khoai môn, củ từ, khoai tây, sắn, các loại đậu, các loại rau cải bắp, su hào, cải làn, cải trắng, cải cuộn, cà chua... Xen canh gối vụ đã thành tập quán ở người Tày; ngô, sắn, đậu, khoai, vừng, lạc, mía, bông, chàm thay nhau có mặt trên nương rẫy. Từ một nền nông nghiệp phong phú, đa dạng, với đất rừng, đồi cỏ rộng đã cho phép người tày phát triển chăn nuôi. Nhà nào cũng nuôi năm bảy con trâu, bò. Người Tày có câu “Con bò giúp đỡ người nghèo” (tu mò nhò pô khô). Nhiều người thoát ly nông nghiệp làm nghề rèn sắt để làm ra công cụ như: lưỡi cày, cuốc, xẻng, răng bừa, hái, các loại dao quắm... hầu hết các mặt hàng thủ công đều được làm để bán.

## Nhà ở

- Tên gọi nhà ở tiếng Tày gọi là “lườn”, “rườn”. Lườn hoặc rườn do phát âm nặng hay nhẹ theo vùng. Người Tày ở nhà sàn là phổ biến. Ngày nay cũng có nhiều hộ ở nhà đất hoặc nhà kiểu nhà nửa sàn, nửa đất.

- Hình dáng, kiến trúc nhà sàn có hai loại, loại to gọi là “lườn tảng”, loại nhỏ gọi là “lườn giáo”, vùng Na Hang có nơi gọi nhà to là “rườn cái”, nhà nhỏ gọi là “rườn ý nội”. Về hình dáng ngoài nhà sàn có hai phần: Phần dưới (gầm sàn) phần này từ nền đất lên đến giáp sàn không thung vách để thoáng lộ hệ thống cột dầm của ngôi nhà. Gầm sàn là nơi đồng bào thường để công cụ sản xuất, nhốt thả gia súc, gia cầm. Phần trên được thung vách có cửa chính, cửa sổ, phần này bắt đầu từ sàn đến nóc của ngôi nhà gồm rất nhiều bộ phận được hợp thành như hệ thống cột, xà, vách thung, sàn, thích ngoài, thích trong, chái, mái. Nhà sàn của người Tày phổ biến là kiểu nhà có ba gian hai chái hoặc năm gian hai chái. Nhà to nhiều gian và vì kèo có nhiều cột từ năm đến bảy cột, cột gỗ đường kính từ 30 đến 50 cm, các vì ở giữa thường trốn cột cái (không có cột cái ở giữa). Nhà nhỏ có ít gian vì kèo ít cột, cột nhỏ thường có đường kính từ 25 đến 30 cm không đeo cầu kỳ như nhà to. Trước kia phần lớn cột nhà sàn được chôn thẳng xuống đất, ngày nay nhiều nhà đã dùng đá để kê chân cột nhưng vẫn để một cột không kê mà chôn thẳng xuống đất, đồng bào quan niệm sự hòa hợp nối tiếp âm và dương để mọi người trong nhà luôn được khoẻ mạnh. Sàn nhà, vách nhà thường được thung phen nửa đan nóng một hoặc nóng đôi, nhà có điều kiện lát sàn và thung vách bằng ván gỗ xẻ, mái lợp bằng lá cọ là phổ biến bởi vì rừng Tuyên Quang có nguồn lá cọ dồi dào. Vùng khu C ở Na Hang đồng bào lợp nhà phổ biến là ngói âm dương, lợp theo hàng dọc từ chân mái lên đến nóc cứ như một hàng ngựa tiếp đến một hàng úp. Nhà sàn thường có hai cửa chính ở hai đầu thích ngoài và thích trong, có nhiều cửa sổ nên rất thoáng.

## Đình làng

Đình của người Tày giống ngôi nhà sàn, có phần dưới sàn và phần trên sàn. Sàn lát ván gỗ xẻ, thấp hơn sàn nhà ở, chỉ cách mặt đất từ 0,7 đến 0,8m, đồng thời không lát kín diện tích nhà, khu vực gian giữa ở phía trước không có sàn. Ở vị trí này kê hương án, nơi để thắp hương. Trên sàn không thung vách, có hàng lan can kiểu đơn giản theo mép sàn phía các cột quân. Đình to có 3 gian 2 chái, vì kèo 5 hàng cột; đình nhỏ 1 gian 2 chái, vì kèo 4 hàng cột. Cột đình thường chọn cây gỗ tốt, được đẽo nhẵn hình trụ đường kính 30-40cm. Đòn tay được làm bằng cây gỗ nhỏ, đường kính 10-15cm. Có 4 kèo nơi tiếp giáp mái và chái. Rui và mè bằng tre, hóp; mái lợp lá cọ. Các loại vật liệu làm đình thường được chọn loại gỗ tốt, không sâu, mọt, không bị cụt ngọn, được chặt vào mùa đông để không bị mọt, lá cọ được lựa chọn không non, nhưng cũng không quá già, trước khi lợp được phơi kỹ, qua sương rồi lại qua nắng.

Đình làng của người Tày cũng được chọn dựng tại nơi đầu bản hoặc nơi trung tâm thuận tiện việc đi lại của các cum cư dân trong bản. Đặc điểm vị trí này cũng giống với đặc điểm vị trí đình làng người Việt ở miền xuôi.

## Ăm thực

Với bản sắc là cư dân nông nghiệp, người Tày có tập quán ăn cơm. Lương thực gồm: gạo nếp, gạo tẻ, ngô, khoai, sắn. Trước kia ở một số vùng đồng bào ăn cơm nếp là chính, khi giáp hạt cũng có thể ăn ngô, khoai, sắn. Thực phẩm dùng trong bữa ăn gồm các loại rau tự trồng, rau thu

hái ở tự nhiên như: rau dớn, mộc nhĩ, nấm hương, các loại thịt gia súc, gia cầm do chăn nuôi; thịt thú rừng, chim săn bẫy được; các loại cá, tôm nuôi hoặc đánh bắt. Món ăn thường là xào, luộc, nấu canh, nướng trên than hồng, vùi trong tro nóng, gia vị đồng bào thiên về dùng gừng, nghệ, ớt và mẻ. Người Tày nấu cơm thường nhiều hơn nhu cầu ăn của gia đình, đồng bào quan niệm ăn phải để thừa thì mới dư dật ăn nên làm ra. Đồng bào có tập quán dự trữ và để dành thực phẩm, họ có nhiều cách giữ thịt để lâu được hàng tháng có khi hằng năm như món thịt lạp, thịt thính, thịt hém.

Đồng bào thường uống trà, các loại lá vôi, chè dây, thân khúc khác... là những loại lá dễ kiếm, giải khát tốt. Đồng bào Tày có tập quán uống trà từ lâu, mùa đông người ta hay vãn ấm trà bên cạnh bếp lửa để uống. Uống nước trà bên bếp lửa ấm là thú vui tao nhã khi nhàn rỗi trong gia đình, khi lảng giềng đến chơi. Trong sinh hoạt hàng ngày, khi có khách và vào các dịp lễ tết, người ta uống rượu. Hầu hết nam giới đều biết uống rượu. Rượu nấu bằng gạo, ngô, trước kia nấu cả bằng sắn, đồng bào tự làm men bằng lá gọi là men lá, sau này người ta ít dùng men lá hơn. Đồng bào Tày còn có một loại rượu đặc sản - đó là rượu ngô, người ta dùng ngô chua xay trộn với thân cây móc rừng đã để bỏ phần vỏ, băm nhỏ nấu chín cả ngô và móc, dỡ ra để nguội, tra men vào ủ, rượu có mùi thơm với hương vị đặc trưng, vùng Na Hang rượu ngô ngon có tiếng.

### Trang phục

Người Tày đã tự túc được các loại vải may váy áo, làm màn, khăn mặt, mặt chắn. Y phục của người Tày xưa được may từ vải sợi bông hoặc tơ tằm do đồng bào tự dệt. Đồng bào thường nhuộm vải màu chàm để may quần áo. Quần áo nam, nữ, trẻ em, người già đều mặc màu chàm và hầu như không thêu hoa văn trang trí. Y phục của nam giới gồm có áo dài 5 thân buông vạt trùm qua cặp quần xuống đến đầu gối, thân trước bên trong ngắn hơn bên ngoài, có 5 cúc cài sang nách bên phải, áo dài mặc đi lễ, hội, đình, đám; áo ngắn (áo cánh) có 4 thân cổ tròn xẻ giữa ngực, có 7 cúc và khuy, có túi ở phía vạt trước. Quần ống rộng, cặp rộng nhưng không có dải rút, khi mặc búi tại vị trí bụng, ống chùng đến mắt cá chân, đũng kiểu chân què, giống quần của nam giới người Việt. Khăn đội đầu khổ nhỏ, dài, bằng loại vải sợi bông hoặc tơ tằm; khi quần xếp thành chữ nhân trên trán. Y phục của phụ nữ gồm nhiều loại và kiểu cách phức tạp hơn. Áo dài năm thân giống nam giới nhưng chùng đến mắt cá chân, được thắt eo và tay áo nhỏ hơn, cổ tròn ôm khít cổ, khi mặc áo dài chị em thường đeo vòng cổ, vòng tay, vắn tóc, thắt lưng, phụ nữ mặc áo dài như được tôn cao hơn. Họ thường mặc áo dài trong các dịp lễ, hội, đình đám. Áo ngắn (áo cánh) bốn thân cổ tròn, xẻ ngực cài cúc có túi nhỏ ở hai vạt trước, mau bó tạo eo. Quần phụ nữ ống nhỏ hơn quần nam giới và may giáp đũng. Phụ nữ Tày hay mặc váy loại váy có cặp, có gấu, dài đến mắt cá chân. Thắt lưng là dải vải có màu chàm hoặc màu hồng. Khăn đội đầu là một vuông vải nhuộm chàm không thêu, khi đội chít khăn kiểu mô quạ ôm gọn tóc hoặc buộc theo vắn tóc trông rất gọn. Phụ nữ Tày còn đi giày vải, thân giày làm bằng vải, đế làm bằng mo cau hoặc mo tre khâu lại nhiều lớp làm đế. Về sau có vải nhung người ta làm giày nhung. Ngoài quần, áo, khăn, thắt lưng, giày, phụ nữ Tày còn đeo vòng cổ, vòng tay, hoa tai bằng bạc.

Người Tày ít thêu thùa và trang trí hoa văn trên trang phục của mình, chỉ thấy thêu ở giày vải, mũ, yếm trẻ em, cắt ghép hoa văn trên áo mũ thầy cúng. Nhưng hoa văn được dệt trên vải thì rất phong phú, vải thổ cẩm (vải dệt có hoa văn) đồng bào sử dụng làm đồ dùng như “nả phà”, màn che “phứn mản”, mặt địu “nả đa”, túi đeo “thông lải”... Vải thổ cẩm ngày nay đã được cải tiến dệt theo thẩm mỹ của người dệt.

### 3.2.2. Văn hóa tinh thần

#### Một số tục lệ trong chu kỳ đời người

##### *Cưới xin*

Chế độ hôn nhân của người Tày là chế độ hôn nhân một vợ một chồng bền vững. Nhưng vì nền đạo đức phong kiến trọng nam khinh nữ, đòi hỏi phải có con trai để nối dõi tông đường cho nên những người không có con con trai thường lấy vợ lẽ. Trong quan hệ hôn nhân, nguyên tắc là những người cùng họ không được lấy nhau, trừ những người họ xa khác chi. Những trường hợp người cùng họ xa lấy nhau cũng rất hiếm.

Trước đây xuất phát từ chế độ hôn nhân mua bán, hôn nhân xây dựng trên cơ sở chế độ tư hữu tài sản, người con trai bỏ ra một số tiền và hiện vật như rượu, thịt, gạo để lấy vợ thực tế là mua người con gái về làm vợ. Việc mua bán được tiến hành công khai, có thách thức, mặc cả giữa đại diện nhà trai và đại diện nhà gái thể hiện qua các khoản tiền thách cưới. Trong thực tế khi gả con gái mà thách cưới được cao, nhận được nhiều rượu, thịt và tiền mặt 48 bao giờ cũng là niềm vui, niềm tự hào của gia đình vì như thế có nghĩa là con gái mình được trả một cái giá xứng đáng. Do tục thách cưới quá cao nên nhiều đám cưới người ta phải chuẩn bị từ 2 đến 3 năm mới đủ tiền và lễ vật. Trong thời gian 2 - 3 năm đó, người con gái phải lo trồng bông, dệt vải làm chăn, màn, quần áo, làm gói cho vợ chồng và bố mẹ chồng, mua sắm các đồ dùng để phục vụ cho cuộc sống gia đình sau này. Nhìn bề ngoài, người ta tưởng đây là của hồi môn mà cha mẹ cho con gái mang về nhà chồng nhưng thực chất đều do nhà trai bỏ tiền ra mua thông qua việc nhờ nhà gái mua sắm giúp. Hôn nhân mua bán mang đến nỗi buồn đau cho nhiều chàng trai, cô gái. Nếu không sắm đủ thì hôn nhân không thành hoặc nếu có đủ thì sau khi cưới họ phải nai lưng làm lụng vất vả để trả nợ.

##### *Sinh đẻ*

Khi phụ nữ mang thai, với mong muốn đứa con khỏe mạnh, họ phải kiêng nhiều thứ. Trước khi ăn cơm, người phụ nữ phải uống một chén nước để sau này dễ sinh. Người phụ nữ khi mang thai kiêng không bước qua dây buộc ngựa vì sợ chửa 12 tháng như ngựa, không đun củi ngược vì sợ đẻ ngược. Trong quá trình mang thai, người phụ nữ kiêng không làm các công việc nặng nhọc nhưng vẫn phải tham gia lao động sản xuất và làm các việc trong gia đình. Người phụ nữ để được chăm sóc chu đáo và phải kiêng cử trong thời gian 40 ngày. Trong suốt tháng ở cữ, người mẹ phải ăn cơm nóng, thịt gà xào gừng, nghệ, rượu. Người ta còn bồi dưỡng sức khỏe cho người mẹ bằng chân giò hầm với mít non, đu đủ, rượu nếp để có nhiều sữa cho con bú... Tuyệt đối không ăn cỏ, cánh, lòng, dọc sống lưng của gà, lợn. Riêng rau xanh, chỉ được ăn rau ngót, su hào, khoai tây, bắp cải xào thịt. Còn các loại rau khác kiêng không ăn vì nhiều lý do, chẳng hạn, ăn rau cải sẽ bị ho, ăn rau bí sẽ làm cho cả mẹ lẫn con bị ngứa... Trong suốt thời gian ở cữ, sản phụ chỉ được ở trong buồng của mình, kiêng tắm gội, không đến chỗ bàn thờ tổ tiên, chỗ nấu rượu.

##### *Tang ma*

Xuất phát từ quan niệm của đồng bào cho rằng linh hồn người chết sau khi chết sang thế giới bên kia vẫn sinh hoạt và có những nhu cầu như người sống. Nếu không lo cho người chết được mồ yên mả đẹp thì hoặc linh hồn người chết vẫn lẩn quất xung quanh người sống, quấy rối người sống, hoặc là linh hồn bị thiếu thốn ở thế giới bên kia, trở lại làm rầy rà con cháu, gây ốm đau chết chóc. Hơn nữa lo ma chay chu đáo cho cha mẹ là một hình thức báo hiếu quan trọng nhất. Do vậy mà đồng bào Tày ở Tuyên Quang tổ chức đám ma cho cha mẹ hết sức chu đáo và cũng hết sức phức tạp.

### ***Thờ cúng***

#### ***Thờ cúng tổ tiên***

Đối với người Tày thờ cúng tổ tiên là quan trọng nhất, được coi là việc thờ chính trong nhà. Nó duy trì, dạy dỗ, nhắc nhở con cháu luôn nhớ về tổ tiên, truyền thống gia đình, gia tộc đồng thời nó cũng mang tính tư hữu và kế thừa tài sản. Bàn thờ tổ tiên đặt ngay gian chính giữa nhà. Người Tày không phân biệt trai trưởng, trai thứ trong việc thờ cúng tổ tiên. Người Tày kiêng không cho phụ nữ nhất là con dâu, cháu dâu và những người lạ lại gần bàn thờ. Kiêng không cho khách để đồ vật lên bàn thờ.

#### ***Thờ Táo Quân***

Người Tày quan niệm Táo Quân là vị thần bảo vệ ngư. Khi gia đình và gia súc trong gia đình. Nơi thờ vị thần được đặt ngay cạnh bếp, chỉ có một ống tre được dán giấy đỏ làm ống hương. Khi gia đình có việc đại sự hoặc xảy ra việc như mất trộm, gia súc ốm đau gia đình thường cúng báo cho thần bếp biết xin thần phù hộ cho tai qua nạn khỏi.

#### ***Thờ thổ công***

Người Tày cho rằng Thổ công là vị thần bảo vệ mùa màng, làng bản. Miếu thờ thổ công được dựng ở gốc cây hoặc đám cây to đầu bản. Hằng năm người Tày cúng thổ công vào ngày tết nguyên đán và những ngày lễ khác trong năm cũng như khi có các công việc hệ trọng của bản. Ngoài ra các vị 62 thần khác như Ngọc Hoàng, Nam Tào, Bắc Đẩu, Thần nước, Thần bảo vệ gia súc cũng được cúng lễ chu đáo vào những ngày tết.

### ***Văn học dân gian***

Trong kho tàng văn học dân gian của người Tày ở Tuyên Quang, truyện kể còn được bảo lưu khá phong phú và đa dạng. Nó được lưu truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác. Có một đặc điểm chung mang tính phổ quát của thể loại chuyện kể dân gian là tính dị bản, do những chuyện kể không được lưu truyền bằng văn tự nên có sự thêm bớt hoặc sai lệch. Mặt khác, do trải qua các thời kỳ lịch sử, sự thay đổi biến động về dân cư hoặc cộng cư, sống xen kẽ nên có sự tác động của sự giao thoa văn hóa giữa các dân tộc tạo ra những câu chuyện kể, những câu ca dao, tục ngữ... của một số tộc người có nội dung gần giống nhau. Nội dung của các câu chuyện kể dân gian của đồng bào Tày ở Tuyên Quang phản ánh những khía cạnh khác nhau của đời sống xã hội. Đó là các câu chuyện truyền thuyết giải thích nguồn gốc của vũ trụ, sự ra đời của loài người, sự tích các loài vật xung quanh, các hiện tượng thiên nhiên...

### ***Phong tục ngày tết và lễ hội***

#### ***Ngày tết***

Tết nguyên đán Đây là tết to nhất trong năm, gia đình và làng bản nào cũng lo chuẩn bị tết từ nhiều tháng trước, người ta có ý thức từ việc trồng các loại cây lương thực, đặc biệt là lúa nếp, đậu, đỗ vùng, lạc, chăn nuôi gia súc, gia cầm để làm thực phẩm, nấu rượu để làm tiệc cỗ vui xuân trong gia đình và mời khách. Người ta làm nhiều loại bánh trong dịp tết nhất là bánh chưng Tày, bánh được gói bằng lá dong tròn lắn chắc nịch, khi cắt khúc rền, dẻo và thơm. Ngoài ra còn có bánh dày, bánh khảo bánh giò... nhiều vùng đồng bào cũng có tục lễ Ông Táo vào ngày 23 tháng chạp âm lịch, cúng tổ tiên vào đêm 30 và mừng một tết. Lễ vật cúng gồm xôi, gà, bánh trái, hoa quả thấp hương và khăn. Lời khấn trình tổ tiên gọi là “páo chơ páo chông”. Tết nguyên đán còn có nhiều trò chơi dân gian.



*Tết rằm tháng giêng và tết đắp nọi*

Rằm tháng giêng đồng bào ăn tết rằm, cuối tháng giêng vào ngày 30 hoặc 29 nếu tháng thiếu đồng bào ăn tết “đắp nọi”, tết “đắp nọi” được coi như tết nguyên đán nhỏ, họ chuẩn bị nhiều loại bánh trái để ăn tết này. Quan niệm của đồng bào là tháng ăn chơi, có nhiều cuộc vui thăm viếng, cầu tài, lộc phúc, thọ giải hạn.

Người Tày ăn các tết trong năm: Tết Thanh Minh (mùng 3 tháng 3); Tết Đoan Ngọ (mùng 5 tháng 5); Tết rằm tháng bảy; Tết Trung Thu (Rằm tháng 8).

*Lễ hội dân gian*

Lễ hội Lồng tồng - lễ hội lớn nhất trong năm của người Tày ở Tuyên Quang là Lễ hội Lồng tồng. Ngoài phần lễ, phần hội có các trò chơi dân gian truyền thống hấp dẫn như: trò chơi tung còn; trò chơi đánh quay; trò chơi kéo co; trò chơi đánh yến; trò chơi thi bắn nỏ.

Lễ hội Cầu mùa, lễ hội diễn ra vào ngày 28 tháng 3 âm lịch.

*Âm nhạc và múa dân gian.*

*Âm nhạc:* Âm nhạc dân gian Tày gồm nghệ thuật ca hát (sli, lượn, phong slur, quan làng, hát mo, then... và sử dụng các loại nhạc cụ như đàn tính “tính tẩu”, chũm chọe, chũm xóc, não bặt, quả nhạc “mác lính” và kèn pí lè. Bộ nhạc cụ tiêu biểu nhất là cây đàn tính và quả mác lính. Đàn tính được làm bằng quả bầu già phơi khô, người ta chọn giống bầu nậm để già bỏ ruột và hạt lấy phần cuối (rón quả), cần đàn thường làm bằng gỗ cây thừng mực, dài khoảng 90cm, đồng bào có câu “sam cãm tẩu, cẩu cãm gản” nghĩa là ba năm bầu, chín năm cần (đường kính quả bầu ba năm tay thì cần đàn tính dài chín năm là kích thước chuẩn của cây đàn tính), dây đàn tính làm bằng tơ có hai hoặc ba dây. Quả nhạc “mác lính” được đúc từ đồng hoặc bạc, có loại đơn nhưng cũng có loại chũm. Âm nhạc của người Tày có nhiều hình thức hát xướng.

*Múa dân gian*

Môi trường tự nhiên và qua lao động sản xuất, sinh hoạt đã tạo ra nghệ thuật múa của đồng bào, đây cũng là tính phổ quát của tất cả các dân tộc ở miền núi. Múa dân gian của người Tày nổi bật nhất vẫn là múa trong hát then. Trong then có loại chỉ có hát mà không có múa như then văn và loại chỉ múa mà không hát như: “suôi sluông”. Các then giải hạn, cúng mụ, kỳ yên, chữa bệnh, thượng thọ, lấu then Bjoóc mạ tùy theo từng loại mà có động tác múa ít nhiều để minh họa và diễn đạt. Các hình thức múa chủ yếu như múa gậy, múa chèo thuyền, múa chọi gà, múa chọi dế, múa quạt... Nhạc cụ đệm cho múa chủ yếu là đàn tính tẩu, chũm xóc, quả nhạc, ngoài ra cũng có khi có trống, thanh la, kèn, chuông [7].

### **3.3. Thực trạng khai thác và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc Tày tại thôn Tân Lập, Tân Trào, Sơn Dương, Tuyên Quang để phát triển du lịch sinh thái cộng đồng**

Điểm du lịch cộng đồng thôn Tân Lập công bố khai trương năm 2006, làng nằm trong Khu di tích lịch sử quốc gia đặc biệt Tân Trào, trong làng có hai ngôi nhà sàn gắn với giá trị lịch sử: Nhà cụ Nguyễn Tiến Sự, nơi Bác Hồ đã ở và làm việc những ngày đầu khi Người trở về từ Pắc Bó (Cao Bằng) và nhà cụ Hoàng Trung Dân, nơi Đại tướng Võ Nguyên Giáp ở và làm việc từ tháng 5 đến tháng 8 - 1945. Hai ngôi nhà này được bảo tồn, tôn tạo giữ nguyên giá trị gốc và tái hiện vị trí nơi nghỉ, làm việc của Bác Hồ và Đại tướng Võ Nguyên Giáp, phục vụ du khách đến

tham quan. Làng thành lập Ban quản lý với quy chế hoạt động riêng; có đội văn nghệ phục vụ khách du lịch; có dịch vụ ăn, nghỉ tại nhà dân, có 2 nhà hàng đảm bảo điều kiện phục vụ hàng trăm du khách ăn uống. Tổng cục Du lịch đã hỗ trợ kinh phí nhằm đào tạo đội văn nghệ cũng như mua sắm các trang thiết bị cơ bản phục vụ hoạt động văn nghệ. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Ban quản lý Chương trình phát triển năng lực du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội (Dự án EU) tổ chức bồi dưỡng nghiệp vụ cộng đồng cho các hộ gia đình nơi đây. Hằng năm, Làng văn hóa - du lịch thu hút đông đảo du khách đến tham quan, lưu trú.[2]

Làng Văn hóa du lịch Tân Lập có 20 nhà sàn truyền thống của đồng bào dân tộc Tày. Hiện nay, các đoàn đăng ký ở homestay khá lớn để trải nghiệm, khám phá quần thể khu di tích. Từ khi Làng văn hóa du lịch thôn Tân Lập được Nhà nước hỗ trợ làm nhà sàn cột bê tông, du lịch homestay cũng ngày càng phát triển. Theo điều tra năm 2018, trung bình một ngày thôn Tân Lập có thể phục vụ chu đáo cho 200 khách đăng ký ở dịch vụ homestay, còn những ngày lễ có thể tăng gấp 3 lần.

Làng Văn hóa, du lịch Tân Lập đã hội đủ những yếu tố để trở thành làng homestay đặc sắc. Du khách được thưởng thức trọn vẹn nét kiến trúc nhà sàn, phong tục, tập quán, nét đẹp văn hóa, trang phục, ngôn ngữ, ẩm thực, âm nhạc, tín ngưỡng của đồng bào Tày. Dưới nếp nhà sàn, du khách được trải nghiệm, khám phá hoạt động sản xuất nông nghiệp, văn hóa sinh hoạt ngày thường của nông dân miền núi như: xay lúa, giã gạo, cày ruộng, bắt cá, trồng cây nông nghiệp... và chế biến, thưởng thức các sản phẩm do mình thu hoạch. Du khách hòa mình vào phong cảnh thiên nhiên tươi đẹp, yên bình, thưởng thức những điệu then, đàn tính, nhảy sạp, điệu múa của cô gái, chàng trai người Tày, người Dao làng Tân Lập cũng đủ cảm giác phấn chấn, thư giãn giữa khung cảnh núi rừng Việt Bắc.

Không những được thưởng thức nét văn hóa ẩm thực độc đáo, dân dã, du khách còn được nghỉ ngơi ngay trên dưới mái nhà sàn truyền thống của đồng bào tộc Tày, với không khí trong lành, mát mẻ, thoáng đãng và yên tĩnh.

Làng Văn hóa Tân Lập, xã Tân Trào được xây dựng ngày càng khang trang hơn. Những nếp nhà sàn truyền thống đang được bà con đầu tư tu sửa. UBND huyện Sơn Dương đầu tư quy hoạch xây dựng khuôn viên vườn và tu sửa nhà ở cho 13 hộ gia đình thôn Tân Lập, xây dựng đường bê tông, đường điện của thôn. Bà con trong thôn luôn có ý thức giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc. Đội văn nghệ thôn có 30 thành viên đã sưu tầm những tiết mục văn nghệ truyền thống của dân tộc Tày, xây dựng chương trình luyện tập phục vụ trong những dịp lễ hội và phục vụ khách du lịch. Các hộ gia đình đã sản xuất các sản phẩm đặc trưng của địa phương phục vụ du khách như cơm lam, mật ong, rượu nếp cát 2 lần, hàng thổ cẩm, xôi ngũ sắc... Nhiều món vừa là thức ăn hàng ngày vừa là vị thuốc chữa bệnh như: Canh lá đắng tốt cho đường ruột, bí chuối nộm, rau ngót rừng, rau bồ khai.

Để làm dịch vụ du lịch ngày một chuyên nghiệp hơn, UBND huyện Sơn Dương đã cử 18 người, gồm 5 hướng dẫn viên du lịch và đại diện 13 hộ dân thuộc Làng Văn hóa Tân Lập tham gia tập huấn nghiệp vụ về du lịch và tổ chức 2 đoàn đi học cách làm du lịch tại huyện Mai Châu (Hòa Bình) để phát triển du lịch nhân dân, tăng cường giáo dục truyền thống cho thế hệ trẻ trên quê hương cách mạng có ý thức phát huy truyền thống văn hóa, lịch sử từ đó làm giàu cho quê hương.

Tỉnh Tuyên Quang đã quy hoạch tổng thể Khu du lịch lịch sử, văn hóa và sinh thái Tân Trào, đầu tư bảo tồn làng văn hóa dân tộc Tày tại thôn Tân Lập (Tân Trào) gắn với phát triển du

lich. Huyện Sơn Dương đã phối hợp với các cơ quan chức năng của tỉnh tu bổ, tôn tạo các cụm, điểm di tích lịch sử gồm cụm di tích lịch sử Nhà Lừa, cụm di tích lịch sử Chủ tịch Phủ, Thủ tướng Phủ, dựng bia tại cụm di tích lịch sử Đồng Man - Lũng Tầu, cụm di tích Làng Sảo, xã Hợp Thành. Huyện đã tạo điều kiện cho các công ty, doanh nghiệp đầu tư khai thác tiềm năng phát triển du lịch của huyện.

Hàng năm, huyện phối hợp với Trung tâm Giáo dục truyền thống và lịch sử (Hà Nội), Công ty du lịch, Công ty lữ hành tại Hải Phòng, Hà Nội mở, nối các tuyến, tour du lịch liên huyện, liên tỉnh. Huyện cũng đã phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch mở các lớp dạy nghề dệt thổ cẩm, mây, giang đan cho người dân thôn Tân Lập, xã Tân Trào, bước đầu đã tạo được một số sản phẩm hàng hóa đặc trưng của địa phương. Sưu tầm một số đồ dùng sinh hoạt truyền thống, dụng cụ lao động của các dân tộc thiểu số trong huyện để trưng bày, giới thiệu với du khách.

Khám phá và trải nghiệm Tân Trào nói chung và thôn Tân Lập nói riêng, du khách sẽ được các nhóm hướng dẫn tour du lịch nội bộ. Các nhóm này là các hộ gia đình của xã Tân Trào đã được các chuyên gia của Tổ chức phi lợi nhuận NPO - AVENUEN, Nhật Bản đào tạo làm du lịch cộng đồng. Theo tour du lịch nội bộ, điểm tham quan đầu tiên của du khách sẽ là đình Hồng Thái. Đến đây, du khách được tìm hiểu di tích lịch sử cách mạng, không gian, kiến trúc, nét văn hóa tâm linh của đồng bào dân tộc miền núi, trải nghiệm hoạt động hái chè, sao chè cùng bà con trong vùng, được thưởng ngoạn non nước hồ Tiên Phong và khung cảnh đầm sen thơ mộng. Chính những người dân đóng vai trò then chốt để tổ chức thực hiện tour du lịch nội bộ. Có thể nói đây là hướng đi mới, góp phần phát triển kinh tế du lịch, nâng cao đời sống của người dân trong vùng.

Theo kết quả điều tra năm 2018, 100% số hộ gia đình trong thôn Tân Lập cho rằng việc sử dụng bản sắc văn hóa để phát triển du lịch là hướng đi đúng đắn, đời sống của họ được ấm no hơn, nhận thức của họ được nâng cao hơn, họ thấy tự hào và giữ gìn bản sắc dân tộc của mình hơn, 98% cho rằng họ muốn trực tiếp làm chủ mô hình du lịch của gia đình mình và mong muốn được trao quyền và đào tạo tập huấn hằng năm, 60% lo lắng lượng khách đến đông và từ nhiều nền văn hóa khác nhau sẽ làm cho văn hóa dân tộc của họ bị pha tạp, biến đổi.

Tuy đạt được những kết quả rất đáng khích lệ, nhưng hiện trạng phát triển du lịch trong thôn còn tồn tại các vấn đề cần có định hướng khắc phục giải quyết để có thể phát triển du lịch bền vững:

Sự giống nhau về sản phẩm du lịch dẫn đến sự nhầm lẫn, đơn điệu. Nguy cơ phai nhạt bản sắc văn hóa dân tộc, ô nhiễm môi trường tự nhiên, môi trường văn hóa...

Hạ tầng giao thông và cơ sở vật chất du lịch ở một số điểm du lịch tại các thôn, bản làm du lịch cộng đồng còn khó khăn; kinh phí hỗ trợ, đầu tư, công tác xã hội hóa các hoạt động du lịch phục vụ khách tại còn nhiều hạn chế. Nhận thức về du lịch của người làm du lịch cộng đồng còn chưa được đầy đủ. Nguồn nhân lực tham gia làm du lịch chưa được đào tạo bài bản, nên kỹ năng giao tiếp ứng xử và tham gia vào các hoạt động kinh doanh du lịch chưa cao.

Các dịch vụ du lịch cộng đồng còn sơ sài chưa thực sự hấp dẫn. Chúng loại, kiểu dáng các sản phẩm thủ công truyền thống chưa phong phú, đa dạng và chất lượng chưa cao để hấp dẫn khách du lịch. Mức độ tham gia của cộng đồng vẫn chỉ ở mức cung cấp các dịch vụ nhỏ lẻ. Nguồn kinh phí để xây dựng các Đề án phát triển du lịch cộng đồng còn hạn chế [2].

### 3.4. Giải pháp để khai thác và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc Tày tại thôn Tân Lập, Tân Trào, Sơn Dương, Tuyên Quang để phát triển du lịch sinh thái cộng đồng

Giải pháp về văn hóa - xã hội: Phát huy vai trò chủ động, tích cực của người Tày trong giữ gìn và phát huy các giá trị văn hóa của dân tộc mình. Nâng cao dân trí, tuyên truyền cho đồng bào Tày biết trân trọng bản sắc văn hóa dân tộc mình. Nâng cao nhận thức của các ngành, các cấp về giá trị văn hóa dân tộc Tày. Bỏ sung thời lượng cho phần văn hóa dân tộc Tày vào chương trình giáo dục trong nhà trường phổ thông. Tích cực xây dựng đời sống văn hóa mới ở địa phương, đẩy mạnh cuộc vận động “toàn dân đoàn kết xây dựng đời sống văn hóa”.

Giải pháp về chính trị - xã hội: Đấu tranh chống các hành vi xâm hại văn hóa, lợi dụng các sinh hoạt văn hóa để trục lợi hoặc tuyên truyền mê tín dị đoan. Chống những biểu hiện chia rẽ đoàn kết dân tộc, khắc phục tâm lý tự ti dân tộc. Xây dựng và kiện toàn đội ngũ cán bộ văn hóa và cán bộ quản lý văn hóa có trình độ chuyên môn, am hiểu văn hóa dân tộc.

Giải pháp về tổ chức thực hiện: Phối hợp chặt chẽ, hiệu quả các lực lượng giữ gìn và phát huy các giá trị văn hóa Tày. Đẩy mạnh công tác thông tin tuyên truyền, tăng cường, bảo tồn, giữ gìn bản sắc văn hóa các dân tộc trên địa bàn huyện Sơn Dương nói chung, thôn Tân Lập nói riêng, chú trọng công tác thu hút đầu tư, triển khai các dự án thương mại, du lịch.

#### *Giải pháp về chính sách:*

- Chính quyền huyện Sơn Dương cần có những giải pháp, định hướng, đầu tư đồng bộ về các dịch vụ du lịch, có những giải pháp trước mắt và lâu dài, tạo môi trường đầu tư thông thoáng, nâng cao năng lực cạnh tranh; tăng cường đầu tư của Nhà nước và đẩy mạnh công tác xã hội hóa để huy động mọi nguồn lực đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng kỹ thuật, các loại hình dịch vụ tiện ích khác; quy hoạch, đầu tư phát triển du lịch cộng đồng bền vững; giữ gìn, phát huy bản sắc văn hóa trước hết thể hiện qua trang phục, vận động nhân dân các bản du lịch mặc trang phục dân tộc Tày không chỉ vào ngày lễ tết mà vào cả hai ngày Thứ Bảy và Chủ nhật mỗi tuần. Phục hồi bể nước rửa chân múc bằng ống tre khi du khách lên nhà sàn nghỉ, ao cá hoa súng, vệ sinh sạch sẽ làng bản, bảo đảm không rác, không bụi; mở các tuyến điểm, tour du lịch thăm quan các bản làng và các điểm du lịch lân cận, trồng cây xanh hai bên đường, đầu tư khu vui chơi giải trí, các trò chơi dân gian, tái hiện cảnh, phong tục...

- Hỗ trợ phát triển cơ sở hạ tầng: Cải tạo, làm mới đường bê tông ximăng các lối đi tham quan du khách; lối đi vào một số hộ gia đình được chọn làm điểm; chỉnh trang đường đi, cảnh quan khu vực xung quanh xanh sạch đẹp; từng bước cải tạo hệ thống nước sạch; xây dựng nhà vệ sinh công cộng; quy hoạch xây dựng khu vực bãi đậu xe công cộng, các khu tổ chức các hoạt động chung....

- Hỗ trợ kinh phí cho một số hộ gia đình chọn làm mẫu đầu tư hình thành sản phẩm du lịch: Cải tạo lại không gian sinh hoạt, có chỗ đón tiếp khách, phục vụ khách ăn, uống, có chỗ trưng bày vật dụng, dụng cụ lao động liên quan đến cuộc sống của cư dân nông nghiệp; Cải tạo tường rào, nhà vệ sinh, sân vườn, mái che...; Đầu tư cơ sở vật chất, mua sắm trang thiết bị, bàn ghế, dụng cụ nhà bếp, ăn uống và một số vật dụng khác đảm bảo đủ điều kiện để phục vụ khách ăn uống với số lượng nhiều; hỗ trợ mua sắm các phương tiện cần thiết như xe đạp, xe ngựa, loa đài, đệm, thảm ngồi, trang phục biểu diễn đội văn nghệ... phục vụ khách du lịch.

- Hỗ trợ chương trình xúc tiến, quảng bá: Xây dựng các ấn phẩm quảng bá sản phẩm du lịch cộng đồng. Tổ chức tuyên truyền quảng bá trên các phương tiện truyền thông, các website của tỉnh, các ngành, thành phố và các đơn vị lữ hành du lịch; Tổ chức cho các doanh nghiệp lữ hành để khảo sát sản phẩm du lịch; Bảng biên thông tin; Bảng chỉ dẫn đường đến các hộ được chọn làm điểm, chỉ dẫn tham quan...;

- Hỗ trợ xây dựng các làng nghề thủ công truyền thống: Hỗ trợ việc ứng dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật; cơ giới hóa một số công đoạn thủ công để nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm. Hỗ trợ thiết kế, cải tiến mẫu mã, bao bì, nhãn mác hàng hóa phù hợp thị trường theo hướng đa dạng hóa sản phẩm; hỗ trợ đầu tư khu trưng bày giới thiệu sản phẩm làng nghề; khu sản xuất tập trung; xây dựng quy trình giới thiệu sản phẩm làng nghề; giới thiệu, cung cấp, đăng tải thông tin về làng nghề và sản phẩm làng nghề trên các phương tiện truyền thông, các website thương mại điện tử, các ấn phẩm sách báo về xúc tiến thương mại nông nghiệp, công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp của Trung ương và các ấn phẩm xúc tiến thương mại của một số địa phương.

- Hỗ trợ mở các lớp tập huấn, học tập kinh nghiệm, nâng cao nhận thức và bồi dưỡng nghiệp vụ du lịch: Tổ chức tuyên truyền, nâng cao nhận thức về phát triển du lịch cộng đồng cho nhân dân; Tổ chức học tập kinh nghiệm mô hình tại một số địa phương đang phát triển mạnh sản phẩm du lịch cộng đồng, du lịch nông nghiệp; Tổ chức các lớp tập huấn nâng cao nhận thức về du lịch cộng đồng, bồi dưỡng nghiệp vụ đón tiếp khách, hướng dẫn, thuyết minh, chế biến món ăn...cho các hộ dân.

- Hỗ trợ đầu tư nhân rộng mô hình: Phát triển thêm các dịch vụ hỗ trợ cho điểm du lịch như: Quà lưu niệm, ăn uống, giải trí, đồng thời, nhân rộng mô hình tại các địa phương trong tỉnh; Trải nghiệm các nghề nông nghiệp, thủ công nghiệp; Khám phá di sản văn hóa dân tộc, các lễ hội truyền thống về nông nghiệp; Xây dựng các mô hình tiêu thụ sản phẩm thủ công gắn với du lịch; kết hợp phục vụ dịch vụ văn hóa với bán các sản phẩm thủ công: sản xuất rượu, đồ dệt, thổ cẩm...; Xây dựng mô hình sản xuất gắn với du lịch: Tổ chức việc sản xuất như một điểm tham quan cho khách du lịch, khách vừa tìm hiểu vừa sản xuất, vừa trực tiếp mua hàng, đặt hàng tại chỗ theo yêu cầu như: dệt thổ cẩm, đan, lát...

#### 4. KẾT LUẬN

Thôn Tân Lập, Tân Trào, Sơn Dương, Tuyên Quang là một điểm đến du lịch hấp dẫn, với đầy đủ nét kiến trúc nhà sàn, phong tục, tập quán, nét đẹp văn hóa, trang phục, ngôn ngữ, ẩm thực, âm nhạc, tín ngưỡng của đồng bào Tày. Để phát triển du lịch bền vững thì việc gìn giữ, bảo vệ và phát huy bản sắc văn hóa của đồng bào dân tộc Tày nơi đây là việc làm vô cùng quan trọng và cần thiết. Với loại hình du lịch Văn hóa - Sinh thái - Cộng đồng sẽ tạo được dấu ấn riêng biệt, thu hút được nhiều hơn nữa du khách trong và ngoài nước đến thăm quan và nghỉ dưỡng, góp phần nâng cao đời sống, văn hóa tinh thần và hội nhập cho nhân dân các dân tộc nói chung và dân tộc Tày nói riêng.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo rà soát thực hiện chính sách vùng đồng bào dân tộc thiểu số, Phòng quản lý du lịch - Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Tuyên Quang, 2018.
2. Báo cáo cung cấp thông tin tình hình phát triển du lịch và du lịch cộng đồng, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Tuyên Quang, 2018.

3. Bảo tàng dân tộc học, *Đại gia đình các dân tộc Việt Nam*, NXB Giáo dục và Công ty Bản đồ và Tranh ảnh giáo dục, Hà Nội 2007.
4. PGS.TS. Bùi Xuân Đính (2012), *Các tộc người ở Việt Nam*, NXB Thời đại.
5. Nguyễn Văn Huy (1997), *Bức tranh văn hóa các dân tộc Việt Nam*, NXB Giáo dục.
6. Vương Nhân (2004), *Văn hóa các dân tộc thiểu số- từ một góc nhìn*, NXB VHNT, Hà Nội.
7. Hoàng Thị Kim Oanh (2014), *Giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc Tày tại Tuyên Quang hiện nay*, luận văn thạc sĩ, Trường ĐHKHXH và NV.
8. Hồ Sỹ Vịnh (1993), *Tìm về bản sắc dân tộc của văn hóa*, Tạp chí VHNT, (số 01).
9. La Công Ý, *Đến với người Tày và văn hóa Tày*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội, 2012.
- 10 [https://vi.wikipedia.org/wiki/Du\\_lich\\_sinh\\_thai\\_cong\\_dong](https://vi.wikipedia.org/wiki/Du_lich_sinh_thai_cong_dong) (truy cập 28/08/2019)
- 11 <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/docs/573> (truy cập 8/08/2019)
12. <http://www.tai-lieu.com/tai-lieu/de-tai-tim-hieu-nghi-le-vong-doi-nguoi-cua-toc-nguoi-tay-tai-thon-tan-lap-xa-tan-trao-huyen-son-duong-tinh-tuyen-quang-51625/> (truy cập 2/08/2019)

## **EXPLOITING AND HAVING A CULTURAL IDENTITY OF THE PEOPLE TO DEVELOP THE ECOLOGICAL TOURISM IN THE COMMUNITY AT TAN LAC, TAN TRAO, SON DUONG, TUYEN QUANG**

**Nguyen Thi Ngoc Anh**  
*Trade Union University*

### **Abstract**

Tan Lap village has a wild landscape and is pristine and has a fresh climate, located in Tan Trao historical relic. The warm, sincere, sincere beauty of Tay people plus the unique, rich and diverse ethnic culture is the precious property of the nation, an important resource to serve the development of tourism in Tuyen Quang province, this is also the factor to attract and attract tourists, which is the source for the development of community ecotourism here. Although now welcomes visitors to visit and stay, but still not fully exploited to the full potential, the cultural values of the Tay ethnic group are being hybridized, lost, and gradually lost. If successful development of this type of tourism will both improve and improve the life of many difficulties, while preserving and promoting the cultural characteristics of the ethnic minorities here, and will contribute to expand tourism areas, diversify tourism types of Tuyen Quang province.

### **Keywords**

Community ecotourism, cultural value, Tay ethnic group.



*Hồ Nà Nua, thôn Tân Lập, xã Tân Trào*



*Gia đình chị Triệu Thị Thành, thôn Tân Lập, xã Tân Trào làm món cơm lam truyền thống*



*Làng văn hóa, du lịch Tân Lập, xã Tân Trào, huyện Sơn Dương, Tỉnh Tuyên Quang*



*Du khách thích thú trải nghiệm hoạt động xay lúa, giã gạo tại Làng văn hóa, du lịch Tân Lập*



## MEASURES OF SUSTAINABLE COMMUNITY - BASED TOURISM DEVELOPMENT IN TUYEN QUANG PROVINCE

Nguyen Manh Tuong, Nguyen Huu Dung

*The University of Finance and Business Administration*

### Abstract

Tuyen Quang is a locality with many advantages for tourism development, especially community - based tourism development, but in the process of developing community based tourism, Tuyen Quang is only at an initial stage, not really attracting the attention of organizations, individuals and businesses to develop sustainable community – based tourism. Especially, under the impact of Industry 4.0, Tuyen Quang needs solutions to contribute to sustainable community- based tourism development. Therefore, requiring the locality to focus on training human resources, selecting typical tourism products, strengthening the role of the authority and people, expanding international cooperation, ... will contribute to community - based tourism development in a sustainable way.

### Keywords

Tourism, community, sustainable, industrial revolution 4.0.

## 1. INTRODUCTION

Community - based tourism has existed and appeared for a long time in the world. In Vietnam, community - based tourism has developed strongly in many localities, such as: Hoa Binh, Ha Giang, Lao Cai, Quang Ninh, Hue, Quang Nam, Ben Tre... For Tuyen Quang province, the locality has many favorable conditions to develop sustainable community - based tourism such as: the geographical position very close to Hanoi capital, Quang Ninh, Thai Nguyen, Lao Cai; 22 ethnic groups living with a variety of lifestyles, culture; many beautiful natural landscapes such as Ban Ba Waterfall, Na Hang Lake, Mo Waterfall and My Lam Mineral Spring; Especially, this place used to be a resistance capital with many revolutionary historical relics preserved up to now... At the same time, the attention of the People's Committee of Tuyen Quang province (proposed plan No. 51/KH-UBND on Tuyen Quang tourism development 2016-2020, orienting Tuyen Quang to develop its tourism in the near future.

## 2. CONCEPTS AND CRITERIA FOR SUSTAINABLE COMMUNITY - BASED TOURISM DEVELOPMENT

### 2.1. Concept

Sustainable community - based tourism is a type of tourism that is organized, managed and mastered by the community on their own to bring economic benefits and protect the common environment through introduction to tourists about the local characteristics (landscape, culture...). Therefore, sustainable community - based tourism has the following types of tourism: Ecotourism, agricultural tourism, rural tourism, village tourism, ethnic or indigenous tourism, and cultural tourism...

*Ecotourism*: is a form of tourism that takes place in natural areas and get to know local cultural and social identities with attention to environmental issues.

*Cultural tourism:* is one of the most important components of community-based tourism from culture, history, spirituality ... is the main attraction of the local community.

*Agricultural tourism:* is a form of agricultural tourism such as orchards, agroforestry farms. Tourists see or engage in agricultural production practices such as working with farmers' tools or harvesting without affecting the ecosystem or productivity of the host family.

*Native tourism:* The place where ethnic minorities or native ethnics directly participate in tourism activities, their inherent culture background is the main factor to attract tourists.

*Village tourism:* Tourists share activities in village life, and rural villages derive economic benefits from tourism activities. The villagers provide accommodation and house renting services for guests to rest overnight. The accommodation is the main tourist business spots, in which tourists stay overnight in village houses, along with a family.

*Arts and crafts:* Tourism not only provides better business opportunities for the region's handicraft industry. In addition, tourism can help tourists learn more about the various and unique cultural and artistic heritage of local people [1].

Thus, sustainable community – based tourism is tourism that minimizes costs and maximizes the benefits of tourism for the natural environment and local communities, which are carried out long-term but do not adversely affect the benefits that they depend on.

## 2.2. Criteria

For sustainable tourism development, planning must be carefully made from the beginning to the end to bring benefits to the local community, respect culture, and preserve natural resources., educating tourists and the local community together to build hand in hand. Therefore, for sustainable community - based tourism, it is necessary to implement the following three criteria:

*Firstly, environmentally friendly:* Sustainable community – based tourism has an impact on natural resources in particular and the direct and long-term life of the people.

*Secondly, socially and culturally close relations:* Sustainable community – based tourism does not harm local social structures or the culture of the tourism development community. Encourage related sides (individuals, communities, tour operators, and local authorities) to plan, develop, monitor and educate related sides about their role in protecting traditional cultural values of people when participating in tourism services.

*Thirdly, economic development:* Sustainable community - based tourism needs to make economic contributions to the community and create fair and stable income for the local community as well as related sides, it brings benefits to employers, employees and surrounding people (locally).

Therefore, to develop sustainable community - based tourism, it requires local authorities and people to have a coherent and flexible combination to well implement the above criteria.

## 3. THE REALITY OF SUSTAINABLE COMMUNITY - BASED TOURISM DEVELOPMENT IN TUYEN QUANG PROVINCE

### 3.1. Advantages

*Firstly, the geographical location and natural landscape:* Located far from Hanoi Capital 165 km, neighboring 6 northern mountainous provinces, Tuyen Quang is known as one of the provinces with many outstanding "strengths" about types of tourism, such as cultural history, community culture, spirituality, ecological relaxation, it is not difficult to tell the tourist sites in

the province that have been gradually attracted strongly to domestic and international tourists. At the same time, Tuyen Quang is very close to Hung Temple, Pac Bo, Nui Coc Lake, Ba Be Lake, Tam Dao, Cho Chu, Thac Ba...

*Secondly*, many cultural and historical works, festivals: In Tuyen Quang province, there are 584 historical and cultural relics and scenic spots, of which 133 relics have been national ranking relics (there are 6 beautiful landscapes) and 250 provincial-ranking relics. Many revolutionary relics such as the Central Police Department (Son Duong); special National relic was the place for the 2nd National Congress of the Party (Chiem Hoa); Lao revolutionary relic area at Da Ban (Yen Son), Binh Ca relic (Vinh Loi, Son Duong), Khe Lau Victory relic area (Yen Son) .

In addition, Tuyen Quang has nearly 70 temples and pagodas not only famous for its being scared, but also has a long history and unique ancient architecture, with charming, primitive, mysterious landscapes like Lam Son temple, Canh Xanh temple, Mo Than temple, An Vinh pagoda, Hang pagoda, Pac Ta temple, Thac Cai temple, Phuc Lam pagoda, Bach Than temple, Uncle Ho temple... Over 40 festivals are held annually, of which The Ministry of Culture, Sports and Tourism recognized 8 national intangible cultural heritages. Typical areas are Tan Trao Special National complex, Kim Binh relic complex, ATK - Kim Quan Relic Complex, My Lam Mineral Springs Tourist complex, Na Hang Ecological Tourist Complex, Ban Ba Waterfall, Tien Cave, Khở lake; system of cultural works such as Thuong temple, Y La Mother temple, Minh Cam temple (Yen Son), Pac Ta temple (Na Hang)... And especially a series of traditional festivals rich in cultural values of the Tuyen Quang ethnic community, such as the Dong Tien Festival - Que market, Festival of Tong Tong, Cap Sac Feast of Dao ethnical people, Fire dance festival...

*Thirdly*, the leadership of the local agencies: In order to make tourism a key economic sector, Tuyen Quang province has issued an overall plan for tourism development from now to 2020 and vision towards 2030. With preferential mechanisms and policies for enterprises investing in the tourism sector to be implemented, currently, many large enterprises have committed to invest trillions of dong to develop tourism economy such as projects of Xuan Truong construction enterprises and VinGroup together with projects of development of Song Lo resort; Nui Rang and Phieng Bung eco-tourist resorts; Na Hang eco-tourism area with an area of primitive forests associated with more than 8,000 hectares of Tuyen Quang hydropower lake ... With many attractions about revolutionary sources and major festivals in the year, Tuyen Quang has gradually become a favorite destination of domestic and foreign visitors.

*Fourthly*, the number of tourists coming to Tuyen Quang is increasing: According to the valuaty of Tuyen Quang Provincial People's Committee: "The tourism industry in Tuyen Quang province has had strong breakthroughs recently. After six years, from 2010 to 2016, the number of visitors to Tuyen Quang nearly tripled. In 2010, there were only about 500,000 tourists to Tuyen Quang but in 2016 there were about 1.4 million and in 2017 reached 1.6 million, striving to attract 2.2 million times of tourists". With 285 tourist accommodation sites, including 4-star hotels, 3-star hotels and travel agency, restaurants with high professionalism, maximizing the accommodation needs of tourists [5].

### **3.2. Some limitations**

Tuyen Quang is a province with many favorable conditions to develop tourism, especially sustainable community - based tourism, but in the process of developing sustainable community - based tourism, Tuyen Quang has the following limitations:

*First*, the community based tourism has only developed initially: The district has gradually developed the type of community-based tourism (homestay), such as in the districts of Lam Binh, Na Hang, Son Duong and Yen Son... Through activities of "eating together, staying together, working together" with households, visitors have experienced and understood the life and culture of the local people. This is a type of tourism associated with the daily life of the people, visitors will be living with people, immerse in their daily work and get to know the traditional culture in the locality.

But now, this type of community - based tourism is still not really interested by all agencies, sectors and even households providing tourism services do not pay attention. As a result, many tourists said that community - based tourism products of the province is poor and not attractive compared to those of other provinces; facilities to serve tourists are not fully invested; the way to manage and guide tourists is not professional... Currently, most of community - based tourism products are ethnic food and drinks; exchange of culture, leading to a shortage of attraction of local tourist activities to the tourists..

*Secondly*, human resources for community - based tourism development are inadequate and limited: Tuyen Quang is a northern mountainous province with mainly agricultural economy, rural labor accounts for about 80% of the labor force. labor and career thinking of Tuyen Quang people are still limited, agricultural production is mainly based on customs and habits, especially in remote areas, ethnic minority areas, which have not focused on applying scientific and technical advances to production and life. Therefore, the training of tourism for people meets many difficulties. The vocational training in general and vocational training for tourism workers have not met the requirements, there are still conditions of vocational training that are not suitable with the needs and conditions of learners, not yet associated with the local socio-economic development plan and labor demand of enterprises; The shortage of skilled labor remains popular in tourism; The rate of unskilled labor is still high, especially labor in the local tourism area [7].

*Thirdly*, there is a lack of close links between travel agencies and local people: In recent years, tourism in general and community - based tourism in particular have not been really strong link between the government - business - people. in tourism destinations to exploit local advantages, because the community based tourism is a unique type of tourism, promoting local strengths which are rich in cultural traditions and pristine natural beauty... attracting visitors to experience and explore. However, the type of community - based tourism has not been adequately developed. Besides, the people have not proactive and actively learned professional skills, foreign languages and community - based tourism mking skills, as well as investment in facilities... [8].

*Fourthly*, the community has not paid much attention to sustainable development: At present, Tuyen Quang community - based tourism has just had spontaneous development, tourism products are not competitive due to monotonous, and they have their own characteristics,... Therefore, it has not been attractive to tourists, there is few large delegations of tourists, the time of staying of tourists is not long... At the same time, facilities for community - based tourism in localities is limited, the knowledge about how to do community - based tourism of the people is not high, just do by experience, natural exploitation to attract tourists.

#### 4. SOLUTIONS FOR SUSTAINABLE COMMUNITY BASED TOURISM DEVELOPMENT IN TUYEN QUANG PROVINCE

*Firstly*, training human resources: In order to develop community - tourism for sustainable development of any locality, the training to improve the qualifications of workers has become urgent. In order to have human resources to meet tourism development in the current period, Tuyen Quang province needs to train human resources with the following skills: Labor safety and security; marketing skills (products, prices, promotions, locations, partners); conflict settlement and intercultural communication; cultural and environmental management skills; language skills; visitor management and customer care skills; Work ethic; product development skills (for handicrafts, entertainment, food and drink, etc.); language skills... Periodically, organize professional training courses for the managers and employees in tourism businesses; honoring typical tourism businessmen and businesses in tourism in the whole province; organize tourism professional contests to honor, improve professional skills, learn experience.

*Secondly*, select typical local tourism products combining widely advertised products to many people: Tourists always expect a unique product of any community tourism destination., there is no reason why they visit a tourist destination when it doesn't have a different product. Therefore, Tuyen Quang province needs to build key products and services to develop tourism, each tourist destination may have one or several tourism products such as natural landscapes, cultural relics, craft villages, local specialties... but the local community needs to unify the products that need to be focused on expressing their unique characteristics compared to other localities. Tuyen Quang needs to identify its local different products from neighboring provinces to have a more effective tourism development strategy in general and community - based tourism in particular.

In addition to building differentiated products, localities need to promote the use of mixed marketing tools such as: Building websites to promote local community tours, because the power of the revolution. Industry 4.0 has a great impact via the Internet such as Facebook, Twitter, YouTube, Flickr, LinkedIn... In addition, Tuyen Quang needs to promote community tours on travel guides such as: Guides for tourists in Vietnam through Exploring Vietnam, Lonely Planet - Vietnam, Vietnam Tourist Guidebook, Trip Advisor, Thorntree, Vietnam Sketch... At the same time, coordinate with tourism management board, travel companies, local tourism management agencies in building, advertising and promoting domestic and international tourism.

*Thirdly*, strengthening the role of authority and local people: The role of government and local people will determine whether or not to develop sustainable community - based tourism. The authorities at all levels of Tuyen Quang need to promote investment attraction, regional linkage to develop tourism, improve the efficiency of administrative reform, create an attractive investment environment; renovating tourism promotion and advertisement, inviting strategic investors to invest in building a synchronous and modern infrastructure system; proactively linking and cooperating tourism, connecting regional and inter-regional tours and routes; formulating and implementing mechanisms and policies to encourage organizations and individuals inside and outside the province to participate in tourism development activities. At the same time, focusing on fostering and training to improve the management and professional skills of state management officials in tourism; periodically organize skills contests for workers in the tourism industry... In the coming time, the province continues to improve tourism infrastructure, upgrade and gradually modernize cultural institutions... creating the important basis for attracting tourism development investors to achieve the goal of making tourism one of the three breakthrough fields of the province [2].

At the same time, synchronously developing tourism infrastructure, tourism material and technical facilities; formulating mechanisms and policies to attract investment in key tourist areas; create an environment to attract domestic and foreign resources, protect tourism resources and preserve the traditional cultural identities of the local ethnic minorities. Building a unified tourism management mechanism; synchronous tourism development planning; linking travel businesses into tourism exploitation and development...

*Fourthly*, to expand cooperation with domestic and international partners: Tuyen Quang needs to promote more and more regional and national links such as: Historical and cultural tourism, with a brand name "Capital of Liberation Area"; "Capital of Resistance" at Tan Trao Special National Historic complex, Kim Binh Special National Historic Site, Laos National historical relic complex in Lang Ngoi - Da Ban village, My Bang commune, Yen Son district. Ecotourism: Na Hang ecotourism area, Tat Ke - Ban Bung primary forest, Ban Ba waterfall, Tien Cave... Spiritual Tourism: System of communal houses, temples, pagodas in the province... Community - based tourism: Lam Binh homestay, Na Hang, Son Duong, Yen Son... Discovering tourism, spreading experience, relaxation - healing tourism: My Lam mineral spring... Especially, it is necessary to accelerate the progress of 15 key projects that Tuyen Quang called for investment in the period of 2017-2020 with many development projects tourism such as Song Lo resort; Nui Dum ecological tourist complex; Phieng Bung eco-tourism complex... [6].

In order to develop community tourism, it is important to preserve the local culture, which is also the desire of travelers when choosing the type of community - based tourism. Therefore, it is necessary to have the orientation and attention of the Party committees, authorities and related sectors to help ethnic minorities preserve the traditional cultural values, because of the rapid pace of urbanization at present, many traditional values are being lost.

## 5. CONCLUSION

For Tuyen Quang to develop sustainable community - based tourism, it requires the cooperation of people, authorities and businesses in planning tourism in a specific way, attracting investors, promoting provincial tourism potentials, especially construction of infrastructure, tourism technical facilities, upgrading of roads, electric power, water and post and telecommunication systems, construction of solid waste collection system, public car parks, tree planting, formation of tourist routes, construction of service, commercial areas, entertainment, construction of tourism website...

Along with the construction of new tourist areas, the province continues to pay more attention to the preservation and embellishment of historical, cultural relics and artistic architecture bearing the imprint and cultural identity of local. With ancient temples, pagodas and special festivals of ethnic groups such as: Caged Festival, Seasonal Festival, Gieng Tanh Communal Festival, Hang Pagoda Festival... bearing the cultural imprint of Local residents will contribute to the appearance and nuances of Tuyen Quang tourism. At the same time, there is a plan to train human resources for the tourism industry to meet the 4.0 revolution, forming a professional service way from every citizen, creating an attractive impression for tourists.

## REFERENCES

1. Asia Foundation - Vietnam Rural Industry Research and Development Institute, Hanoi, 2012.

2. Tuyen Quang Provincial People's Committee, No. 51/KH-UBND "Plan on tourism development in Tuyen Quang province in the period of 2016-2020", 2016.

3. Tuyen Quang Provincial People's Committee, No. 1966/UBND-KGVX "Strengthening the state management in the province", 2019.

4. People's Committee of Tuyen Quang province, No. 800/QĐ-UBND "Decision on approving environmental impact assessment reports of investment projects on construction of tourist infrastructure works in Na Hang eco-tourism complex, district Na Hang, Tuyen Quang province", 2017.

5. <http://baodientutuyenquang@gmail.com>

6. <http://dulichtuyenquang.gov.vn>

7. <http://dangcongsan@cpv.org.vn>

8. <http://www.tapchithongtindoingoai.vn>

## **ĐÁNH GIÁ SỰ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG CỦA CỘNG ĐỒNG DỰA TRÊN PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI TỈNH TUYỀN QUANG**

**Nguyễn Mạnh Tường, Nguyễn Hữu Dũng**

*Trường Đại học Tài chính và Quản trị Kinh doanh*

### **Tóm tắt**

Tuyên Quang là một địa phương có nhiều lợi thế để phát triển du lịch, đặc biệt là phát triển du lịch dựa vào cộng đồng, nhưng trong quá trình phát triển du lịch dựa vào cộng đồng, Tuyên Quang hiện mới chỉ ở giai đoạn đầu, chưa thực sự thu hút sự chú ý của các tổ chức, cá nhân và doanh nghiệp vào phát triển du lịch dựa vào cộng đồng bền vững. Đặc biệt, dưới tác động của Công nghiệp 4.0, Tuyên Quang cần các giải pháp để đóng góp cho sự phát triển du lịch bền vững của cộng đồng. Do đó, đòi hỏi địa phương phải tập trung đào tạo nguồn nhân lực, lựa chọn các sản phẩm du lịch tiêu biểu, tăng cường vai trò của chính quyền và người dân, mở rộng hợp tác quốc tế... sẽ góp phần phát triển du lịch dựa vào cộng đồng một cách bền vững.

### **Từ khóa**

Du lịch, cộng đồng, bền vững, Cách mạng công nghiệp 4.0.

## SWOT ANALYSIS OF TOURISM DEVELOPMENT IN TUYEN QUANG PROVINCE IN THE CONTEXT OF THE REVOLUTION 4.0

Do Thi Thuy Phuong,  
Nguyen Thu Ha, Tran Dinh Tuan

*Thai Nguyen University of Economics and Business Administration*

### Abstract

Tuyen Quang province holds many potentials and strengths for developing tourism. During the past years, the province's tourism economy has achieved many significant successes. However, besides the positive aspects, Tuyen Quang's tourism still exists certain limitations and difficulties. Especially in the context of the 4.0 revolution, the province's tourism has many opportunities but also faces great challenges. The following article focuses on analyzing some strengths, weaknesses, opportunities and challenges of Tuyen Quang tourism economy in the context of revolution 4.0 through the SWOT matrix, thereby offering some solutions to develop tourism economy of Tuyen Quang province in the further time.

### Keywords

Tuyen Quang, tourism, the revolution 4.0.

### 1. SOME KEY FEATURES OF SWOT ANALYSIS

SWOT is a famous model that appeared around the 1960s and 1970s. The model was built by the authors: Marion Doshier, Otis Benepe, Albert Humphrey, Robert F. Stewart of Stanford Research Institute, Menlo Park, California. Since its inception, this model has been applied in many fields. SWOT stands for English words, respectively: Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats. Thus, SWOT analysis is the analysis of strengths, weaknesses, opportunities and challenges of the problem being studied. The model has 4 elements including 2 internal factors, including: Strengths, weaknesses and 2 external factors are opportunities and challenges. Through SWOT analysis, it will clarify the research problem, help us to look at the problem comprehensively, know the strengths to promote, the opportunities to take advantage of, and know the weaknesses and the challenges to actively adapt and overcome.



*Figure 1. SWOT model*



## 2. SWOT ANALYSIS OF TOURISM DEVELOPMENT IN TUYEN QUANG PROVINCE IN THE CONTEXT OF THE REVOLUTION 4.0

### 2.1. Strength

- *Having much strength to develop diverse types of tourism.*

Tuyen Quang is a mountainous province in the Northeast of Vietnam, about 165 km north of Hanoi. The natural area of the province is 5,870km<sup>2</sup> and the population is over 732,256 people. This is a province with a rich and diverse cultural life with 22 ethnic groups living together. Tuyen Quang province has much strength to develop various types of tourism including ecotourism, history, spirituality and cultural tourism.

With over 500 historical and cultural relics in the area, Tuyen Quang province is like a revolutionary museum of the whole country. Besides, the province is also a place to start, converge and intersect with the culture of ethnic minorities in the northern mountainous areas. Tuyen Quang is home to 22 ethnic groups, with a diverse culture and rich identity. People here have long had a reputation not only in appearance but also hidden beauty of kindness, affection and hospitality.

Tuyen Quang has many destinations that attract a lot of tourists such as: Tan Trao special national historical relics, My Lam mineral springs, Ba Be - Na Hang eco-tourism area, Ban Ba waterfall,... ranked at the national level such as: Mac Dynasty citadel, Ha temple, Thuong temple, Y La temple... Tuyen Quang hydroelectric lake is like "Ha Long on land" among thousands. Hydropower lake bed has dozens of "islands" large and small, possessing many hills and mountains. The highest mountain is Pac Ta, which is associated with the legend of local people subdued forest elephants with alcohol, using elephants to defeat invaders. Along with many beautiful waterfalls such as Khuoi Nhi waterfall, Khuoi Gun, Nam Me... and scenic 99 mountains in Thuong Lam, Khuon Ha and Lang Can communes (Lam Binh district).

In recent years, tourism activities of Tuyen Quang have had a positive change of sea. The number of tourists coming to Tuyen Quang is increasing; Tourism development activities have created more jobs, increased incomes for people, contributed to preserving and protecting the landscape and environment, promoting the national cultural identity.

After more than three years of implementing the Resolution of the 16th Provincial Party Congress, for the term of 2015-2020, Tuyen Quang province welcomed a total of more than 4.74 million tourists; Social revenue from tourism reached more than 4,123 billion. In particular, in 2018, the province welcomed more than 1.7 million tourists.

- *Homestay tourism is growing*

Tuyen Quang is a land rich in culture and history and ecotourism sites along with the diversity in cultural identities of ethnic minorities. This is a favorable condition to exploit tourism, including homestay community tourism.

With an industry labor force of up to 13,000 people in the province, homestay tourism development can really become a potential rich path for ethnic people here. Its effectiveness not only helps travelers to experience, enjoy food, cultural exchanges but also helps locals have the opportunity to exchange and access to the civilizations of other regions in the country and over the world. Moreover, it contributes greatly to hunger eradication and poverty alleviation for

people, preserving heritage, protecting the ecological environment, and being a tourism direction for sustainable development.

The whole province now has 35 households developing homestay services, concentrated mainly in the districts of Lam Binh, Son Duong, Na Hang and Yen Son with a number of destinations such as the cultural and tourist village of Tan Lap village, Tan Trao commune (Son Duong), tourist resort of Na Tong village, Na Dong village, Thuong Lam commune; Na Muong hamlet tourist site, Khuon Ha commune; Tourism destinations of Nam Diep village, Lang Can commune (Lam Binh),... From the beginning of 2019 to now, this service alone has attracted over 20,000 tourist arrivals, contributing greatly to raising the revenue. Enter for the locals.

- *Having many special and famous festivals*

Tuyen Quang has many special festivals such as Thanh Tuyen Festival, boat racing festival, Huong Nghiem pagoda festival, Ha temple festival - Thuong temple - Y La temple, Tran temple procession procession and street festival... Including many relics of temples and pagodas that have become strong in developing spiritual cultural tourism of the locality, attracting a large number of tourists every year.

Up to now, Thanh Tuyen Festival has been built into a unique tourism product of Tuyen Quang province. Methods of organizing festivals increasingly professional, methodical; unique parade models, long festival times and associated with provincial cultural events and many interesting activities. Thanh Tuyen Festival has been recognized the Vietnamese Record-stroke "The festival with the largest models of lights in Vietnam", "The largest moon cake tray in Vietnam", "The biggest pair of military pull lights in Vietnam". Promotion through various forms, including investment in building a separate website [www.lehoithanhtuyen.com.vn](http://www.lehoithanhtuyen.com.vn); performed an introductory excerpt of the "Dao weddings" with the model performance of "Family of chickens and fowl" at walking space in Hoan Kiem Lake - Hanoi (2017); perform two models of Mid-Autumn Festival "Song Lan Ho Hoi" and "Golden Dragon with Thanh Tuyen Festival" (2018) creating a resonance to attract tourists; Tuyen Quang province also organized and maintained traditional local festivals that attracted a large number of tourists such as: Huong Nghiem pagoda festival (An Khang commune); Song Linh communal house festival, Gieng Tanh communal house (Kim Phu commune), Lang La communal house festival (Chan Son commune); the Tong Tong festival of the Tay people... has promoted and attracted numerous tourists and people.

- *Infrastructure system is growing*

The system of tourist accommodation establishments, services, resorts and tourist sites of the province is continuing to develop. The whole province now has 288 accommodation establishments, more than 200 restaurants with large scale; 10 tour operators; two tourist spots up to the standards for granting sign boards to serve tourists; tourist transport services with the participation of businesses and individuals inside and outside the province; 653 historical and cultural relics, including three special national monuments; 138 national historical sites; 10 intangible cultural heritage at the national level. Tourist areas and areas have focused on developing new tourist products, diversifying tourism products, improving quality, and meeting increasing demands of tourists. Therefore, in 2017 and 2018 attracted 3,351,500 visitors. The total social revenue from tourism reaches 2,936 billion dong. Create jobs for about 14,300 tourism service workers.

## 2.2. Weaknesses

- *Tourism development is not commensurate with the existing potentials and strengths*

Tuyen Quang has great potential for tourism development. In recent years, tourism activities of the province have been focused and achieved many important developments. However, this activity is facing many difficulties; development is not commensurate with the existing potentials and strengths.

- *Developing homestay services is still limited*

Currently, all types of tourism in Tuyen Quang have not been exploited effectively. Although rich in prospects, exploiting homestay services in Tuyen Quang still faces many difficulties that need to be addressed, as transport infrastructure and tourism facilities at some tourist destinations in villages and hamlets making tourism. The community calendar is still in difficulty, funding for support, investment, and socialization of tourism activities to serve customers is limited. Moreover, tourism awareness of the people is incomplete, due to the fact that the human resources involved in tourism have not been well-trained, communication skills, and participation in tourism business activities.

Most business households just stop at two forms: enjoying traditional cuisine and cultural exchange. The community based tourism services in Tuyen Quang are still sketchy, lack of creativity, not really attractive to create a sustainable brand in the hearts of visitors. The level of community participation is still only in the provision of small, unprofessional services.

While there is no specific model that applies to all homestays in different regions, certain criteria are still needed. Services accompanying homestays need to be implemented more effectively such as souvenirs, dining, entertainment, experiencing agricultural and handicrafts; Discovering the national cultural heritage, traditional festivals, and at the same time should build a consumption model of specific tourism products associated with tourism.

- *Infrastructure for tourism is limited and not synchronized*

Enterprises doing business in travel, transportation of tourists, accommodation and shopping establishments in Tuyen Quang province are still few in number and limited in capacity; There are not many entertainment spots for tourists; Tourism activities are still small, not really professional; infrastructure system, technical materials for tourism are not synchronized; funding for tourism activities is not commensurate with the need for development investment; site clearance for investment projects in tourist areas has not yet ensured progress. Products, goods, souvenirs are not plentiful; the system of hygienic works in tourist areas and places is still lacking and not yet meeting the standards of public toilets for tourists.

These are weaknesses that need to be soon overcome to develop Tuyen Quang's tourism to become a key economic sector of the locality in the coming time.

## 2.3. Opportunities

- *Tourism development planning is focused by the province*

The Prime Minister has approved the Master Plan for the development of Tan Trao National Tourist Area, Tuyen Quang Province, until 2030. At the same time, the province has established a dossier and ranked by the Ministry of Culture, Sports and Tourism. special national

relics: Tan Trao special national monument, special national monument site of the Second National Congress of the Party, Chiem Hoa district and the national landscape area especially Na Hang - Lam Binh. Tuyen Quang continues to coordinate with Bac Can province to compile a dossier to build Ba Be Natural Heritage Area (Bac Kan Province) - Na Hang (Tuyen Quang Province) and submit to UNESCO for recognition as a World Natural Heritage. Complete the master plan on preserving, renovating, restoring and promoting the value of historical sites. The venue for the Second National Party Congress of the Party; deploy to develop a spiritual tourism development project; Deo Ga Stop Point project is associated with community based tourism in Phuc Thinh commune, Chiem Hoa district. To complete the planning of a number of points such as: Planning the entertainment and convalescence resort for Tinh Huc; deploying Bach Thao Ngan park project; spiritual cultural and historical tourist sites in Tuyen Quang city; to complete the investment in roads in Lam Vien Phieng Bung tourist area, under Na Hang eco-tourist site; investing in trunk roads linking the center of Hong Thai commune adjacent to Bac Can province, under the Na Hang eco-tourism resort tourist infrastructure project; infrastructure investment of Dong Tien landscape and beauty spots (Ham Yen); My Lam mineral spring tourist area; Community tourism area in Lam Binh district.

Identify tourism as a comprehensive service economy, multidisciplinary, inter-regional, highly socialized and with profound cultural content, capable of making major contributions to economic development, creating many jobs, economic restructuring and motivation for other sectors and fields to develop, bringing about many economic, cultural, social, political, foreign, security and defense benefits. Tuyen Quang province has focused on developing industrial products, handicrafts, traditional craft villages, and high quality agriculture for economic development and tourism. Some tourism products of the province are affirming their brands such as: Tourism festivals; Historical and cultural tourism; Spiritual tourism: forming the brand name "Sacred land", "Model land"... Eco-tourism and convalescence such as My Lam mineral spring tourist area has attracted 6 large enterprises investing in tourism services, including Vinpearl Tuyen Quang Resort and Resort, investing in the item: Resort and Villas; Medical service area with hot mineral water therapy; hot mineral areas; Service area, My Lam golf course. Investment project on building golf course and Mimosa eco-tourism village... This will be a condition to turn My Lam mineral spring tourist resort into a high-class integrated tourism service, creating momentum to promote Tuyen Quang tourism. Na Hang Ecotourism Area is located in the protected area of the National Monument, especially Na Hang - Lam Binh Nature Reserve, which is a favorable condition to attract tourists, especially tourists. Internationally, when Ba Be Natural Heritage Area (Bac Kan Province) - Na Hang (Tuyen Quang Province) was recognized by UNESCO as a world natural heritage site. Along with that is the development of community-based tourism: Four community tourism sites of Lam Binh district have been built and recognized, namely Na Tong village, Na Dong village (Thuong Lam commune), Na Muong village (Khuon Ha commune) and Nam Diep village (Lang Can commune). Currently, these community-based tourism sites are attracting a lot of tourists to experience, becoming the typical community tourist destination of the province and being jointly invested and exploited by tour operators.

- *Awareness of people, businesses and agencies is increasing*

Awareness of people, businesses and levels, sectors, units and localities on the position and role of tourism activities has gradually been raised, showing an open and sincere attitude towards tourists and achievements. State management of tourism has been strengthened; create favorable

environment and attract investors; The result has attracted a number of capable and professional large enterprises to invest in tourism activities and are developing tourism projects; focus on mobilizing resources for investment in tourism infrastructure, material and technical foundations; establishment of tourism development support fund; tourism promotion and promotion has been carried out in many forms and larger scale and have had certain effectiveness; conservation and promotion of historical, revolutionary and traditional cultural values in service of tourism development are concerned; cooperation and cooperation in tourism development are increasingly strengthened; many tourism products have been formed clearly and highly appreciated by tourists with outstanding tourism products such as Thanh Tuyen Festival, Lam Binh community tourism, My Lam mineral spring tourism, Na Hang eco-tourism, Spiritual tourism, tourism to the source (Tan Trao).

- *Many festivals and programs have been successfully organized*

Successfully organizing cultural and tourism events to attract tourists such as the First National Dao Cultural Festival and Thanh Tuyen Festival 2017, Dong Tien Festival - Country Market, Temple Festival Thac Cai, Thut Market Festival (Ham Yen), Cage Tong Festival (Chiem Hoa, Na Hang, Lam Binh), Fire Festival in Hong Quang Commune (Lam Binh), Gieng Tanh Festival (Yen Son), Festival Ha Temple, Hang Pagoda Festival (Tuyen Quang City); ... contribute to the preservation and promotion of traditional cultural values, attracting a large number of tourists from inside and outside the province to attend. The inter-regional, inter-provincial and international cooperation has been strengthened in order to exploit and develop tourism such as regularly exchanging professional activities, management and exploitation of tourism development; through live meetings, conferences, seminars, field surveys with state management agencies and tourism businesses of the provinces included in the development cooperation program "Through heritage areas North Vietnam"; and international ones such as Chau Van Son (Yunnan - China), Xieng Khouang (Laos), South Korea; signed a cooperation agreement between Tuyen Quang and Ha Giang province, including the field of tourism development in Tuyen Quang reservoir - Ha Giang ... to diversify and develop the market of tourist sources as well as attract investment in tourism.

## 2.4. Threats

- *Pressure to compete with other tourist destinations*

Tuyen Quang has many potentials and strengths in tourism development. However, due to the similarity of natural conditions, historical and cultural values, some provinces in the Northern midland and mountainous areas such as Bac Kan, Cao Bang, Thai Nguyen ... also have tourism products. This has greatly affected Tuyen Quang's tourism market and posed a major challenge in attracting tourists. Not only competing with neighboring provinces, the current trend of international integration has also increased the pressure of competition with other provinces and cities nationwide and competing with other countries in the world.

- *The development of Science and Technology 4.0*

In the context of the current 4.0 industrial revolution, the strong development of science and technology brings many opportunities but also poses many challenges for tourism activities. Local localities, provinces and cities in the country are stepping up the application of new science and technology to the tourism industry is also a great challenge for Tuyen Quang tourism

because if not timely applying science and technology 4.0 For tourism management, promoting tourism, booking tours and paying online, exchanging information online ... the tourism of Tuyen Quang province will be lagged and lose the market share of tourism to competitors.

### **3. SOLUTIONS TO DEVELOP TOURISM OF TUYEN QUANG PROVINCE IN THE CONTEXT OF THE REVALUATION 4.0**

The fourth revolution affects every aspect of economic and social life. In particular, the revolution significantly affects the development of tourism in general and Tuyen Quang province in particular. Revolution 4.0 created many opportunities but also posed difficulties and challenges for the tourism industry in Tuyen Quang province. In order to develop the province's tourism in the context of the 4.0 revolution, Tuyen Quang province needs to promote its strengths, overcome weaknesses, take advantage of opportunities and take measures to adapt to the challenges of the digital revolution.

*Firstly*, it is necessary to take advantage of the potentials and strengths of the region, optimally exploit the potentials to develop the province's tourism types. Tuyen Quang Province needs to develop a provincial tourism development strategy to 2025 with a vision to 2030, in order to identify the goals and effective modes of operation by harmoniously combining traditional tourism and modern tourism.

*Secondly*, it is necessary to focus on developing an attractive and diversified tourism environment in Tuyen Quang province, such as adding new products and forms of tourism. Pay attention to investment in developing homestay tourism with green, clean and beautiful tourist destinations, dealing with friendly, welcoming and hospitable tourists.

*Thirdly*, take advantage of the industrial revolution 4.0 to promote and develop tourism and promote the development of online tourism. Complete the websites of the localities, tourist units, update information and promptly provide the provincial tourism websites. Focus on booking and paying for tours online on travel websites. Promptly prevent unhealthy information on websites. Develop tourism websites using languages of countries with many tourists or have great tourism potential, such as English, Chinese, Japanese, Russian, French, etc.

*Fourthly*, it is necessary to focus on training and fostering flight attendants and officials to meet the development needs in the digital age. Change tourism training programs in schools in the area towards increasing digital skills (such as the Internet of Things or artificial intelligence...) and increasing foreign languages.

*Fifthly*, the deployment of extensive tourism promotion programs for pupils and students because of the spread of this young object is very significant, enhancing the role of education and training institutions in promote tourism images, especially Tan Trao University of the province.

*Sixthly*, Tuyen Quang province needs to develop many mechanisms to encourage domestic and international investors to build a number of smart restaurants and hotels in order to expand the ability to meet the needs of tourists, especially are foreign tourists.

*Seventhly*, the province should encourage topics, project programs of experts, scientists ... on the construction and development of tourism products of the province.

Tourism of Tuyen Quang province is facing the requirement of proactively seizing opportunities and overcoming challenges, identifying appropriate directions and solutions for

breakthrough development in the context of the current 4.0 revolution. The thorough and synchronous implementation of solutions will contribute to the development of tourism in the province.

## REFERENCES

1. Le Quang Dang, Do Thi Nga (2014), Analyzing current situation and proposing solutions to develop tourism economy in Thai Nguyen through SWOT matrix, Journal of Science and Technology.
2. Humphrey Albert, (2005), "SWOT analysis for Management Consulting", SRI international (Stanford Research Institute).
3. Ngo Van Luoc, Ngo Thuy Lan (2018), Developing Ba Ria - Vung Tau Tourism in Industrial Revolution 4.0, National University Press, Ho Chi Minh City.
4. <http://baodantoc.vn>
5. <https://baoquocte.vn>
6. <http://dulichlambinh.gov.vn/>
7. <http://dulichtuyenquang.gov.vn/>
8. <https://nhandan.com.vn>
9. <http://tuyenquang.gov.vn/>

## PHÂN TÍCH SWOT VỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH TỈNH TUYỀN QUANG TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG 4.0

**Đỗ Thị Thúy Phương, Nguyễn Thu Hà, Trần Đình Tuấn**  
*Trường Đại học Tài chính và Quản trị Kinh doanh Thái Nguyên*

### Tóm tắt

Tỉnh Tuyên Quang có nhiều tiềm năng và thế mạnh để phát triển du lịch. Trong những năm qua, kinh tế du lịch của tỉnh đã đạt được nhiều thành tựu đáng kể. Tuy nhiên, bên cạnh những mặt tích cực, du lịch Tuyên Quang vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế và khó khăn nhất định. Đặc biệt trong bối cảnh của cuộc Cách mạng 4.0, du lịch của tỉnh có nhiều cơ hội nhưng cũng gặp phải nhiều thách thức to lớn. Bài viết dưới đây tập trung vào phân tích một số điểm mạnh, điểm yếu, thời cơ và thách thức của kinh tế du lịch Tuyên Quang trong bối cảnh Cách mạng 4.0 thông qua ma trận SWOT, từ đó đưa ra một số giải pháp nhằm phát triển kinh tế du lịch tỉnh Tuyên Quang trong thời gian tới.

### Từ khóa

Tuyên Quang, du lịch, Cách mạng 4.0.

## **NONGHAN RUINED CITY'S LEGENDS: THE CULTURAL CAPITAL FOR TOURISM OF NONGHAN BASIN, SAKON NAKHON PROVINCE, THAILAND**

**Surachai Chinnabutr, Kanjana Chantaduang**  
*Sakon Nakhon Rajaphat University*

### **Abstract**

Nonghan, Sakon Nakhon Province was the second largest freshwater lake in Thailand. It has a long history, which appeared in the legendary such as the white barking deer legend (ตำนานกึ่งเขือก), the white squirrel legend (ตำนานกระรอกค้อน), Uranggadhat tale (อุรังคชาตุนิทาน) and Phadeang - Nang Ai literature (วรรณกรรมผาแดงนางไอ่) . The researcher collected the folk narratives around Nonghan basin and used to analyses by methodology in folklore. This article aimed to study the myths and folk narratives describing the history of Nonghan and the collapse became a large marsh.

The study founded that the white barking deer legend is a legend that appeared in the chronicle of Sakon Nakhon province. It explained the cause of the sinking of the ground became a large marsh causing various small islands that leded to historical and cultural stories of Sakon Nakhon province. Besides, the legendary white squirrel legend, also described the collapse of the city, Ekchathita which became a large marsh because people ate the white squirrel meat. Moreover, Uranggadhat legend (Phra That Phanom myth) also described the prosperity of Nonghan luang and the collapse of the city. As for the literature of Pha Daeng Nang Aii, it explained the collapse of Nonghan luang city as well. This study reflected the story of the belief and sacredness of the place that appeared in the story Nonghan basin of Sakon Nakhon province to be used as a cultural capital for sustainable ecotourism development in Nonghan basin.

### **Keywords**

Nonghan ruined city's legends, The cultural capital, Nonghan basin.

### **1. INTRODUCTION**

Around the end of July 2017, there was a major flood in Sakon Nakhon Province, causing a lot of suffering to the villagers. Some of them were destitute and at that time, it was not the first occurrence of flooding for Sakon Nakhon. In the past, it got a major flood affecting the city submerged in the ground. Both major occurrences came from the greed of human as well. For the first flood event, Sakon Nakhon people believed that it was caused by supernatural power. In the chronicle of Sakon Nakhon mentioning about Phraya Surautaka, ruling the Nong Han Luang city, was not satisfied with Phraya Tanamun Nak supervising the territory of the city. Therefore, he wanted to show his supernatural power by carrying a sword and wielding it along the Mul river to intimidate Phraya Tanamun Nak, with the result that, Tanamun Nak was so angry and fought with him. No one lost, and no one won. Later on, Thanamun Nak was so angry that he commanded the armies of the snakes to destroy the city. Thanamun Nak transformed into a white barking deer to wangle the villagers to catch him. The hunter caught and killed him. After that,



the hunter brought the meat to Phraya Surautaka to eat. Thanamun Nak made a supernatural power to make the white deer as big as an elephant. The hunter gave the meat to all villagers to eat but they could not eat it all. At night, Thanamun Nak ordered all the snakes to dig the ground down then used the cube to capture Phraya Surautoke and dragged him to the Mekong River and he died later. (Khunsrinakornrananurak, 1924: 4-7)The legend of Pha Daeng - Nang Ai, was another myth that confirmed the collapse of the city into an awamp caused by the actions of the Naga, which in this legend had some links to see the history. The story and the history of Nong Han Luang and Nong Han Noi related to the brotherhood. The story involved the tragedy about unrequited love. Hence,the legend tried to point out the cause of the collapse of the city, the quarrel between the people and the Naga (Preecha Pinthong, 1994).According to the legends and the narrative, the researcher tried to reveal the important cause of the collapse of the city becoming a large swamp. It was a legend telling about the large swamp having the city under it. In addition, the legend revealed that the penalty for the destruction of “the nature (Naga)”. In addition,the legend was also used to describe about the geography and many places in Sakon Nakhon province. Also, it could confirm the importance of the place, showing the sacred beliefs and traditions that were hidden in the legend because these legends were the explanation or confirmation of the importance of the ritual. Nowadays, most communities have brought these kinds of matters for the sustainable tourism.The legend of collapsed Nong Han was considered to be a cultural capital for tourism, especially ecotourism, tourism based on nature, Moreover, there were some cultural studies providing benefits on conservation and creating the satisfaction for visitors.Urangakhatat, the legend of Phra That Phanom: The primary source of the the collapsed Nong Han legend Urangkhatat was another legend used to tell the history of Nong Han Luang (Sakon Nakhon). It was compiled by Phra Srichaichumpoo, the confidant soldier of King Suriyawongsa of Lan Chang because of this document had many expressions and was widespread around the Mekong River Basin. And at that time King Suriyawong ascended the throne, therefore, it was also the opportunity to honor him (Surachai Chinnabutr, 2016: 1-34). The legend said about the history of both Nong Hans that in the past, they had not been the swamps before. The story occurred because Phraya Surautoke showed his power walking with a sword on the Mulanatee River. Thanamun Nak who looked after the river, was very angry that he was walking on his head.Therefore,Thanamun Nak told his serpents to destroy the city down into swamps. After that, the rest of the people migrated to build their houses along the river, so it was called Nong Han Luang. (Fine Arts Department, 1940: 58). The legend of Nong Han Luang was expanded that why Phraya Surautaka had to fight with Thanamun Nak.



Figure 1: Sakon Nakhon City Gate.

## 2. SAKON NAKHON CHRONICLE: FROM URANGGADHAT TALE TO THE STORY OF NONG HAN PEOPLE

Chronicles were the stories related to the circle of kings. Nong Han Luang was ruled by the king, so there were some strange stories concerning this city. Besides the study of the documents, from the villagers was another way to study about Nong Han Luang. According to the document of Sakon chronicles, Sakon city was the a part extended from the legend of Uranggadhat which Phraya Prachantapathetthani, the ruler of Sakon Nakhon province and Phra Anubansakonkhet, Permanent Secretary of Sakon Nakhon Province and the Department of Political Affairs compiled the stories from the documents and hearsay of villagers for new generations to study and named “The Legend of White Van”. Later on, Deputy Amat Ek Phraya Anubansakonkhet (Mek Phrommasaka) passed away. Khunsrinakaranurak, the son and the sheriff of Pha That Choeng Chum, published the chronicles of Sakon Nakhon city as a memorial to his father’s cremation (Khun Srinakaranurak, 1920: 1-9). In conclusion, Khun Khom Rajabutra, the ruler of Inthapatra Nakhon, brought his family to settle down at the edge of Nong Han, in Tha Nang Arb area, and named the city Nong Han Luang. He had one son named Phraya Surautaka who was born with a fountain near the city. When Phraya Surautaka was 15 years old, his father passed away, so the villagers invited him to become the ruler. He had got two children, whose names were Chao Pingkala and Chao Khamdaeng. One day, Phraya Surautaka inspected the city and came to the Mulanatee River, a dividing line between Nong Han and Inthapatra Nakhon, along the Mulanatee River that Khun Khom and the governor of Inthapatra Nakhon assigned Thanamun Nak the caretaker. Phraya Surautaka was angry with his father and grandfather authorized the beast to govern the city. He drew his sword and walked along Mulnatee River and performed a super powerful fighting. Thanamun Nak was very angry, so he fought with him and there was no defeat. Phraya Surautaka brought his people back to the city. For Thanamun Nak, he was very angry and followed Phraya Surautaka at Nong Han Luang and told people to transform into the beautiful white vans walking through the city to three Pho trees. When people saw them, they reported to Phraya Surautaka, so he ordered the hunter to catch the white vans (catch on or dead). The hunters surrounded the herd of the vans, transformed by the Nak soldiers. All of them escaped and disappeared, but only Thanamun Nak existed. He tricked the hunter and his people into the forest. He pretended that his legs were painful. Then, the hunter and his people could not catch him on, so he shot with a crossbow and a ball bearing mixed with poison. Then, the white van was dead.



Figure 2: Phraya Surautaka of mueang Nong Han

After the white van was dead, Phraya Nak then made an effect on the body of Phraya Nak as big as an elephant. Then, the hunter told the people to lift the carcass of the white van, but they could not, too heavy. Therefore, they took it to Ban Pho Samton, when arriving the edge of Nong Han Luang, they could continue dragging it.



*Figure 3: Phraya Surautake to fights with Thanamun Nak.*

The hunter told Phraya Surautaka about the matter. For this reason, Phraya Surautaka ordered the hunter and the people at Nong Han Luang to cut the van meat for 3 days 3 nights, but they could not finish it. The flesh of the van was still more and more. After Phraya Surautaka had eaten the van meat, he was satisfied because it was more delicious than other meat. At night, while people were sleeping deeply, Thanamun Nak commanded his subordinates to dig the land of Nong Han Luang to fall over. Thanamun Nak went directly to catch Phraya Surautaka with the lasso and dragged him down to Thonnatee (Mekong River) until he died. After that, Thanamun Nak brought the body of Phraya Surautaka to give back to Inthapatra ruler, the original lineage. For Nong Han Luang city, Chao Pingkala, Chao Khumdaeng, civil servants, and people were aware before downing, then they tried to swim up to the island in the middle of Nong Han which people believed that it was Donsawan island. Chao Pingkala and Chao Khumdaeng took the people to settle down at Phone Mueng, at the edge and in the south of Nong Han Luang. After that they tried to find the place for building the city. They found a moat through Chueng Chum as a suitable location. At that time, there was a serpent named Suwan Nak, guarding the lord Buddha's footprint, made gold flakes from the ground. And they appointed Chao Pingkala as the leader of Nong Han Luang city and named him Phraya Suwanna Pingkarn. He got married with Phranang Naraichengweng, the daughter of the ruler of Inthaphatra city. The route that Thanamul Nak dragged Phraya Surautoke down in Mekong River became the canal running from Nong Han Luang to Mekhong River. Many people called the canal of Karma (Khum River). For the route that the hunter dragged the dead white van became the canal flowing down in Nong Han Luang and so called "the Draggged Canal". Later on, Chao Khumdaeng went to occupy Nong Han Noi, therefore, Nong Han Noi and Nong Han Luang were brothers.



Figure 4: *Thanamon Naga captured Phraya Surautaka with a rope.*

Sakon Nakhon chronicle was a document that told the history of the province. The written notes were divided into 3 parts. Part 1 was about the family separation from Inthapat city, Cambodia, Part 2 was about the family separation from Kalasin city and Part 3 was about the family separation from Nakhon Phanom city. For part1, it was a story which was similar to the legend noted from the hearsay of elderly people. It was called " the Legend of white Van (albino barking) " which was related to the destruction of Nong Han Luang becoming the large swamp later. However, the perception of this legend was not as widespread as it should be. When tourism had influence on monetization, this hearsay was very important thing for the villagers using to generate income for their Nong Han Luang community.

The statues creation of the Phraya Nak fighting with Phraya Surautoke, the Cambodian ethnic groups or even the symbol of Sakon Nakhon city gate telling about Phraya Surautoke's legend or the legend of Nak also came from Nong Han Luang. Nowadays, the story about Nak is the way of life of people in Sakon Nakhon basin. Therefore, Nak is the main product promoting the income for people in this area such as movies concerning Nak, the Nak statues or even the ceremony to worship Nak, usually with seven or five heads, created from banana leaves that make good money for them. It is believed that this kind of ceremony, originating from Sakon Nakhon basin, is another way for people to earn money (author).

The Legend of the white squirrel: Some of the legends that described the Nong Han Luang. The legend was a story that was similar to the legend of Pha Daeng-Nang Ai. The legend had not been told about the story of the place but was only told in the neutral manner. Mr. Niyom Suphawut, a retired lecturer of Sakon Nakhon Rajabhat, brought the recorded story of white squirrel with Thai Noi character to be exchanged into the current Thai alphabets for the simplicity of reading and understanding. Currently, the legend of the white squirrel, featuring the excerpt from the origin of Nang Ai. The story was similar to Pha Daeng-Nang Ai, Nong Han Luang capsized into a large lake by the destruction of the Naga. And in the story, the name of the new character changed from Tao Pha Daeng to Tao Kumdaeng. The ending of the story was not the same as Pha Daeng-Nang Ai because it showed that the magic could help all people to revive and finally Pungkee and Nang-Ai became lovers.

This legend had a part that was different from the legend of Pha Daeng-Nang Ai because it might be due to the error of exchange lacking of the contents of the palm leaf noticed by the use of many repeated words. However, the white squirrel before was regarded as an important piece of literature that was a cultural capital for the owner to continue gaining the benefits from this

literature. Another legend of Pha Daeng - Nang Ai, a cultural capital that described the destruction of Nong Han, Sakon Nakhon

The legend of Pha Daeng - Nang Ai (Suphon Somchitsripanya, 1981) was a story that described the name of the places or landscapes of Nong Han, Kumphawapi District. This was to claim the ownership of the legend between Nong Han villagers at Sakon Nakhon and Nong Han villagers at Kumphawapi. However Nong Han Luang, Sakon Nakhon claimed that legend was partially related to the island, the upland in Nong Han as well, such as Nang Ai's Phraemon palace (handkerchief). This was the place when she threw the handkerchief into the river due to the Naga's following. Nang Ai dropped the handkerchief which was according to the words of the villagers at Ban Thawat. It was believed that it was in the area of Wat Klang Chiang Mai and Wat Mahaphrom and around the chapel at Ban Chom Chaeng and Ban Don Kaew area. In rainy season, if a lot of water was generated, it was a vortex where people believed that the Naga was trying to capture Nang Ai. From the author's study, the legend of Phra Daeng - Nang Ai was partially related to Nong Han Luang, but the belief among group of villages they believed that this legend was the property of Nong Han Luang as well. Therefore, using the legend as a capital to generate income for the community was the right of people at Nong Han Luang.

### 3. CONCLUSION

Nong Han Sakon Nakhon was the large basin which was very important for raising the lifestyle of multi-ethnic groups. Therefore, Nong Han was a part of life for people living around this area because of its abundant food sources.

When tourism could make money for the community, the search for cultural capital to respond to the income generation for the community was something that made people in each community with a long history awake and become interested in paying attention. The community then produce something called the identity of the community to respond the need of people outside their community, hence, the identity of each community was picked up to use.

Nong Han, Sakon Nakhon was an ancient civilization that had a long history and its own unique tradition culture. The legend of Nong Han destruction city was another cultural capital that the Nong Han people used as well as tradition for tourism. The destruction of city became the large swamp made by the action of Naga a mythical creature causing the flooding. Reproduction of this belief originated in all eras and eras. In the legend of Suwannakodom which was in the northern part, the collapsed city caused by the action of Naga. Likewise the legend of Singhonnawatsumam, when the villagers ate the white eels the city was collapsed.

Many legends found in the Nong Han river basin, including the legend of white barking deer, white squirrel, Pha Daeng-Nang Ai and even the myth of Urangkatat could be considered as one of the cultural capital that people used to tell the visitors story which showed that Nong Han was a sacred area where there was a story that where people going to Don Swan which was in Nong Han Luang, and it was not collapsed. They shouldn't talk about Pha Daeng-Nang Ai or the legend of white braking deer while taking a boat trip since it would cause danger from the invisible things. These beliefs would be with Nong Han forever.

### REFERENCES

1. Khunsrinakornranurak (1920). Mueng Sakon Nakhon Legend, reprinted as a commemoration of the royal funeral of Deputy Amat Ek Phra Anubansakonket (Mek Phrommasaka), Sakon Nakhon: Sophonphiphattanakorn Press.
2. Preecha Pinthong (1981). Pha Daeng-Nang Ai. Ubonratchatane: Sirithum Press.

3. Suphon Somchipanya (1981). The Influence of Local Literature on Pha Daeng - Nang Ai on the beliefs, traditions and festivals affecting to northeastern society. The research project of the Cultural Center of the Mahasarakham Teacher's College in collaboration with the Supervisor Unit, Department of Teacher Training, Ministry Education.
4. Siritwat Khumwansa (1979). Tao Pha Daeng - Nang Ai and fireball festival. Bangkok: Ministry of Education.
5. Sukanya Suchaya (1996). Pha Daeng - Nang Ai, Was Record of Lawa, Khmer and Naga. Acienc City Journal, Year 42, Issue 1 (Jan - March 2016) Page 97-1002.
6. Sarawut Thongkumsai (1986). Analytical study of Isan literature on Pha Daeng - Nang Ai. Master Degree Thesis, Thai Language, Graduate School, Srinakharinwirot University, Phitsanulok.
7. Somsak Sengsai (1991). Names of the cities which appeared in the literature about Pha Daeng - Nang Ai. Master of Science in Thai Studies, Graduate School of Srinakharinwirot University.
8. Surachai Chinnabutr (2016). Urangkatat, Tales of the Legend of King Liabloke, Isan Lan Chang edition: Inheritance and creation. Thai Journal of Education, year 12, Issue 1 (January - June) 2016.
9. Ariyanuwat Khemachari (1981). Pha Daeng - Nang Ai. Mahasarakham, Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University, Mahasarakham.

## TRUYỀN THUYẾT VỀ NONGHAN RUINED: THỦ ĐÔ VĂN HÓA DU LỊCH CỦA LƯU VỰC NONGHAN, TỈNH SAKON NAKHON, THÁI LAN

Surachai Chinnabutr, Kanjana Chantaduang

*Trường Đại học Hoàng gia Sakon Nakhon*

### Tóm tắt

Nonghan, tỉnh Sakon Nakhon là hồ nước ngọt lớn thứ hai ở Thái Lan. Nó có một lịch sử lâu đời, xuất hiện trong truyền thuyết như huyền thoại hươu sừng trắng (ตำนาน นน), huyền thoại sóc trắng (นน นน), câu chuyện Uranggadhat (เรื่อง ล น ต ต น น). Tác giả đã thu thập các câu chuyện dân gian xung quanh lưu vực Nonghan và phân tích theo phương pháp luận trong văn hóa dân gian. Bài viết này nhằm mục đích nghiên cứu các câu chuyện thần thoại và truyện dân gian mô tả lịch sử của Nonghan và sự sụp đổ đã trở thành một đầm lầy lớn.

Nghiên cứu cho thấy huyền thoại hươu sừng trắng là một huyền thoại xuất hiện trong biên niên sử của tỉnh Sakon Nakhon. Nó giải thích nguyên nhân khiến mặt đất chìm xuống trở thành một đầm lầy lớn gây ra nhiều hòn đảo nhỏ khác nhau dẫn đến những câu chuyện lịch sử và văn hóa của tỉnh Sakon Nakhon. Bên cạnh đó, huyền thoại sóc trắng cũng mô tả sự sụp đổ của thành phố, Ekchathita đã trở thành một đầm lầy lớn vì mọi người ăn thịt sóc trắng. Hơn nữa, truyền thuyết Uranggadhat (huyền thoại Phra That Phanom) cũng mô tả sự thịnh vượng của Nonghan luang và sự sụp đổ của thành phố. Đối với văn học của Pha Daeng Nang Aii, nó cũng giải thích sự sụp đổ của thành phố Nonghan luang. Nghiên cứu này phản ánh câu chuyện về niềm tin và sự linh thiêng của nơi xuất hiện trong câu chuyện lưu vực Nonghan của tỉnh Sakon Nakhon được sử dụng làm thủ đô văn hóa để phát triển du lịch sinh thái bền vững trong lưu vực Nonghan.

### Từ khóa

Nonghan hủy hoại thành phố truyền thuyết, thủ đô văn hóa, lưu vực Nonghan.

# KẾT NỐI VĂN HÓA CỦA NGƯỜI CAO LAN Ở TUYÊN QUANG VỚI CÁC DÂN TỘC HUYỆN LÂM BÌNH - TIỀM NĂNG TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG

Bùi Văn Khánh

*Trường Đại học Tân Trào*

## Tóm tắt

Có thể thấy xu thế phát triển du lịch hiện nay, văn hóa thường gắn bó chặt chẽ với hoạt động du lịch. Nhiều xu hướng du lịch, dòng chảy du lịch ra đời và phát triển nhanh chóng, trong đó có du lịch sinh thái cộng đồng. Tuyên Quang là một vùng đất hội tụ đầy đủ những lợi thế để phát triển loại hình du lịch. Các giá trị văn hóa của người Cao Lan ở Tuyên Quang và đồng bào các dân tộc ở huyện Lâm Bình có tiềm năng rất lớn trong việc phát triển du lịch. Vấn đề đặt ra làm thế nào để kết nối, khai thác văn hóa của người Cao Lan ở Tuyên Quang với cộng đồng các dân tộc ở Lâm Bình, tạo ra các sản phẩm du lịch mới hấp dẫn, phát huy hết các tiềm năng sẵn có để phát triển du lịch? Trong bài viết này sẽ đi sâu vào nghiên cứu những tiềm năng, việc kết nối và khai thác văn hóa của cộng đồng Cao Lan và các dân tộc ở Lâm Bình, đẩy mạnh phát triển du lịch sinh thái cộng đồng. Từ đó đưa ra các giải pháp để bảo tồn, lưu giữ văn hóa truyền thống của đồng bào các dân tộc nơi đây, góp phần tích cực trong việc phát triển kinh tế, xã hội và môi trường ở địa phương này.

## Từ khóa

Văn hóa, du lịch sinh thái cộng đồng, Lâm Bình, Tuyên Quang.

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Hiện nay mỗi quốc gia, dân tộc cần có sự hợp tác, kết nối trên nhiều phương diện để có sức hút, sức cạnh tranh. Việt Nam cũng không nằm ngoài dòng chảy đó. Ở các địa phương, đã và đang hình thành lên các liên kết vùng, khu vực, điểm trong hoạt động du lịch, tạo nên các chuỗi dịch vụ hấp dẫn, đạt hiệu quả cao.

Tuyên Quang với lợi thế, tiềm năng sẵn có, có địa vị trí địa lý thuận lợi, tài nguyên thiên nhiên phong phú, đa dạng, nơi cư trú của 22 dân tộc anh em, là một nguồn lực lớn trong phát triển du lịch. Trong đó có người Cao Lan, người Tày, người Pà Thẻn... Tạo nên một bức tranh văn hóa độc đáo, đa sắc màu. Tuy nhiên, làm sao kết nối văn hóa của đồng bào các dân tộc nơi đây để phát triển du lịch sinh thái cộng đồng?

Trong bài viết này tác giả đã sử dụng phương pháp tiếp cận văn hóa học và phương pháp điền dã dân tộc học: Một là, quan sát thực địa làm cơ sở thẩm định tư liệu đã có, thu thập thêm tư liệu mới. Hai là, phỏng vấn sâu cá nhân, tìm hiểu rõ hơn về nhận thức, thái độ, cách ứng xử của người địa phương về các vấn đề của văn hóa và du lịch.

## 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN

### Khái niệm về văn hóa

Thuật ngữ văn hóa (cultural) được nhiều học giả trên thế giới cũng như ở Việt Nam quan tâm, nghiên cứu. Cụ thể như nhà khoa học Xô Viết như N.N.Cheboksarov và I.A.Cheboksarova

định nghĩa văn hóa là “tất cả những gì do con người tạo ra, trong quá trình lao động chân tay và trí óc để thỏa mãn những nhu cầu vật chất và tinh thần khác nhau” [2]. Ở Việt Nam, Trong cuốn *Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam* Trần Ngọc Thêm định nghĩa: “Văn hóa là một hệ thống hữu cơ các giá trị vật chất và tinh thần do con người sáng tạo và tích lũy qua quá trình hoạt động thực tiễn” [3].

Từ những quan điểm nêu trên có thể kết luận văn hóa bao gồm tất cả các sản phẩm của con người sáng tạo ra. Văn hóa là nơi lưu giữ, thực hành những giá trị của cộng đồng, được nhận diện là vốn sống xã hội.

Trên cơ sở đó có thể nghiên cứu, tiếp cận văn hóa của cộng đồng người Cao Lan ở Tuyên Quang và các dân tộc ở huyện Lâm Bình. Qua đó có được góc nhìn toàn cảnh, sâu rộng về vùng đất này, để có một bước đi cụ thể, chiến lược lâu dài cho phát triển du lịch.

### **Khái niệm về du lịch cộng đồng**

Học giả Phạm Trung Lương có nhận định: “Du lịch cộng đồng là loại hình mang cho du khách những trải nghiệm về bản sắc cộng đồng địa phương, trong đó cộng đồng địa phương tham gia trực tiếp vào hoạt động du lịch, được hưởng lợi ích kinh tế - xã hội từ hoạt động du lịch và có trách nhiệm bảo vệ tài nguyên thiên nhiên, môi trường, bản sắc văn hóa cộng đồng [6].

Viện nghiên cứu và phát triển ngành nghề nông thôn Việt Nam có quan điểm “Du lịch cộng đồng là một loại hình du lịch do chính cộng đồng người dân phối hợp tổ chức, quản lý và làm chủ để đem lại lợi ích kinh tế và bảo vệ môi trường chung quanh” [5].

Như vậy có thể kết luận: du lịch sinh thái cộng đồng là mô hình kết hợp văn hóa cộng đồng với thiên nhiên. Các hoạt động du lịch này mang tính trải nghiệm, khám phá. Văn hóa của người Cao Lan ở Tuyên Quang và các dân tộc ở Lâm Bình có tiềm năng gì cho phát triển du lịch sinh thái cộng đồng? Đó là vấn đề quan trọng cần tiếp cận, nghiên cứu cụ thể, trên nhiều phương diện.

## **3. VĂN HÓA CỦA NGƯỜI CAO LAN Ở TUYÊN QUANG VÀ CÁC DÂN TỘC HUYỆN LÂM BÌNH - TIỀM NĂNG TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG**

Với người Cao Lan ở Tuyên Quang và các dân tộc huyện Lâm Bình chúng tôi tiếp cận theo hai phương diện văn hóa vật thể và văn hóa phi vật thể để có góc nhìn sâu, rộng về vùng đất này.

Người Cao Lan ở Tuyên Quang sống chủ yếu ở 3 huyện: Sơn Dương, Yên Sơn và Hàm Yên. Lâm Bình là nơi cư ngụ của của 14 dân tộc anh em, tạo nên một bức tranh văn hóa đa dạng, nhiều màu sắc. Trong bài viết này tác giả chỉ tập trung làm rõ văn hóa của đồng bào các dân tộc có nhiều tiềm năng trong việc phát triển du lịch, đã và đang tham gia vào hoạt động du lịch cộng đồng trên địa bàn.

### **Văn hóa vật thể**

#### **Nhà ở**

Nhà ở của người Cao Lan và người Tày Lâm Bình là nhà sàn gỗ, với lối kiến trúc cổ độc đáo, nhà thường có 3 gian hai chái, sàn thì được làm bằng tre rừng hoặc gỗ, mái được lợp bằng cỏ rành hoặc lá cọ, vách được đan bằng phên nứa, gỗ ghép... Việc dựng nhà của người Cao Lan đã được thiêng hóa rất cao qua các nghi lễ thờ cúng. Các dân tộc khác như người Dao, Pà Thẻn, H'Mông... ở thường ở nhà đất, ghép ván hoặc phên nứa, lợp lá cọ.

#### **Về công cụ sản xuất và kỹ thuật canh tác**

Các công cụ sản xuất của người Cao Lan và các dân tộc ở Lâm Bình rất phong phú, độc đáo như: gậy chọc lỗ (tra ngô, lúa), giỏ đựng thóc, cuốc bừa hay cái nạo, hài nhắt (gặt lúa), đòn



xóc (gánh lúa), chày gỗ (giã lúa), cào, cuốc, các loại trục gỗ (đập đất), cày, bừa, gùi, giỏ... Những công cụ lao động, sản xuất, đồ dùng sinh hoạt hàng ngày của mang tính độc đáo, tạo nên những giá trị văn hóa đặc sắc.

### ***Văn hóa ẩm thực***

Món ăn của người Cao Lan và người Tày Lâm Bình có nhiều nét tương đồng như: từ thịt rừng, cá suối, vịt bầu nấu măng chua, thịt lợn ướp chua, thịt gà hấp xôi, ốc đá dài, món canh thịt gà hoặc chim nấu với nõn chuối rừng, món canh rau rừng. Các món ăn chế biến từ lương thực như: cơm, cháo, khoai, sắn, xôi... Ngoài ra người Tày nhiều loại bánh mứt kẹo từ gạo nếp như: *bánh khảo, bánh lam, bánh giò, bánh chuối, bánh gai*... Nước uống hằng ngày được đun nấu từ các loại lá cây và các loại cây. Có thể nói rượu là một loại đồ uống không thể thiếu trong văn hóa người nơi đây: rượu thóc, rượu ngô, rượu đao, rượu sắn, rượu gạo tự nấu... Với người H'Mông nổi tiếng với món thắng cố uống với rượu ngô và đồ ngô, còn người Pà Thẻn là bánh sừng trâu, được làm từ gạo nếp.

### ***Về trang phục***

Trang phục người Cao Lan khá phong phú được phân ra như sau: trang phục ngày thường, ngày lễ tết, trang phục đám cưới, đám tang. Bộ trang phục nam: quần, áo có màu chàm hoặc nhuộm màu đen, một chiếc mũ nồi, guốc làm bằng gỗ. Trang phục người phụ nữ: một áo dài bên ngoài, một cái yếm ở bên trong, váy cũng được dệt bằng vải chàm, ở chân cuốn xà cạp với quai xà cạp dệt thổ cẩm, trên đầu có đội khăn.

Trang phục của người Tày là vải chàm, đen không trang trí hoa văn, họa tiết. Trang phục nam giới: áo cánh 4 thân, áo dài 5 thân, cổ tròn cao, ngực sê. Trang phục cổ truyền của phụ nữ Tày đa dạng và duyên dáng. Áo cánh dài, bên ngoài có 5 thân, xẻ nách, cài cúc tròn; chiếc áo cánh ngắn bên trong có bốn thân, màu sáng (trắng hồng, xanh), cổ tròn, xẻ ngực, có 2 túi nhỏ ở vạt áp, theo eo, ống tay nhỏ. Cùng với đó là chiếc thắt lưng, đã làm nên những nét rất riêng của phụ nữ Tày.

Với người Dao, H'mông, Pà Thẻn thì trang phục có nhiều nét khác biệt, đó là sự phong phú về màu sắc, hoa văn, họa tiết.

### ***Về văn hóa phi vật thể***

#### ***Tín ngưỡng***

Người Cao Lan thờ dòng họ, tổ tiên. Nổi bật cho hoạt động tín ngưỡng này là sử dụng tranh thờ những ngày lễ cúng. Người Cao Lan còn có tín ngưỡng thờ Thành Hoàng, Thờ Thần Nông, Tài Lịch, Bà Mụ Nam Đường, Màng Sên (vị thần coi sóc định mệnh của con người). Đáng chú ý là các hoạt động tín ngưỡng này sử dụng tranh thờ: Thần Nông, Địa Trạch...

Người Tày ở Lâm Bình thờ đa thần. Miếu Thờ Thổ Công chỉ là một cái lều nhỏ được đặt ở dưới gốc cây cổ thụ (cây đa, cây gạo). Trong tín ngưỡng nông nghiệp, hằng năm cứ vào mùa xuân người dân trong huyện Lâm Bình nô nức cùng nhau tổ chức lễ hội "Lồng tồng" (xuống đồng).

Người Pà Thẻn nổi bật với tín ngưỡng Nhảy lửa, Người Dao được biết đến với Lễ Cấp sắc. Đó là những nét độc đáo trong tín ngưỡng của đồng bào các dân tộc nơi đây.

#### ***Văn học, văn nghệ dân gian***

Văn học dân gian Cao Lan đến nay vẫn còn lưu truyền một số thể loại cụ thể như xịnh ca, thơ ca dân gian, truyện thơ. Văn nghệ dân gian vẫn còn nguyên vẹn gồm có: trống lớn, trống con, chuông nhỏ, chiêng, chập xeng, thanh la kèn tổ sêu, nhị, sáo và là trống tang sành. Các điệu

múa như: múa phát đường, múa giờ chia ly, múa chim gâu, múa xúc tép, múa đằm cá, múa thấp đèn, múa trống, múa Tam Thanh ...

Văn học dân gian của người Tày ở huyện Lâm Bình, khá phong phú về nội dung và thể loại như: tục ngữ, ca dao, thần thoại, truyện kể, truyện thơ, truyện cười, ngụ ngôn, đồng dao, câu đố... Trong đó, Then của người Tày là một hình thức nghệ thuật nguyên hợp đặc sắc nhất. Cùng với đó là dân ca trữ tình, tiêu biểu là hát sli. Đây là một làn điệu hát dao duyên.

#### *Văn hóa của một số các dân tộc khác*

Với bức tranh tộc người đa sắc màu, huyện Lâm Bình còn nổi bật với văn hóa của cộng đồng các dân tộc Pà Thẻn, H'mông, Dao... Các giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể của đồng bào nơi đây được lưu giữ và diễn xướng ở nhiều hình thức khác nhau: ngôn ngữ, chữ viết, phong tục tập quán, truyện, thơ, tục ngữ, dân ca, dân vũ, nhạc cụ, mỹ thuật... sáo Mông; hát đối giao duyên; múa khèn, dệt vải, thêu... được lưu truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác.

Như vậy, việc tiếp cận văn hóa của tộc người Cao Lan ở Tuyên Quang thành hai nhóm: văn hóa vật thể và văn hóa phi vật thể đã làm sáng tỏ nét văn hóa độc đáo các tộc người. Qua đó thấy được tiềm năng rất lớn trong phát triển du lịch sinh thái cộng đồng. Tuy nhiên, để kết nối, khai thác văn hóa của các dân tộc, tạo nên các sản phẩm du lịch mới hấp dẫn, hình thành nên các chuỗi du lịch xuyên suốt, đạt hiệu quả cao là một vấn đề cần phải bàn tới.

#### **4. KẾT NỐI VĂN HÓA CỦA NGƯỜI CAO LAN VỚI CÁC DÂN TỘC HUYỆN LÂM BÌNH ĐỂ PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG**

Có thể nói, vùng đất này còn lưu giữ một kho tàng văn hóa dân gian đặc sắc, mang đậm tính tộc người. Nơi đây hội tụ đầy đủ các tiềm năng để phát triển mạnh du lịch sinh thái cộng đồng. Chính vì thế cần tăng cường sự kết nối, hợp tác trong hoạt động du lịch. Từ đó hình thành các điểm đến, thành các các tour, tuyến trọng điểm, tổ chức dịch vụ với cung ứng dịch có hiệu quả, đảm bảo để khách du lịch trong nước, quốc tế có thể tiếp cận với văn hóa, tuyên truyền, quảng bá sản phẩm để xây dựng thương hiệu du lịch.

#### *Kết nối văn hóa thành các tour du lịch sinh thái cộng đồng*

Trước sự phát triển không ngừng của khoa học kỹ thuật, kinh tế, xã hội hiện nay. Ngành Du lịch cũng phải tự đổi mới để thích ứng với thị trường, tạo ra các sản phẩm mới, hình thức hoạt động mới để nâng cao tính cạnh tranh, thu hút khách du lịch. Tuyên Quang với tiềm năng sẵn có về văn hóa của đồng bào Cao Lan và các các dân tộc huyện Lâm Bình có thể liên kết, kết nối thành các tour du lịch sinh thái cộng đồng ngắn ngày, dài ngày như:

#### *Tour dài ngày:*

Tour du lịch sinh thái cộng đồng: Sơn Dương - Yên Sơn - Hàm Yên - Lâm Bình.

Tour du lịch sinh thái cộng đồng: Thành phố Tuyên Quang - Sơn Dương - Yên Sơn - Hàm Yên - Lâm Bình - Na Hang.

#### *Tour ngắn ngày:*

Lâm Bình - Na Hang.

Hàm Yên - Yên Sơn.

Sơn Dương - Yên Sơn.

Tham gia vào tour du lịch sinh thái cộng đồng này khách du lịch có cơ hội tham quan danh lam thắng cảnh thành phố Tuyên Quang với các khu di tích lịch sử nổi tiếng Thành nhà Mạc, các đền thờ... ở Sơn Dương với Khu di tích lịch sử Tân Trào - ATK; thác Đát (suối Tiên), thác Cao Ngồi và cộng đồng người Cao Lan. ở Yên Sơn với sinh thái suối khoáng Mỹ Lâm, cộng đồng người Cao Lan. Đến với Hàm Yên sẽ được trải nghiệm nhà vườn cam sành, vịt bầu Minh Hương, thăm Động Tiên... Đến với Lâm Bình được thăm các di tích: Chùa Phúc Lâm, hang Phia Vải, động Song Long, thác Nặm Me, thắng cảnh Thượng Lâm, đền Pú Bảo, chùa Phúc Lâm, cảnh đẹp tự nhiên với 99 ngọn núi cao; thắng cảnh thác Nặm Me; khu bảo tồn Tát Kẽ - Bản Bung... Đến với Nà Hang khách tham quan đền Pác Tạ, tới hồ thủy điện Tuyên Quang ngắm cảnh, du lịch thác Mơ.

### ***Kết nối thành các tour trải nghiệm văn hóa vật thể***

Homestay - Ẩm thực - Trang phục - Lao động, sản xuất.

Trong hoạt động du lịch trải nghiệm dịch này tổ chức cho du khách ở nhà sàn của người Tày, Cao Lan, có thể tham gia nấu ăn cùng gia chủ. Du khách có thể tham quan một số hộ gia đình may, khâu trang phục truyền thống, mặc thử các bộ trang phục truyền thống của đồng bào các dân tộc để cảm nhận, chụp ảnh... Cùng với đó tổ chức dịch vụ sử dụng công cụ lao động, sản xuất. Khách du lịch có thể trải nghiệm làm cỏ, tra ngô, cày bừa, gặt lúa, gánh lúa, bắt cua, tôm, cá...

### ***Kết nối thành các tour trải nghiệm văn hóa phi vật thể***

Nghi lễ thờ cúng - Lễ hội - Giao lưu văn hóa văn nghệ.

Trong hoạt động trải nghiệm văn hóa phi vật thể của người Cao Lan và đồng bào các dân tộc ở Lâm Bình, các tổ chức cá nhân làm du lịch cần kết nối lại với nhau, thường xuyên tổ chức các hoạt động nghi lễ thờ cúng, lễ hội, giao lưu văn hóa văn nghệ để đưa du khách tham gia, trải nghiệm.

### **Một số giải pháp để nâng cao tính kết nối, đẩy mạnh phát triển du lịch sinh thái cộng đồng**

#### ***Bảo tồn văn hóa của người Cao Lan ở Tuyên Quang và các dân tộc ở Lâm Bình***

Muốn phát triển du lịch dựa trên văn hóa, thiên nhiên thì công tác bảo tồn, giữ tính nguyên bản, nguyên sơ, sự chân thực về văn hóa của cộng đồng phải là việc làm trước tiên. Các cấp, các ngành, cộng đồng dân cư cần tham gia trực tiếp vào quá trình bảo tồn, tôn tạo, giữ gìn, các giá trị văn hóa, thiên nhiên. Chính vì thế cần có sự kết nối, để tạo ra sức mạnh tổng hợp và sự lan tỏa trong việc bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa.

#### ***Tăng cường đầu tư cơ sở vật chất cho du lịch sinh thái cộng đồng***

Trên cơ sở đó tỉnh Tuyên Quang nói chung và Lâm Bình nói riêng cần nâng cao năng lực quản lý, có các cơ chế phù hợp để mời gọi, thu hút đầu tư cơ sở vật chất cho du lịch. Khuyến khích hợp tác, phối kết hợp giữa các bên tham gia trong quá trình xây dựng và phát triển du lịch sinh thái cộng đồng: chính quyền - doanh nghiệp và người dân. Cần đầu tư các dự án trọng điểm, hỗ trợ phát triển loại hình du lịch sinh thái cộng đồng: giao thông, điểm lưu trú, khu nghỉ dưỡng, khu vui chơi giải trí... Đặc biệt cần thay đổi tư duy từ phát triển “điểm du lịch” thành “khu du lịch, vùng du lịch”.

### ***Đẩy mạnh hoạt động truyền thông***

Trong thời gian tới các tổ chức, cá nhân làm du lịch cần đẩy mạnh hơn nữa hoạt động marketing, quảng cáo hình ảnh, sản phẩm du lịch cộng đồng trên các phương tiện truyền thông. Cần có chính sách khuyến mãi dành cho khách hàng tham gia bất kỳ tour nào, ưu đãi giảm giá... nhằm mang đến cho du khách những trải nghiệm tiện ích và chi phí hợp lý nhất.

### ***Đẩy mạnh hợp tác nâng cao chất lượng nguồn nhân lực***

Trong thời gian tới chính quyền địa phương, cũng như các doanh nghiệp, các hộ dân tham gia vào hoạt động du lịch cần quan tâm đặc biệt đến vấn đề chất lượng nguồn nhân lực. Cần có cơ chế, chính sách thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao, đầu tư, ưu tiên cho cán bộ, nhân viên, hướng dẫn viên, cộng tác viên... đi tham gia học tập nâng cao trình độ ở các lớp ngắn hạn, dài hạn.

## **5. KẾT LUẬN**

Qua nghiên cứu điền dã, xâm nhập thực tế ở cộng đồng người Cao Lan ở Tuyên Quang và các dân tộc huyện Lâm Bình cho tác giả cái nhìn chân thực hơn, toàn diện hơn về vùng đất này. Từ đó có thể kết luận rằng các giá trị văn hóa truyền thống của đồng bào các dân tộc nơi đây vẫn được lưu giữ tương đối nguyên vẹn. Thấy được tiềm năng rất lớn trong việc phát triển mạnh du lịch cộng đồng.

Việc phát triển các sản phẩm du lịch cộng đồng ở Tuyên Quang là phù hợp với xu thế thời đại, đáp ứng nhu cầu khám phá của đông đảo du khách trong và ngoài nước. Chính vì thế cần sự chung tay của toàn xã hội, để có chiến lược cụ thể, bước đi rõ ràng đẩy mạnh phát triển du lịch cộng đồng ở Tuyên Quang nói chung và Lâm Bình nói riêng.

Trong thời gian tới, cần có một bước đi cụ thể, chiến lược lâu dài để đầu tư, đẩy mạnh phát triển loại hình du lịch cộng đồng ở Tuyên Quang. Giữ gìn và bảo tồn di sản văn hóa là nhiệm vụ của chính quyền các cấp và của mỗi người dân. Đó là những bước đi cần thiết, đúng hướng để phát triển kinh tế địa phương mang tính bền vững.

## **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Đào Duy Anh (1951), *Việt Nam văn hóa sử cương*. NXB Bốn Phương, Sài Gòn.
2. (N. N. Cheboksarov và I. A. Cheboksarova (1979), *Dân tộc, chủng tộc, văn hóa*, NXB Mátxcova, Nga văn.
3. Trần Ngọc Thêm (1997), *Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam* NXB TP. Hồ Chí Minh, tr.27.
4. Trần Mạnh Thường (2005), *Việt Nam Văn hóa và Du lịch*, NXB Thông tấn, Hà Nội.
5. Viện Nghiên cứu và phát triển ngành nghề nông thôn Việt Nam (2002). *Tài liệu Hướng dẫn phát triển du lịch cộng đồng*.
6. Phạm Trung Lương (2010), *Tài liệu giảng dạy về du lịch cộng đồng*, Viện Nghiên cứu phát triển du lịch, Tổng cục Du lịch.

## **CULTURAL CONNECTION OF CAO LAN PEOPLE IN TUYEN QUANG WITH ETHNIC GROUPS IN LAM BINH - POTENTIAL IN DEVELOPING COMMUNITY ECOLOGICAL TOURISM**

**Bui Van Khanh**

*Tan Trao University*

### **Abstract**

It can be seen that the current trend of tourism development, culture is often closely associated with tourism activities. Many tourism trends have been born and developed rapidly, including community based eco-tourism. Tuyen Quang is a land with full of advantages to develop tourism. Cultural values of Cao Lan people in Tuyen Quang and ethnic minorities in Lam Binh district have great potential for tourism development. The question is how to connect and exploit the culture of the Cao Lan people in Tuyen Quang with the ethnic communities in Lam Binh, create attractive new tourism products, maximize their available potentials. How to develop tourism? In this article, we will delve into the potentials, cultural connections and exploitation of Cao Lan and Ethnic groups in Lam Binh, promoting the development of community-based eco-tourism. From that point out solutions to preserve and preserve the traditional culture of ethnic minorities here, contributing positively to the economic, social and environmental development in this locality.

### **Keywords**

Culture, community ecotourism, Lam Binh, Tuyen Quang.

## PHÁT TRIỂN DU LỊCH THÔNG MINH Ở VIỆT NAM

**Bùi Xuân Nhân**

*Trường Đại học Thương mại*

### Tóm tắt

Du lịch thông minh là thuật ngữ được nhắc đến nhiều trong thời gian gần đây, nhất là trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (Cách mạng 4.0). Bài viết tập trung làm rõ nội hàm của phát triển du lịch thông minh; bằng các dữ liệu thứ cấp tổng hợp và kế thừa qua các bài báo khoa học công bố trên các kỷ yếu hội thảo khoa học, các tạp chí và các website chuyên ngành, kết quả khảo sát thực tế và phỏng vấn chuyên gia để tập trung phân tích thực trạng quản lý nhà nước với phát triển du lịch thông minh ở Việt Nam trong một vài năm trở lại đây để rút ra một số kết luận về những mặt đã đạt được, hạn chế và nguyên nhân của chúng, qua đó đề xuất một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch thông minh ở Việt Nam thời gian tới năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030.

### Từ khóa

Du lịch, du lịch thông minh, E-marketing, phát triển du lịch thông minh.

### 1. KHÁI NIỆM VÀ MỘT SỐ ĐẶC TRƯNG CƠ BẢN CỦA DU LỊCH THÔNG MINH

Cùng với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin, du lịch thông minh đang phát triển khá nhanh trên toàn cầu, điều đó đang đặt các doanh nghiệp và cơ quan quản lý nhà nước trước sức ép buộc phải chủ động thay đổi mô hình hoạt động, nâng cao năng lực cạnh tranh bằng cách phải chủ động ứng dụng những tiến bộ mới của công nghệ thông tin.

Tuy chưa có một khái niệm chính thức được thừa nhận rộng rãi, song đã có khá nhiều khái niệm khác nhau được các nhà nghiên cứu đưa ra về du lịch thông minh. Chẳng hạn, có khái niệm cho rằng: “Du lịch thông minh là làm cho du khách tiếp cận thông tin du lịch một cách nhanh, dễ dàng, đa dạng và nhiều thông tin nhất” [2]. Khái niệm trên cho thấy rằng: Để phát triển mô hình du lịch thông minh có nghĩa là phải tạo dựng được một hệ thống hạ tầng kỹ thuật, công nghệ phục vụ du lịch phát triển một cách đồng bộ để tất cả các chủ thể tham gia vào hệ thống du lịch có thể tiếp cận thông tin du lịch một cách nhanh chóng, đầy đủ và thuận tiện nhất. Khi du khách tìm hiểu thông tin về du lịch hay muốn khám phá điểm đến mới, họ sử dụng mô hình du lịch thông minh như là một chuyên gia giàu kinh nghiệm. Điều này hàm ý rằng, du khách chỉ cần sử dụng các thiết bị công nghệ thông minh như điện thoại, máy tính bảng... là có thể kết nối và có thể được đáp ứng đầy đủ nhu cầu về tất cả những thông tin có liên quan. Nhờ đó, họ biết mình nên đi đâu, làm gì để thỏa mãn nhu cầu mà vẫn phù hợp với khả năng thanh toán của họ. Một số nhà nghiên cứu khác lại cho rằng: Du lịch thông minh là “tự động hóa” vì chúng ta thường nghe nhiều đến những giải pháp như khách sạn không có nhân viên, nhà hàng sử dụng robot phục vụ hay: “Du lịch thông minh được xây dựng trên nền tảng của công nghệ thông tin - truyền thông, qua đó, bảo đảm sự tương tác giữa nhà quản lý - doanh nghiệp và khách du lịch; ứng dụng công nghệ phục vụ nhu cầu khách du lịch”. Ở góc độ khác, có quan điểm lại cho rằng du lịch thông minh “sẽ hướng tới số hóa các hoạt động của ngành Du lịch”...

Với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin, cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (Cách mạng công nghiệp 4.0) đang lan tỏa mạnh mẽ vào mọi ngõ ngách của đời sống xã

hội và các ngành kinh tế. Hàng loạt ngành sản xuất của các quốc gia dựa trên lợi thế về nguồn nhân lực bị đặt trước thách thức lớn do sự phân bố lại nguồn lao động. Trong bối cảnh đó, du lịch lại thuộc nhóm những lĩnh vực được cho là sẽ tận dụng nhiều lợi thế hơn từ cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 để phát triển mạnh mẽ hơn là phải đương đầu với các thách thức do cuộc cách mạng này đặt ra. Trong hệ thống du lịch đầy đủ, khách du lịch là trụ cột chính của mọi hoạt động du lịch, những người mong muốn được đến các vùng đất mới để được trực tiếp trải nghiệm các tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa nhưng lại không được thử nghiệm trước các sản phẩm du lịch mà họ sẽ tiêu dùng. Việc làm hữu hình hóa các sản phẩm du lịch sẽ trở nên dễ dàng hơn nhờ vào sự phát triển của công nghệ thông tin và chính điều đó đã và đang làm thay đổi nhanh chóng thị trường du lịch toàn cầu. Thực tiễn cho thấy, kinh doanh du lịch trực tuyến trên thế giới tăng trưởng nhanh hơn nhiều so với các dự báo trước đó và hiện tượng này cũng đang diễn ra tại Việt Nam. Thói quen tiêu dùng của du khách giờ đây phụ thuộc nhiều vào công nghệ và sự thay đổi này là cơ hội để các công ty cung ứng, các nhà quản lý có thể “đọc” nhu cầu thực sự của họ, từ đó có thể cá nhân hóa và tạo thêm giá trị gia tăng cho các sản phẩm, dịch vụ mà họ cung ứng cho thị trường tiềm năng.

Từ sự phân tích trên có thể hiểu du lịch thông minh như sau: Du lịch thông minh được xây dựng trên nền tảng phát triển của công nghệ thông tin, qua đó cung cấp đầy đủ các thông tin cần thiết cho tất cả các chủ thể tham gia vào hệ thống du lịch, đảm bảo sự tương tác cần thiết của các chủ thể bao gồm: Khách du lịch, doanh nghiệp, nhà quản lý, cư dân địa phương và các bên có liên quan khác trong hệ thống du lịch nhằm mục đích phục vụ tốt nhất cho nhu cầu của khách du lịch và các chủ thể tham gia vào hệ thống du lịch.

*Du lịch thông minh có những đặc trưng cơ bản sau:*

*Một là*, du lịch thông minh là mô hình du lịch được xây dựng dựa trên nền tảng phát triển của công nghệ thông tin và truyền thông, trong đó, hạ tầng tích hợp dữ liệu được phát triển đồng bộ, đảm bảo sự tương tác kịp thời giữa các bên là nhà quản lý, doanh nghiệp du lịch, du khách, cư dân địa phương và mở rộng hơn nữa là sự liên kết với các ngành có liên quan.

*Hai là*, các điểm đến du lịch đồng thời cũng là những điểm đến thông minh với hạ tầng công nghệ tiên tiến, đảm bảo sự phát triển bền vững, tiếp cận thuận lợi với du khách, giúp gia tăng chất lượng của trải nghiệm và đồng thời góp phần cải thiện chất lượng cuộc sống người dân địa phương.

*Ba là*, du khách tham gia mô hình này cũng là những du khách thông minh. Họ sử dụng công nghệ hiện đại để tìm kiếm thông tin về chuyến đi, họ không chỉ là người tiêu thụ mà còn chia sẻ cho du khách khác và tạo ra các trải nghiệm mới, họ cũng có vai trò giám sát để đảm bảo sự hoàn hảo cho những hành trình tiếp theo của mình và những du khách khác.

*Bốn là*, các doanh nghiệp du lịch gồm các hãng lữ hành, khách sạn, nhà hàng, vận chuyển du lịch và các nhà cung ứng khác sử dụng công nghệ thông tin để liên kết tạo ra chuỗi cung ứng sản phẩm du lịch và cung cấp thông tin đầy đủ nhất đến các doanh nghiệp trung gian và khách du lịch của mình.

*Năm là*, việc quản lý của chính quyền địa phương, điểm đến du lịch trên cơ sở ứng dụng công nghệ hiện đại để cung cấp đầy đủ thông tin cho du khách những hình ảnh chân thực, sống động về sản phẩm, dịch vụ của địa phương, về cách thức tiếp cận điểm đến, giá cả và các lợi ích khác mà khách du lịch có thể thụ hưởng khi đến trải nghiệm du lịch ở điểm đến của địa phương; quản lý điểm đến hiệu quả qua sử dụng công nghệ hiện đại. Nói một cách khác, du khách ở bất

kỳ đầu có thể tìm hiểu được đầy đủ nhất những thông tin về điểm đến của họ do chính quyền địa phương cung cấp.

Từ mô hình đầy đủ của hệ thống du lịch, để phát triển du lịch thông minh cần thiết phải xây dựng các cơ sở dữ liệu để số hóa ngành Du lịch dựa trên cơ sở mối quan hệ trong ngành. Trước hết, yếu tố đầu tiên và quan trọng nhất là cơ sở dữ liệu về du khách; yếu tố thứ hai kết nối với hoạt động của du khách là điểm đến; yếu tố thứ ba là tại điểm đến, du khách sẽ kết nối với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch như nhà hàng, khách sạn, khu vui chơi; yếu tố thứ tư là cơ sở dữ liệu của các cơ quan quản lý về du lịch từ Trung ương đến địa phương. Bản chất của mối quan hệ này là thông tin trao đổi giữa các bên được số hóa và tập hợp thành cơ sở dữ liệu chung mà mọi bên tham gia trong hệ thống đều có thể khai thác, sử dụng được một cách nhanh chóng và thuận tiện. Khi các cơ sở dữ liệu này kết hợp với nhau, chúng ta sẽ có một hệ thống dữ liệu liên tục và đầy đủ. Mục tiêu của ngành Du lịch là tăng số lượng khách du lịch, tăng chi tiêu của khách, giữ chân khách lâu hơn, thúc đẩy tiêu dùng nhiều hơn, việc tận dụng những lợi ích của Cách mạng 4.0 sẽ giúp đẩy mạnh quá trình cá nhân hóa tiêu dùng của du khách và qua đó nhu cầu của khách sẽ được đáp ứng tốt hơn. Ngày nay, khi du lịch thông minh phát triển mỗi khách du lịch có thể tự quyết định việc tiêu dùng của mình như: Chủ động đặt vé máy bay, khách sạn, làm visa cũng như tự quyết định lịch trình. Khi có công nghệ hỗ trợ, ngành Du lịch sẽ kết nối liên tục, tạo thuận lợi để du khách tự tìm kiếm thông tin, bố trí lịch đi và đến hợp lý, ở lại lâu hơn, mua sắm nhiều hơn, mọi vấn đề du khách phản ánh sẽ được tham vấn, được các bên liên quan xử lý trực tuyến, không mất nhiều thời gian, dịch vụ được hỗ trợ tốt hơn sẽ làm tăng độ thỏa mãn của du khách...

## **2. PHÁT TRIỂN DU LỊCH THÔNG MINH TRÊN THẾ GIỚI VÀ THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH THÔNG MINH Ở VIỆT NAM**

Du lịch thông minh đã được nhiều nước trên thế giới triển khai với nhiều hình thức khác nhau tạo nên những điểm nhấn và lợi thế cạnh tranh du lịch. Châu Âu được đánh giá là có lợi thế và dẫn đầu xu hướng phát triển mới nhằm xây dựng hệ thống đồng bộ và thúc đẩy du lịch thông minh, tháng 4/2018, ngành Du lịch châu Âu đã phát động cuộc thi bình chọn “Kinh đô du lịch thông minh của châu Âu 2019” dành cho những thành phố ứng dụng giải pháp thông minh mới, sáng tạo và toàn diện đáp ứng cả bốn yêu cầu căn cơ của du lịch thông minh là dễ tiếp cận, phát triển bền vững, tăng cường số hóa, và bảo vệ di sản văn hóa. Các thành phố Helsinki (thủ đô của Phần Lan) và Lyon (Pháp) đã vinh dự nhận danh hiệu này. Ngoài ra, thành phố London của Anh và Barcelona của Tây Ban Nha được xem là những điểm đến thông minh với những trạm chờ xe buýt tương tác không chỉ cung cấp thông tin du lịch, lịch trình xe mà còn có các cổng sạc thiết bị di động. Xe đạp được cung cấp trên khắp thành phố và du khách có thể kiểm tra vị trí của họ thông qua một ứng dụng trên điện thoại di động [4].

Một trung tâm du lịch ở Trung Đông, thành phố Dubai lựa chọn công nghệ làm giải pháp để quản lý du lịch, dịch vụ và tài nguyên. Dubai phát triển du lịch thông minh theo hướng tích hợp du lịch với mô hình thành phố thông minh để kết nối du khách với hệ thống tài nguyên của thành phố thông minh; hoàn thiện hệ thống hạ tầng du lịch thông minh với việc công nghệ hóa triệt để các dịch vụ từ khách sạn, nhà hàng, visa, hàng không... Dubai đang tiến tới hoàn thiện hệ thống hạ tầng du lịch thông minh trong một thập kỷ tới. Trong đó, tất cả các dịch vụ từ khách sạn, nhà hàng, visa, hàng không sẽ được công nghệ hóa triệt để. Hiện sân bay Dubai đã áp dụng công nghệ xuất nhập cảnh thông minh. Đặc biệt, có khoảng 50 “cây chà lả” sử dụng năng lượng



mặt trời được dựng lên khắp Dubai phục vụ người dân và du khách sạc điện thoại, truy cập wifi miễn phí, nạp tiền, tìm kiếm thông tin du lịch, yêu cầu trợ giúp khẩn cấp... [4].

Ở châu Á, nhiều điểm đến của Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan, Malaysia, Singapore đã đầu tư mạnh cho du lịch thông minh như áp dụng ví điện tử, mã QR (quick response code), dùng dấu vân tay để thanh toán dịch vụ, làm thủ tục sân bay, nhận phòng, trải nghiệm du lịch dựa trên công nghệ thực tế ảo... Tại Việt Nam, cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 cũng đang đặt ra cả cơ hội và thách thức cho ngành Du lịch vốn đang được Đảng và Chính phủ quan tâm đặc biệt. Thị trường du lịch Việt Nam đã có nhiều thay đổi do sự phát triển của công nghệ, đặc biệt là tốc độ tăng trưởng nhanh của kinh doanh du lịch online. Thực tế này buộc các chủ thể trong hệ thống ngành Du lịch phải tiến hành chuyển đổi số, hướng tới hình thành một hệ thống tích hợp và trao đổi dữ liệu du lịch thông minh, qua đó tạo giá trị gia tăng cho sản phẩm và dịch vụ du lịch Việt Nam nhằm tăng tính cạnh tranh thu hút khách du lịch trong nước và quốc tế. Trong bối cảnh đó, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Chỉ thị số 16/CT-TTg ngày 4/5/2017, về việc Tăng cường năng lực tiếp cận cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 và giảm thiểu những tác động tiêu cực của làn sóng này ở Việt Nam, trong đó nêu rõ: Du lịch là một trong những ngành kinh tế được ưu tiên xây dựng chiến lược chuyển đổi số, nhằm thúc đẩy du lịch thông minh phát triển. Đây là định hướng chính sách quan trọng cho ngành Du lịch hướng tới các mục tiêu do Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về Phát triển du lịch trở thành nền kinh tế mũi nhọn vào năm 2020. Thực hiện chỉ thị này và nhằm cụ thể hóa sự liên kết trong chuỗi giá trị giữa ngành Du lịch với các ngành liên quan để phát triển, tháng 10 năm 2017, Bộ Khoa học và Công nghệ phối hợp cùng Tổng cục Du lịch, Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam đã tổ chức Hội thảo “Du lịch thông minh - cơ hội và thách thức đối với Việt Nam” hội thảo đã tập trung thảo luận các vấn đề như: Đẩy mạnh số hóa, xây dựng chính quyền điện tử lấy người dân là trung tâm; tăng cường chất lượng môi trường cạnh tranh, hợp tác theo chuỗi số hóa; cải thiện điểm đến, yếu tố môi trường và hỗ trợ các doanh nghiệp sáng tạo [8]. Qua đó, đưa ra cái nhìn thực tiễn dựa trên mô hình cụ thể để các doanh nghiệp nhận thức cơ hội và thách thức trong quá trình chuyển đổi xu hướng phát triển mới.

Thực trạng quản lý phát triển du lịch thông minh ở Việt Nam trong một vài năm trở lại đây:

Về phía chính quyền các địa phương trong nước: Thực hiện Chỉ thị của Thủ tướng Chính phủ, rất nhiều địa phương trong nước đã tập trung xây dựng các thành phố theo hướng thành phố thông minh. Điển hình nhất là thành phố Bình Dương đã chính thức là thành phố đầu tiên của Việt Nam được công nhận là thành phố thông minh. Thành phố Hà Nội đã và đang xây dựng mô hình du lịch thông minh nhằm mang đến những trải nghiệm tuyệt vời cho du khách, xây dựng các dữ liệu số lớn và nối mạng dùng chung toàn thành phố. Trên cơ sở thí điểm phát triển du lịch thông minh trong thành phố thông minh nêu trên, ngành Du lịch Thủ đô và cả nước có thể mở rộng sang các sản phẩm khác, chủ động xây dựng các clip và sản phẩm mới về du lịch sinh động, đa dạng bằng các dịch vụ thuyết minh với nhiều ngôn ngữ, phát thường xuyên trên mạng, cổng thông tin ngành Du lịch và tại địa điểm du lịch trên mọi miền Tổ quốc...

Từ cấp visa điện tử đến ứng dụng phần mềm dịch thuật đa ngôn ngữ trong du lịch là một hướng đi mới đang mở ra nhằm áp dụng công nghệ để nâng cao chất lượng và hiệu quả du lịch thông minh, trên cơ sở đón bắt và đáp ứng tốt nhất nhu cầu du khách, trong thời kỳ chủ động hội nhập quốc tế và khai thác cơ hội mới từ Cách mạng công nghiệp 4.0. Hà Nội đang hoàn thiện việc xây dựng phần mềm quản lý dữ liệu dùng chung cho ngành Du lịch. Cổng thông tin điện tử du lịch Hà Nội tại địa chỉ myhanoi.vn đã hoàn thành giao diện, hệ thống, tính năng, cơ bản dữ liệu đáp ứng được chức năng liên kết, kết nối và là diễn đàn giữa nhà quản lý, người dân, du

khách và doanh nghiệp toàn cầu. Hệ thống wifi công cộng sẽ được nâng cấp ở không gian đi bộ hồ Hoàn Kiếm và những địa điểm du lịch tiêu biểu như: Khu phố ẩm thực quận Hoàn Kiếm, làng gốm sứ Bát Tràng, làng cổ Đường Lâm. Các trạm thông tin và hỗ trợ khẩn cấp cũng sẽ được lắp đặt thử nghiệm trên địa bàn thành phố. Cùng với đó, phần mềm ứng dụng du lịch thông minh trên thiết bị di động có tên gọi “myHanoi” sẽ được tích hợp bản đồ số du lịch Thủ đô, giúp cho khách du lịch dễ dàng tìm kiếm thông tin hữu ích một cách chủ động trong suốt chuyến đi; từ việc tra cứu các thông tin cơ bản, các sự kiện đang và sắp diễn ra, lịch trình chuyến bay, tàu xe... tới việc kết nối du khách với các điểm đến, nhà hàng, khách sạn, siêu thị, cơ sở mua sắm... Ứng dụng còn hỗ trợ cảnh báo về tình trạng tắc nghẽn giao thông quanh khu vực du khách đang đứng, vùng cảnh báo an ninh trật tự, vùng cảnh báo dịch bệnh... Bước đầu, “myhanoi” được xem như một trợ lý du lịch ảo uy tín cho du khách.

Thành phố Hồ Chí Minh cũng đang tích cực đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông trong ngành Du lịch nhằm đưa thành phố trở thành đô thị du lịch thông minh. Thành phố đã đưa vào sử dụng một số trạm thông tin du lịch thông minh; phần mềm du lịch thông minh “Vibrant Ho Chi Minh city,” phần mềm tiện ích khác như “Sai Gon Bus”, “Ho Chi Minh City Travel Guide”, “Ho Chi Minh City Guide and Map”.

Đà Nẵng cũng là địa phương đi đầu trong phát triển mô hình du lịch thông minh. Ngoài việc thường xuyên sử dụng các phương pháp marketing điện tử để quảng bá du lịch, Đà Nẵng đã xây dựng các hệ thống phần mềm, tiện ích hỗ trợ du khách như “DaNang Tourism”, “in DaNang”, “Go! Đà Nẵng”, “DaNang Bus”. Đặc biệt, Đà Nẵng đã đưa vào sử dụng ứng dụng chatbot “Da Nang Fantasticity.” Đây là công nghệ được sử dụng đầu tiên tại Việt Nam và Đông Nam Á (cùng với Singapore) [10].

Tại Ninh Bình: Chủ động tận dụng cơ hội đến từ cuộc Cách mạng công nghiệp, từ đầu năm 2018, tỉnh Ninh Bình đã triển khai thực hiện hệ thống du lịch thông minh. Trong đó, giai đoạn đầu tập trung vào xây dựng cổng thông tin du lịch và ứng dụng du lịch thông minh trên thiết bị di động; số hóa dữ liệu ngành Du lịch và kết nối cơ sở dữ liệu du lịch với các lĩnh vực của các sở, ban, ngành; xây dựng kho dữ liệu về du lịch; tiếp thị bằng tin nhắn SMS dựa trên vị trí địa lý của khách hàng; wifi công cộng miễn phí cho khách du lịch tại các điểm du lịch... Sở Du lịch Ninh Bình cũng đã chính thức khai trương Cổng thông tin du lịch ([visitninhbinh.vn](http://visitninhbinh.vn)) và Ứng dụng du lịch thông minh trên thiết bị di động với tên gọi là “Ninh Bình Tourism” nhằm tạo thuận lợi cho du khách tìm kiếm thông tin chính xác và cập nhật về du lịch Ninh Bình [4].

Về phía cơ quan quản lý nhà nước về du lịch: Nắm bắt xu hướng mới, Tổng cục Du lịch đã xây dựng và trình Chính phủ Đề án tổng thể ứng dụng công nghệ thông tin tiếp cận cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 của ngành Du lịch Việt Nam. Trong đó, đề án xác định phát triển du lịch thông minh là một nội dung quan trọng cần tập trung trong bối cảnh số hóa hiện đại và đưa ra các cơ chế chính sách hỗ trợ phát triển du lịch thông minh. Đề án đặt mục tiêu đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động quản lý, kinh doanh du lịch, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam, hiện thực hóa mục tiêu phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn. Nhằm nâng cao hiệu quả xúc tiến, quảng bá du lịch Việt Nam, Tổng cục Du lịch luôn chú trọng, đầu tư phát triển các ứng dụng công nghệ trong tiếp thị, thương mại điện tử và sẵn sàng hợp tác với các doanh nghiệp có ý tưởng và dự án sáng tạo về công nghệ nhằm mang lại lợi ích cho ngành Du lịch. Đồng thời, tích cực bảo trợ cho các dự án, chương trình ứng dụng công nghệ vào xúc tiến, quảng bá du lịch. Có thể kể đến một số dự án như triển khai ứng dụng công nghệ ảnh 360 độ trong du lịch, các chương trình quảng bá du lịch quốc gia “Super Selfie” và WhyVietNam thông qua sức lan tỏa rộng rãi của mạng xã hội và tiếp thị trực tuyến để tăng

cường quảng bá hình ảnh các điểm đến du lịch Việt Nam đến với bạn bè quốc tế. Mới đây, Tổng cục Du lịch đã ký kết thỏa thuận hợp tác với VTV triển khai Cổng thông tin du lịch thông minh - VTV travel ([dulich.vtv.vn](http://dulich.vtv.vn)) nhằm cung cấp các nội dung, thông tin một cách toàn diện tới người dùng, đem đến những trải nghiệm du lịch thông minh trong thời đại công nghệ số 4.0, qua đó góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch Việt Nam. Tổng cục Du lịch cũng đã hợp tác cùng Vntrip.vn-hệ thống website và ứng dụng đặt phòng khách sạn lớn nhất Việt Nam phát triển Ứng dụng công nghệ ảnh 360 độ trong du lịch. Đây là dự án số hóa dữ liệu du lịch bằng hình ảnh thông qua xây dựng một cổng thông tin trực tuyến chính thống vừa quảng bá, truyền thông và xúc tiến du lịch Việt Nam bằng hình ảnh vừa tích hợp các dịch vụ thông minh trên nhiều thiết bị khác nhau như: màn hình cảm ứng, điện thoại, máy tính, máy tính bảng... Qua đó, góp phần đáp ứng nhu cầu trải nghiệm công nghệ cao với chi phí thấp nhất cho du khách. Tổng cục Du lịch cũng đang hợp tác Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT) để thực hiện một ứng dụng trực tuyến nhằm đưa các thông tin về điểm đến và du lịch Việt Nam lên thiết bị di động. Khách đi tới đâu, thông tin về điểm đến sẽ tự động hiển thị bằng thứ tiếng tùy chọn. Thay vì phải chủ động tìm kiếm như trước đây, thông tin du lịch sẽ tự tìm đến du khách.

Hiện tại, Tổng cục Du lịch cũng đã hoàn thiện “Đề án Tổng thể ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực du lịch giai đoạn 2018-2020, định hướng đến năm 2030”. Đề án hướng tới xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu quốc gia đầy đủ, khoa học của ngành Du lịch về các điểm đến, hệ thống cơ sở lưu trú, dịch vụ du lịch, doanh nghiệp lữ hành, hướng dẫn viên, chính sách thị thực... Trong đó, nêu mục tiêu cụ thể đến năm 2020 sẽ số hóa toàn bộ dữ liệu về hướng dẫn viên du lịch, doanh nghiệp lữ hành quốc tế, cơ sở lưu trú trong cả nước [1]. Đây là những tín hiệu hứa hẹn bước tiến dài của du lịch Việt Nam thời gian tới nhờ ứng dụng công nghệ thông tin để số hóa du lịch, từng bước nâng cao năng lực cạnh tranh, góp phần thực hiện thành công mục tiêu đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Với các điểm đến du lịch: Điển hình là Trung tâm hoạt động văn hóa khoa học Văn Miếu - Quốc Tử Giám (Hà Nội) sau hai năm thí điểm, vừa chính thức đưa vào hoạt động hệ thống thuyết minh tự động với tám ngôn ngữ (Việt, Anh, Pháp, Tây Ban Nha, Hàn Quốc, Nhật Bản, Thái Lan, Trung Quốc) tại 14 điểm trong di tích, cùng với khai trương hệ thống biển chỉ dẫn và phòng vé mới dựa trên cảm hứng về bia tiến sĩ để phục vụ nhu cầu tham quan của du khách. Để sử dụng dịch vụ này, du khách chỉ cần sử dụng thiết bị được cài đặt sẵn, có thể kết nối vào tai nghe rất tiện lợi và lựa chọn điểm cần thuyết minh theo nhu cầu. Nội dung thuyết minh được biên soạn, thẩm định kỹ và dịch bảo đảm chất lượng. Dịch vụ thông minh, tiện lợi này giúp bao phủ hết nhóm khách có nhu cầu tiếp xúc với thông tin về sản phẩm du lịch, không chỉ khách đi theo đoàn, mà cả các khách lẻ, nhiều quốc tịch; giúp du khách có cơ hội hiểu rõ hơn, do đó quảng bá tốt hơn giá trị đa dạng của di tích Văn Miếu - Quốc Tử Giám; Đồng thời, giúp tăng doanh thu cho ngành Du lịch. Mức giá thí điểm 30.000 đồng cho một lần sử dụng dịch vụ này cần được giảm hơn để khuyến khích người dùng, tăng cường quảng bá văn hóa Thăng Long - Hà Nội và phù hợp tính chất chia sẻ mà không hao hụt, càng nhiều người dùng, giá càng rẻ của dịch vụ phần mềm kiểu này [3]. Khu di tích Hoàng thành Thăng Long đã xây dựng phần mềm hướng dẫn tham quan Hoàng thành Thăng Long trên điện thoại di động với những ngôn ngữ thông dụng không chỉ tạo thuận lợi cho hành trình tham quan tìm hiểu di tích của du khách mà còn trở thành một phương tiện quảng bá du lịch và giáo dục lịch sử hữu hiệu. Ra mắt trang thông tin điện tử Hoàn Kiếm 360 độ ([www.hoankiem360.vn](http://www.hoankiem360.vn)) giúp du khách dễ dàng tìm hiểu và trải nghiệm du lịch quận Hoàn Kiếm thông qua công nghệ ảnh 360 độ. Cùng với đó, du lịch Thủ đô đã xây dựng

bản đồ số về du lịch Hà Nội theo công nghệ GIS, xây dựng Cổng thông tin điện tử du lịch Hà Nội, phủ wifi miễn phí ở nhiều địa điểm công cộng như khu vực hồ Hoàn Kiếm, sân bay quốc tế Nội Bài...

Về phía các doanh nghiệp: Song song với việc các chính quyền địa phương xây dựng thành phố thông minh, nhiều doanh nghiệp du lịch ở Việt Nam đã tự cải tiến mình để từng bước trở thành những doanh nghiệp du lịch thông minh. Điển hình là trang [ivivu.com](http://ivivu.com), sản phẩm du lịch sáng tạo của Tập đoàn Thiên Minh có lượng truy cập tới 10 triệu lượt mỗi tháng. Tích hợp nhiều công cụ và giải pháp trên thế giới, [ivivu.com](http://ivivu.com) đem đến hơn 300 tour du lịch, hơn 5.000 khách sạn tại Việt Nam và 345.000 khách sạn toàn thế giới để du khách lựa chọn. Công ty Thiên Thảo Nguyên đã thử nghiệm ứng dụng Inter Bus Lines trong lĩnh vực vận tải giúp du khách tìm hiểu hành trình, giữ chỗ, thanh toán, một cách dễ dàng, kết quả quy trình khép kín được lưu giữ bằng mã QR. Qua đó giúp công ty đạt mức tăng trưởng đạt từ 7-10% trong thời gian thử nghiệm cuối năm 2017. Ứng dụng này đã giúp doanh nghiệp quản lý, chăm sóc tất cả các đối tượng khách hoàn toàn tự động. Chính sự đầu tư, sáng tạo của mỗi công ty du lịch thông minh đã giúp hàng chục nghìn du khách được hưởng lợi [2].

Tuy nhiên, kết quả khảo sát trong năm 2018 và nửa đầu năm 2019 với 150 doanh nghiệp du lịch trên địa bàn Hà Nội cho thấy: Hiện tại, chỉ có một số ít doanh nghiệp lớn đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động kinh doanh du lịch. Hầu hết các doanh nghiệp vừa và nhỏ chưa có nhiều nguồn lực để đầu tư cho công nghệ trong lĩnh vực này. Hiện nay 100% các doanh nghiệp đã sử dụng internet trong liên hệ, quảng bá sản phẩm, tuy nhiên mới chỉ dừng lại ở những khâu cơ bản, chưa khai thác được hết các lợi thế của công nghệ trong cạnh tranh, quản lý và điều hành doanh nghiệp. Thực trạng này dẫn tới năng suất và tính cá thể hóa của các sản phẩm dịch vụ còn thấp. Để không tụt hậu trong thời đại 4.0, các doanh nghiệp du lịch ở Việt Nam cũng đã bắt đầu đầu tư cho công nghệ và triển khai nhiều ứng dụng thông minh đáp ứng nhu cầu của du khách trong việc tìm kiếm và đặt dịch vụ như vé máy bay, phòng khách sạn để du khách có thể chủ động lập kế hoạch phù hợp. Tuy nhiên, không nhiều doanh nghiệp du lịch có thể tận dụng ứng dụng công nghệ trở thành đòn bẩy phát triển doanh nghiệp. Thực tế, do năng lực cạnh tranh cũng như khả năng vốn hạn hẹp nên các doanh nghiệp phải ưu tiên dành nguồn lực để hoạt động và tồn tại trước bối cảnh cạnh tranh khắc nghiệt trên thị trường, nhất là đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Còn các startup có thể có những ý tưởng đổi mới sáng tạo nhưng lại gặp khó khăn về vốn. Đây cũng là một nút thắt cần được tháo gỡ để phát triển du lịch thông minh ở Việt Nam thời gian tới.

Từ thực trạng phát triển du lịch thông minh qua nghiên cứu của các chủ thể tham gia vào hệ thống du lịch ở Việt Nam có thể rút ra một số kết luận sau:

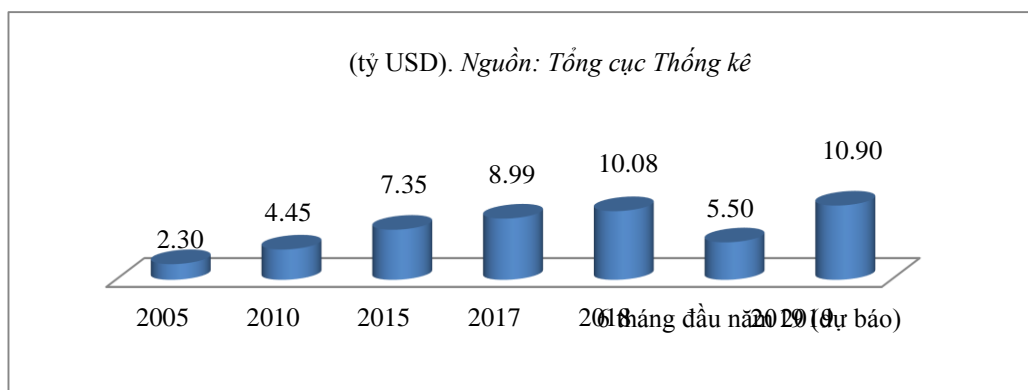
*Một là*, du lịch thông minh đã được các chủ thể trong hệ thống du lịch ở Việt Nam quan tâm phát triển một cách khá nhanh chóng và bước đầu đạt được kết quả khá khả quan. Cụ thể: Tại Việt Nam, trong những năm qua du lịch đã phát triển và đã trở thành một trong những ngành kinh tế mũi nhọn với sự tăng trưởng bứt phá của năm 2016 với việc đón trên 10 triệu lượt du khách quốc tế (tăng 26%), trong đó có sự đóng góp không nhỏ của du lịch trực tuyến. Năm 2017 ghi nhận kỷ lục của du lịch Việt Nam, với lượng du khách quốc tế đạt trên 12,9 triệu lượt người, tăng 2,9 triệu lượt khách (tăng 29,1%) so với năm 2016; năm 2018 đạt 15.497.791 lượt khách, tăng 19,9% so với năm 2017; Tính chung 6 tháng đầu năm 2019, khách quốc tế đến Việt Nam ước tính đạt 8.480.993 lượt khách, tăng 7,5% so với cùng kỳ năm 2018; tổng thu từ khách du lịch ước tính đạt 338.200 tỷ đồng, tăng 8,4% so với cùng kỳ năm 2018 (Bảng 1).

Bảng 1: Khách du lịch quốc tế và nội địa từ năm 2013-2018

	Năm 2013	Tăng trưởng so với năm trước (%)	Năm 2014	Tăng trưởng so với năm trước (%)	Năm 2015	Tăng trưởng so với năm trước (%)
Quốc tế (lượt)	7.572.352	10,60	7.874.312	4,00	7.943.651	0,90
Nội địa (lượt)	35.000.000	7,70	38.500.000	10,00	57.000.000	48,00
Tổng thu từ khách du lịch (nghìn tỷ đồng)	200,00	25,00	230,00	15,00	337,83	46,80*
	Năm 2016	Tăng trưởng so với năm trước (%)	Năm 2017	Tăng trưởng so với năm trước (%)	Năm 2018	Tăng trưởng so với năm trước (%)
Quốc tế (lượt)	10.012.735	26,00	12.922.151	29,10	15.497.791	19,9
Nội địa (lượt)	62.000.000	8,80	73.200.000	18,10	80.000.000	9,30
Tổng thu từ khách du lịch (nghìn tỷ đồng)	400,00	18,40	510,90	27,50	620,00	21,40

\* Theo phương pháp thống kê mới  
 Nguồn: Tổng cục Du lịch

Về chi tiêu của khách du lịch quốc tế đến Việt Nam: Nhờ có hàng loạt chính sách thu hút khách du lịch quốc tế đến Việt Nam và hàng loạt các giải pháp nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, năm 2018 lần đầu tiên tổng chi tiêu của khách du lịch quốc tế đến Việt Nam đã đạt con số trên 10 tỷ USD. Chi tiêu bình quân theo ngày của mỗi khách du lịch quốc tế còn khá thấp, chỉ đạt khoảng 96 USD/ngày, trong đó 60% là chi cho các dịch vụ cơ bản là lưu trú và ăn uống; 20% mua hàng hóa, đồ lưu niệm, vui chơi giải trí... và 20% chi cho các mục đích khác (Hình 1).



Hình 1. Chi tiêu của khách du lịch quốc tế đến Việt Nam

Có được kết quả trên một phần nhờ ngành Du lịch có nhiều chính sách, biện pháp nhằm thu hút khách du lịch, tăng cường xúc tiến quảng bá, giới thiệu du lịch Việt Nam tại những thị trường trọng điểm như Australia, Nhật Bản, các nước châu Âu, ASEAN (Thái Lan, Malaysia, Indonesia); tổ chức đón các đoàn đến khảo sát du lịch Việt Nam và Việt Nam cũng tiếp tục miễn thị thực cho công dân năm nước Tây Âu tham gia các hội chợ du lịch quốc tế; đồng thời, bổ sung sáu nước gồm: Australia, Các Tiểu vương quốc Ả rập Thống nhất, Canada, Ấn Độ, Hà Lan, New

Zealand vào danh sách những nước có công dân được thí điểm cấp thị thực điện tử khi nhập cảnh vào Việt Nam, nâng số quốc gia, vùng lãnh thổ được thí điểm cấp thị thực điện tử lên con số 46 [5].

*Hai là*, bên cạnh các chính sách của Chính phủ khuyến khích xây dựng các thành phố thông minh, chưa có nhiều chính sách hỗ trợ doanh nghiệp du lịch tiếp cận, ứng dụng công nghệ thông tin bằng nhiều hình thức khác nhau. Chẳng hạn, chưa có những phần mềm miễn phí cho doanh nghiệp. đồng thời, còn thiếu sự triển khai, kết nối chặt chẽ và đồng bộ giữa các doanh nghiệp, giữa ngành Du lịch với các bên liên quan như: Hàng không, khai báo hải quan, xuất nhập cảnh, thuế... Trong thực tế đã xảy ra tình trạng chỉ cần có một trong các bên trong hệ thống muốn làm việc bằng phương thức truyền thống thì cả bộ máy du lịch thông minh sẽ bị ách tắc;

*Ba là*, kết quả khảo sát cũng cho thấy: Trong lĩnh vực du lịch trực tuyến, nhất là ở thị trường đặt chỗ trực tuyến (booking online), Việt Nam đang bị các doanh nghiệp nước ngoài thao túng. Nhiều công ty du lịch trực tuyến của Việt Nam vừa hình thành đã không thể đi tiếp để cạnh tranh. Các sàn giao dịch điện tử về du lịch ở trong nước mới chỉ thực hiện được khoảng 20% số nhu cầu giao dịch. Nguyên nhân của tình trạng này chủ yếu là do so với các doanh nghiệp nước ngoài, doanh nghiệp du lịch Việt Nam đã đi sau khoảng 20 năm về kinh nghiệm, tiềm lực tài chính còn hạn chế và yếu hơn về nền tảng công nghệ; mức độ hiểu biết của từng doanh nghiệp về số hóa cũng không cao và chưa đồng đều.

### 3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH PHÁT TRIỂN DU LỊCH THÔNG MINH Ở VIỆT NAM

Có thể thấy, thị trường du lịch toàn cầu đang chuyển dịch mạnh mẽ với sự phát triển nhanh chóng của du lịch trực tuyến. Hiện nay, ngày càng có nhiều du khách muốn đi du lịch tự túc, đến những nơi mình thích theo cách thức, thời gian và khả năng chi trả của họ. Do đó, những người cung cấp dịch vụ du lịch thông minh phải không ngừng thay đổi và có khả năng đưa ra giải pháp cụ thể cho từng khách một cách nhanh chóng và hoàn toàn tự động hóa. Tại khu vực Đông Nam Á, Google dự đoán giá trị của du lịch trực tuyến sẽ tăng từ 22 tỷ USD năm 2015 lên 90 tỷ USD năm 2025. Theo Báo cáo chỉ số thương mại điện tử Việt Nam, tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử của nước ta năm 2017 đạt hơn 25% và có thể được duy trì trong giai đoạn 2018-2020. Trong đó, tốc độ tăng trưởng của du lịch trực tuyến lên tới 50%, gấp hai lần tốc độ tăng trưởng chung của thương mại điện tử. Diễn đàn du lịch trực tuyến trong khuôn khổ Hội chợ Du lịch quốc tế VITM Hà Nội 2018 cũng chỉ ra: 71% du khách quốc tế tới Việt Nam trong năm 2017 đều tham khảo thông tin điểm đến trên internet và 64% đặt chỗ, mua dịch vụ trực tuyến [1]. Điều này cho thấy, thói quen tiêu dùng của du khách đang phụ thuộc nhiều vào công nghệ và đây chính là cơ hội để các nhà quản lý, doanh nghiệp du lịch dễ dàng nắm bắt nhu cầu thật sự của du khách, từ đó cung cấp sản phẩm đúng, trúng tới từng đối tượng khách hàng mục tiêu. Muốn làm được điều này, ngành Du lịch cần nhanh chóng thực hiện quá trình chuyển đổi số để hình thành một hệ thống tích hợp và trao đổi dữ liệu thông minh. Việc số hóa sẽ giúp thống nhất khối dữ liệu du lịch không lồ đang tản mát để các thành phần cùng khai thác, qua đó tạo giá trị gia tăng cho sản phẩm, dịch vụ du lịch nhờ khả năng cá nhân hóa xu hướng, nhu cầu của du khách. Số hóa hệ thống dữ liệu du lịch không chỉ giúp chủ động cung cấp thông tin, đáp ứng nhu cầu tra cứu, tìm hiểu về điểm đến của du khách thông qua thiết bị thông minh; mà còn hướng tới đổi mới phương thức, nâng cao hiệu lực, hiệu quả công tác quản lý nhà nước; hỗ trợ doanh nghiệp kết nối thuận tiện với các chủ thể liên quan, từ đó tăng cường hiệu quả kinh doanh và sức cạnh tranh cũng như uy tín thương hiệu du lịch quốc gia. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng: Du lịch thông minh không có nghĩa là tất cả mọi thứ đều phải tự động hóa hay sử dụng công nghệ, thiết bị để

thay thế toàn bộ cho con người. Xây dựng mô hình du lịch thông minh phải tùy thời điểm, hoàn cảnh, nếu không, ngành kinh tế xanh sẽ có nguy cơ mất đi sự thú vị và hấp dẫn vốn có. Thị trường du lịch trực tuyến tại Việt Nam đang tăng trưởng mạnh nhờ những tiến bộ của internet và ứng dụng di động, dự kiến có thể đạt 9 tỷ USD vào năm 2025. Tuy nhiên, các doanh nghiệp nội đang để những hãng nước ngoài như Agoda hay Booking thâm tóm thị phần - chiếm tới 80%. Vì vậy, ngành Du lịch của chúng ta đang đứng trước áp lực rất lớn phải tự đổi mới để thích nghi và cạnh tranh trong thời đại 4.0; đó là những yêu cầu về chuyển đổi số, khai thác dữ liệu và cá thể hóa dịch vụ. Để phát triển mạnh mẽ du lịch thông minh ở Việt Nam giai đoạn tới năm 2025, tầm nhìn tới năm 2030 cần tập trung vào các giải pháp sau:

- Đẩy mạnh hoạt động truyền thông nhằm thống nhất nhận thức trong toàn hệ thống về sự cần thiết và vai trò của các chủ thể tham gia vào hệ thống du lịch thông minh: Thực tế hiện nay ở Việt Nam cho thấy đang trong tình trạng nhận thức về phát triển du lịch thông minh vẫn chưa đầy đủ. Điều này diễn ra từ người lao động trong ngành Du lịch, dân cư tại các điểm đến du lịch cho đến cấp lãnh đạo doanh nghiệp, chính quyền địa phương các cấp. Chỉ cần một bên tham gia trong hệ thống du lịch nhận thức không đúng, không đầy đủ về mô hình du lịch thông minh có thể làm hạn chế đáng kể cố gắng chung của cả ngành. Bởi vậy các cấp chính quyền sẽ phải thúc đẩy hơn nữa việc tuyên truyền, giới thiệu, tổ chức tọa đàm khoa học và mời rộng rãi các đối tượng khác nhau trong hệ thống tham dự, từ đó mới có thể hướng tới nhận thức và dẫn đến hành động chung của cả ngành Du lịch và các địa phương.

- Chính phủ, Tổng cục Du lịch cần tập trung chỉ đạo xây dựng cơ sở dữ liệu ngành Du lịch Việt Nam, thực hiện đồng bộ việc số hóa hoàn toàn các dữ liệu về du lịch Việt Nam: Để thực hiện số hóa hoàn toàn các dữ liệu du lịch không hề đơn giản, bởi du lịch là ngành kinh tế tổng hợp có nội dung văn hóa sâu sắc và có mối quan hệ chặt chẽ với nhiều ngành khác như: an ninh, vận tải, y tế, thương mại... Sản phẩm du lịch được hợp thành bởi một chuỗi cung ứng dịch vụ từ khách sạn, nhà hàng tới khu vui chơi giải trí, điểm tham quan... Do đó, việc chuyển đổi số hóa các dữ liệu du lịch đòi hỏi phải có sự chỉ đạo thống nhất của Chính phủ, sự phối hợp đồng bộ, chặt chẽ và lâu dài của nhiều thành phần dựa trên nền tảng công nghệ mạnh và thống nhất. Công việc này đòi hỏi nhiều nhân lực, vật lực và đặc biệt là khi có được hệ thống thông tin số trong tay cần quản lý và sử dụng một cách hiệu quả nhất, tạo cú huých giúp các doanh nghiệp du lịch Việt Nam có thể tận dụng thế mạnh này để làm chủ trên sân nhà.

Việc số hóa sẽ dẫn tới tái cấu trúc doanh nghiệp và quy trình kinh doanh, đây là sự thay đổi mà không phải doanh nghiệp nào cũng sẵn sàng để bước vào “cuộc chơi lớn”. Do vậy, các cơ quan quản lý các cấp nên có những chính sách kiến tạo môi trường để các doanh nghiệp trong nước có đủ thời gian lớn mạnh, tích lũy nguồn lực, đổi mới công nghệ. Số hóa không có nghĩa là chỉ tổng hợp, chuyển đổi các thông tin du lịch lên môi trường số mà còn là số hóa cách quản lý, phương thức tiếp cận, xúc tiến, quảng bá du lịch tới đối tượng khách hàng mục tiêu. Để thực hiện điều này đòi hỏi sự đổi mới trong cả tư duy và hành động của toàn ngành Du lịch, từ đơn vị quản lý đến các doanh nghiệp để tăng cường năng lực công nghệ phù hợp xu thế phát triển mới. Nhà nước nên có những chính sách kiến tạo môi trường bình đẳng hơn cho các doanh nghiệp nội, như có các ưu đãi về thuế và lập hàng rào kỹ thuật để giúp các doanh nghiệp nội có đủ thời gian lớn mạnh, tích lũy nguồn lực, đổi mới công nghệ và cạnh tranh hiệu quả với những doanh nghiệp có tiềm lực chính công nghệ mạnh hơn rất nhiều.

- Các chủ thể tham gia vào hệ thống du lịch cần thay đổi tư duy làm marketing du lịch kể cả ở tầm vĩ mô và của các doanh nghiệp du lịch theo hướng sửa dụng rộng rãi và đầy đủ các lợi thế

của E-Marketing: Các số liệu thống kê cho thấy, du lịch trực tuyến đang tạo ra những thay đổi lớn và các cuộc cách mạng trong kinh doanh. Với hoạt động marketing truyền thống, muốn bán một tour du lịch, tiếp thị quảng bá một hình ảnh, chúng ta phải phát tờ rơi, tổ chức các chương trình giới thiệu... thì nay những hình ảnh đó đều được đưa lên mạng Internet để tiếp cận khách hàng. Do vậy kể cả ở tầm vĩ mô và điểm đến du lịch hay ở cấp độ doanh nghiệp cần triển khai mạnh mẽ xúc tiến quảng bá bằng E-Marketing. Khách du lịch đến từ nhiều thị trường với ngôn ngữ khác nhau nên các sản phẩm E-Marketing sẽ hướng tới tiếp cận với nhiều thị trường cùng một lúc. Trong đó, thông tin, lịch sử, hình ảnh của điểm du lịch sẽ được cung cấp đầy đủ trên Internet thông qua website, các trang mạng xã hội chính thức của Tổng cục Du lịch, của các địa phương, của điểm đến du lịch và của các doanh nghiệp du lịch trên Facebook, Instagram... Hiện có 3 xu hướng lớn đang ảnh hưởng mạnh mẽ tới sự phát triển của toàn ngành: sự lớn mạnh của những công ty phân phối sản phẩm trực tuyến (Online Travel Agency - OTA), xu hướng tự động hóa, và nền kinh tế chia sẻ. Những phương pháp marketing truyền thống như in ấn đã không còn hiệu quả, các doanh nghiệp cần đầu tư nhiều hơn cho quảng bá trực tuyến

- Đổi mới và tăng cường đào tạo nguồn nhân lực du lịch đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch thông minh ở Việt Nam: Nguồn nhân lực du lịch hiện nay chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển du lịch thông minh. Thực tế cho thấy: Đẩy mạnh các sản phẩm công nghệ cho ngành Du lịch là việc nhiều doanh nghiệp muốn làm, song do chất lượng nhân lực chưa đáp ứng được yêu cầu, về tầm chiến lược cũng chưa có một chiến lược lớn nào về nhân sự để phục vụ điều này. Ngành Du lịch đang thiếu nhân sự công nghệ có trình độ cao và đây vẫn là bài toán dài hơi chưa thể giải quyết một sớm một chiều. Để giải quyết vấn đề này cần phải vừa thực hiện đào tạo và đào tạo lại cho đội ngũ nhân lực hiện hành của ngành, nhất là ngoại ngữ, sử dụng công nghệ thông tin, cập nhật kiến thức mới về kinh doanh trong thời đại công nghệ số... mặt khác phải đổi mới toàn diện chương trình, phương pháp đào tạo nguồn nhân lực du lịch trong các cơ sở đào tạo du lịch hiện nay theo hướng ứng dụng, tăng cường các kỹ năng về công nghệ thông tin, E-Marketing, thương mại điện tử, ngoại ngữ...

- Cần tiếp tục đầu tư phát triển hạ tầng công nghệ đủ mạnh để giúp du lịch thông minh phát triển bền vững: Thực tế cho thấy, nền tảng hạ tầng công nghệ của Việt Nam vẫn còn yếu và không đồng đều. Du khách không chỉ tới các thành phố thông minh phát triển mà còn rất hứng thú với những khu vực vùng sâu, vùng xa chưa được khai thác nhiều. Một số nơi ở Việt Nam có tài nguyên du lịch khá hấp dẫn, song vẫn còn thiếu điện, nước sạch, mạng wifi... làm hạn chế sự phát triển du lịch thông minh.

#### 4. KẾT LUẬN

Có thể thấy các điểm đến trên thế giới tham gia sâu vào du lịch thông minh bắt đầu từ việc chuyển đổi số, số hóa dữ liệu. Mô hình du lịch thông minh thành công ở nhiều quốc gia trên thế giới là nhờ vào hệ thống hạ tầng hiện đại, đồng bộ và chính quyền tạo môi trường thân thiện, chính sách thiết thực, thuận lợi cho phát triển du lịch thông minh. Cùng với đó, chỉ riêng nỗ lực của ngành Du lịch là chưa đủ, mà để phát triển thành công du lịch thông minh không thể thiếu sự kết nối và tham gia của các bên liên quan như: hàng không, hải quan, xuất nhập cảnh, thuế, thương mại..., của cả cộng đồng doanh nghiệp và toàn xã hội.

Bởi vậy, tăng cường quản lý nhà nước, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ, tập trung phát triển du lịch thông minh được xem là hướng đi phù hợp của du lịch Việt Nam trong bối cảnh mới.



## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Việt Anh, Số hóa lộ trình tất yếu để phát triển du lịch, <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/27580> cập nhật ngày 11/12/2018.
2. Hồ Hạ, Mô hình du lịch thông minh: Điểm nhấn phát triển ngành kinh tế xanh, <http://kinhtedothi.vn/mo-hinh-du-lich-thong-minh-diem-nhan-phat-trien-nganh-kinh-te-xanh-310544.html>, cập nhật ngày 10/12/2018.
3. Giang Nam, Phát triển du lịch thông minh, <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/25971>, cập nhật ngày 11/12/2018.
4. Hồng Nhung, Du lịch tận dụng cơ hội bứt phá từ Cách mạng Công nghiệp 4.0, <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/27830>, cập nhật ngày 11/12/2018.
5. Nguyễn Minh Phong, Phát triển du lịch thông minh, <http://www.nhandan.com.vn/chinhtri/item/35292402-phat-trien-du-lich-thong-minh.html>, cập nhật ngày 10/12/2018.
6. Đinh Quang, Du lịch Việt Nam trước áp lực chuyển đổi số, <http://khoa hocphattrien.vn/cong-nghe/diem-yeu-nhieu-hon-diem-manh-khi-viet-nam-lam-du-lich-thoi-industry-40/20171006051710201p1c859.htm>, cập nhật ngày 10/12/2018.
7. <http://khoa hocphattrien.vn/cong-nghe>.
8. Tổng cục Du lịch và BQL khu CNC Hòa Lạc; 2017 Kỷ yếu Hội thảo “Du lịch thông minh - Cơ hội và thách thức đối với du lịch Việt Nam”.
9. Tổng cục Du lịch Việt Nam (2002), Dự án Tăng cường năng lực du lịch Việt Nam.
10. Vietnamplus.vn, Phát triển du lịch thông minh trong bối cảnh công nghiệp 4.0, <http://www.vtr.org.vn/phat-trien-du-lich-thong-minh-trong-boi-canh-cong-nghiiep-40.html>, cập nhật ngày 30/5/2019.

## DEVELOPING SMART TOURISM IN VIETNAM

**Bui Xuan Nhan**

*Thuong Mai University*

### Abstract

Smart traveling is the term which has been recently mentioned, especially in the context of the fourth industrial revolution (revolution 4.0). The article focuses on clarifying the content of smart traveling development, and with secondary data aggregated and inherited from scientific papers published on scientific conference proceedings, specialized journals and websites, actual survey results and expert interviews, it also concentrates on analysing the real situation of state management on smart traveling development in Vietnam in recent years to draw some conclusions about the achievements, limitations and their causes, thereby to propose some solutions to promote development of smart traveling in Vietnam in the period to 2025, vision to 2030.

### Keywords

Travel, smart traveling, E-marketing, developing smart traveling.

## MULTILINGUALISM AND TOURISM DEVELOPMENT

**Ho Trinh Quynh Thu**  
*Quang Nam University*

### Abstract

Multilingualism is deemed one of the most important factors to the success in tourism development. An assessment of Vietnamese tourism staffs carried out by the Vietnam National Administration of Tourism reveals their limitations or weakness of communicative skills and language competence, including that of foreign languages, which is also the problem facing Lam Binh tourism. Therefore, the paper will focus on analyzing the role of multilingualism in relation to the development of tourism industry and showing the problem of language barriers in the growth of tourism in Lam Binh. Then, some suggestions will be made to solve the multilingual problems for the stable tourism development in Vietnam in general and in Lam Binh, Tuyen Quang in particular.

### Keywords

Multilingualism, multilingual competence, foreign languages, tourism, tourism development, Lam Binh tourism.

### 1. INTRODUCTION

Tourism plays a significant role in the world of globalization today. It is globally considered as a main tool, a driving force in economic development. Vietnam tourism cannot, of course, stand outside this trend when it is identified as the key economic sector in the national construction and development. In a view to tourism development, besides the quality of destinations, the emphasis should be placed on human resources with their professional and language competence.

In term of language, it is an important tool through which human beings can exchange information, express their ideas, emotions, attitudes among others. As language is a crucial part of culture, different language is a barrier, resulting in miscommunication in intercultural and cross-cultural communication. It really becomes an enormous challenge in the era of global integration nowadays, especially in tourism sector when different people from different cultures pay their visit to some place, which makes the host a major headache. Language barrier is a common disease from which many countries in the world (Vietnam included) are suffering and multilingualism is identified as the effective therapy for it.

Multilingualism is understood as the capacity of a human being for the comprehending and producing of spoken and written utterances in more than one language. Multilingual skills can help avert miscommunication, increase mutual understanding through effective communication; thereby it contributes to enhance the comfort, satisfaction and happiness in both visitors and hosts. Multilingual competence is consequently believed as one of the major factors that bring success to tourism industry. For its importance and usefulness, multilingualism has long since engaged linguists, philosophers, and then tourism experts but researches on it are rather limited, especially multilingualism for the development of tourism. Some are found to be carried out in Europe, where there is a treaty for it. Some others are done in Asia such as India, Thailand and Malaysia. Nonetheless, there seem to be no official and crucial researches of this kind executed

in Vietnam although it is of top countries attractive to visitors globally. This paper, therefore, focuses on discussing the role of multilingualism in tourism development, analyzing the real situation of tourism staff's multilingual competence and giving some suggestions for this problem in the hope of partly contributing to the growth of tourism industry in Vietnam in general and in Lam Binh (Tuyen Quang) in particular.

## 2. CONTENTS

### 2.1. Theoretical background

#### 2.1.1. *Multilingualism*

Language is defined as “the system of words or signs that people use to express thoughts and feelings to each other” by Merriam Webster Dictionary. Multilingualism refers to the ability to effectively communicate in different languages either by an individual or by a community of speakers. The term here includes bilingualism- the use of two languages. Multilingualism is regarded as a phenomenon engaging global interest because of its importance and usefulness, especially in the world's integration nowadays. It is a key component in effective intercultural and cross-cultural communication.

#### 2.1.2. *Tourism*

According to European Commission (1998), tourism is a subset of travelling. It consists of the activities undertaken by individuals or groups who travel to and stay in places outside their usual living and working environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes. Similarly, Walton (2018) describes tourism as the act and process in which one spends time away from home pursuing recreation, relaxation, and pleasure while making use of the commercial provision of services. Meanwhile, Cambridge dictionary defines tourism as “the business of providing services such as transport, places to stay, or entertainment for people who are on holiday.” As such, it can be said that tourism is a generic term that covers both provision and consumption of services. It should be considered as the activities of persons identified as visitors and of businesses who supply services to visitors. Mathieson and Wall (1982) giving a relatively complete definition of tourism show that tourism is “the temporary movement of people to destinations outside their normal places of work and residence, the activities undertaken during their stay in those destinations, and the facilities created to cater to their needs.” Obviously, service suppliers and visitors are two main factors in tourism; however, they are not the only ones. Besides the relationship of consumer-suppliers, tourism is also under the impacts of host governments and host communities who make every effort to attract and host visitors, and facilitate service suppliers. The four-side interaction of visitors, service suppliers, host governments and host communities in tourism is mentioned in Macintosh and Goeldner's (1986) definition of tourism as “the sum of the phenomena and relationships arising from the interaction of tourists, business suppliers, host governments and host communities in the process of attracting and hosting these tourists and other visitors.” (cited from Baum, 2006, p.20)

#### 2.1.3. *Roles of multilingualism in tourism development.*

As a crucial part of culture, language plays an essential role in cross-cultural encounters that are involved in tourism. Therefore, it is necessary for tourism staff to achieve multilingualism which is regarded as the key in successful cross-cultural communication.

In regard to Sindik and Božinović's (2013) arguments, multilingual proficiency is a basic prerequisite for successful communication in tourism since it is an environment of cross-cultural communication. Multilingualism not only provides people with good means including vocabulary

and grammar enough to establish a communication in multicultural environment but it also equips them with great intercultural competence- the ability of successful communication between members of different cultures. Researchers show that the application of lexical and grammatical knowledge is not enough to have a successful and effective cross-cultural communication though language skills play a weighty role in communication. Among them are Menike and Pathmalatha (2015), who argue that good lexical and grammatical competence may still result in cultural misunderstanding and focus on the importance of socio-cultural knowledge in cross-cultural communication, which is once again confirmed in Pokhilko's (2018) that most of the misunderstanding results from lack of knowledge of cultural differences between two or more societies. The question is how multilingualism can offer people an insight of different cultures.

As mentioned above, language is an important component of culture. In the process of learning and treating a language, learners have chances to access cultural characteristics related to the language, experience and accumulate their knowledge of this culture. It can consequently be said that multicultural knowledge is able to be developed through multilingual proficiency.

In short, multilingualism takes on a dispensable role in tourism where cross-cultural communication usually takes place. It helps overcome language barriers, reduce miscommunication due to lack of language skills and cultural knowledge, enhance the effectiveness of cross-cultural communication. As a result, multilingualism can bring the satisfaction and happiness to both tourists/visitors and service suppliers, contributing to the development of tourism.

## **2.2. Reality of tourism staff's multilingualism in Vietnam**

Vietnam has recently emerged as one of the most interesting destinations that is attractive to a large majority of tourists from different cultures around the world where different languages are used. The increase of foreign tourists results in a big challenge to tourism sector when its human resources are considered to be poor in both quantity and quality, especially in multilingual competence.

Although there has recently been a big improvement, the human resources working in tourism, according to the Vietnam National Administration of Tourism, still have poor knowledge of foreign languages. Its statistics carried out in 2018 show that over a half of tourism staff cannot use a foreign language. 32% of them is able to use English but only 10% achieves communicative proficiency, 3.6% in Chinese and 3.2% in French (Đoàn Mạnh Cường, 2019). Moreover, there is a lack of the staff who can communicate in German, Japanese, Spanish, Russian, Korean and Thai while these markets are deemed potential (Tạp chí Du lịch, 2019; Vneconomy, 2019). Limited knowledge of foreign languages is one of the factors that make the destination less attractive.

At the forum on Vietnam tourism human resources 2019 taking place in Ho Chi Minh City, Vietnam is evaluated as an interesting destination attractive to more and more visitors from other countries while the number of multilinguals working in tourism sector increases very slowly. The forum showed that approximately 45% of tour guides does not meet foreign language standards (Vneconomy, 2019). Lack of multilingual tourism human resources is a huge barrier to the access to potential tourist markets in the world, and then to the national growth of tourism.

In brief, Vietnamese tourism staff's multilingual abilities are rather limited, which is the big challenge facing Vietnam tourism sector. It slows the national growth of tourism that is held to be the key economic sector in most of localities in Vietnam. It is consequently necessary to have proper solutions to the problems of multilingualism for the development of tourism in Vietnam.

### 2.3. Lam Binh - Tuyen Quang tourism

Lam Binh is a mountainous district of Tuyen Quang province. It owns a primeval forest with rich flora and fauna, mountains, waterfalls, caves and lakes that are ideal for exploiting ecotourism, explorations and adventures. Besides, Lam Binh is home of fourteen ethnic communities with different cultural identities which is potential and suitable for cultural tourism development. However, it is reported from the website of Lam Binh tourism (du lịch Lâm Bình) that the potential for tourism in Lam Binh has not been exploited and developed fully and effectively.

From the website of Lam Binh tourism, it is easily recognized that language may be one of the problems of slow growth of tourism here. Firstly, as a major channel of tourism introduction, advertising and promotion, the website is presented in only one language-Vietnamese, which makes it difficult for those who don't speak Vietnamese to find information relating to Lam Binh tourism. Secondly, Lam Binh is a multicultural district but people here appear to live in ethnic isolation due to its geographical characteristics. Seldom may cultural exchanges occur in this region because of language barriers between different ethnic communities. It is a disadvantage of connecting and sharing information, cooperation and coordination in local tourism promotion. Finally, foreign tourist markets of Lam Binh are South Korea, China, France, Europe, the United States, and ASEAN. It is hence necessary to have a tourism staff who have multilingual skills, or at least can communicate well in English while Lam Binh is aiming at using local human resources that seem not to use any foreign languages.

### 2.4. Solutions to tourism staff's multilingual limitations

At the forum on Vietnam tourism human resources 2019, the problems of tourism staff's poor quality attracted public attention via clear numbers and statistics, especially that of their multilingualism or foreign language competence. However, this reality can be improved through the planning and training of human resources.

*Firstly*, as mentioned above, a large majority of tourism staff lack multilingual skills although they graduated from colleges or universities with a degree in travel or tourism. It is because foreign languages are not attached importance during the process of learning and teaching at university. Most of tourism curriculums just focus on professional knowledge but ignore the importance of foreign languages. Therefore, it is necessary to have a collaborative work between the Department of Foreign Languages and the Department of Tourism in universities to make the detailed planning of professional and foreign language knowledge that meets the demands of tourism labour markets. Besides, short duration courses or workshops should be designed for tourism students and/or tourism staff to improve their language skills and to overcome cross-cultural barriers (Satghare, Ragde, Rao, 2014).

*Secondly*, the cooperation between schools and tourism businesses in training process plays an important role in improving the quality of human resources, especially their language skills. Practical environment provides ideal conditions for tourism students to meet, talk and exchange ideas with foreigners; thereby they experience, practice and accumulate their knowledge of foreign languages and culture.

*Thirdly*, it is international cooperation on training tourism human resources that can help our future tourism staff meet national and international standards. It is also an ideal environment where students have chances to practice their multilingual skills and acquire good intercultural and cross-cultural knowledge.

*Fourthly*, special language guide books or language reference books for tourism are rather limited in Vietnam but they are useful and helpful for tourism staff. These books help them not only improve their language knowledge through self-study but also accompany them during their working process. The books published must fit the trends of tourism in the locality.

Finally but not lastly, it is of Lam Binh tourism. Besides the solutions mentioned above, Lam Binh tourism needs focus on training the local personnel. As a district of 14 ethnic communities with different cultures, it is a strength for Lam Binh to develop cultural and experiential tourism where the locals play an important irreplaceable part in introducing, presenting and performing their cultural products and values. However, it is difficult for the locals to communicate successfully with tourists/visitors if they can speak only their native language. Therefore, teaching foreign languages besides Vietnamese for the locals here is necessary. In relation to the problem of multilingualism in tourism development, beside Vietnamese the website of Lam Binh tourism should be presented in at least one more language-English because it is an official language of many countries in the world. English can help spread the information about Lam Binh tourism to other countries, attract more foreign tourists to this locality.

In short, multilingualism is indispensable for tourism and the development of tourism. It is essential for tourism students to develop their multilingual skills right at schools so as to meet the demands of international tourism markets. In addition, the cooperation between tourism sector, training and education institutes, colleges and universities, travel businesses is also important to produce high-quality tourism human resources, especially those who are proficient in multilingual communication, partly helping to attract tourists to the localities, contributing to the local growth of tourism.

### **3. CONCLUSION**

Multilingual skills are very important, deciding the survival of tourism sector of a locality or a nation in the context of global integration nowadays. However, a large majority of Vietnamese employees in this economic sector cannot speak English, the most popular language in the world. Moreover, the number of tourism staff who can make effectively communication in other foreign languages is rather limited, which raises the alarm about poor-quality tourism human resources. It is time to make a change so as to enhance the quality of Vietnamese tourism human resources, especially in multilingualism, ensure the maintenance and development of tourism sector. Cooperation in training and education may be an effective solution. It is the cooperation between tourism and foreign language departments, between schools and tourism businesses, between domestic and foreign institutes of tourism. The cooperation will create favourable conditions and proper environment for the development of multilingualism in tourism staff, contributing to the development of tourism sector. Besides cooperation in developing tourism staff's multilingual competence, Lam Binh tourism needs to have supporting policies such as teaching foreign languages along with Vietnamese to develop its local human resources.

### **REFERENCES**

1. Baum T. (2006). *Human Resource Management for Tourism, Hospitality and Leisure: An international perspective*. Thomson.
2. European Commission (1998). *Community methodology on tourism statistics*. Eurostat, Belgium.

3. Mathieson A. & Wall G. (1982). *Tourism: Economic physical and social impacts*. Longman House, USA.
4. Menike, J.S.H.J.M & Pathmalatha M.M.K. (2015). Developing Foreign Language Competencies of Tourism Industry Oriented Undergraduates in Sri Lanka. *Tourism, Leisure and Global Change*, 2, p.TOC-74
5. Satghare H.R., Ragde S., Rao P.V. (2014). Importance of Foreign Language Skills in Tourism industry of Aurangabad. *Role of culture and language in society*, 1(1), 68-77.
6. Sindik, J., Boinović, N. (2013). Importance of foreign languages for a career in tourism as perceived by students in different years of study. *Vitez-Tuzla-Zagreb-Beograd-Bucharest*, 15 (31).
7. Đoàn Mạnh Cường (2019), Phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao trong bối cảnh hội nhập quốc tế. <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/28647>
8. <http://dulichlambinh.gov.vn/>
9. Kim Oanh (2019), Ngành Du lịch “khát” nhân lực lành nghề, chất lượng cao, <http://vneconomy.vn/nganh-du-lich-khat-nhan-luc-lanh-nghe-chat-luong-cao-20190425090531848.htm>
10. Pokhilko O. (2018). The role of foreign languages in the development of the tourism and hospitality industry in the context of globalization. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3125661> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3125661>
11. Tạp chí Du lịch (2019), Diễn đàn “Nguồn nhân lực du lịch Việt Nam - 2019”, <http://www.vtr.org.vn/dien-dan-“nguồn-nhan-luc-du-lich-viet-nam-2019”>.html
- Tourism definitions <http://www.tourismsociety.org/page/88/tourism-definitions.htm>
12. Walton K. J. (2018). *Tourism*. <https://www.britannica.com/topic/tourism>

## ĐA NGÔN NGỮ VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH

Hồ Trịnh Quỳnh Thư  
Trường Đại học Quảng Nam

### Tóm tắt

Đa ngôn ngữ được coi là một trong những yếu tố quan trọng nhất cho sự thành công trong phát triển du lịch. Đánh giá của cán bộ du lịch Việt Nam do Tổng cục Du lịch Việt Nam thực hiện cho thấy những hạn chế hoặc yếu kém về kỹ năng giao tiếp và năng lực ngôn ngữ, bao gồm cả ngoại ngữ, cũng là vấn đề mà du lịch Lâm Bình phải đối mặt. Do đó, bài viết sẽ tập trung vào phân tích vai trò của đa ngôn ngữ liên quan đến sự phát triển của ngành Du lịch và chỉ ra vấn đề về rào cản ngôn ngữ trong sự tăng trưởng của du lịch tại Lâm Bình. Sau đó, một số gợi ý sẽ được đưa ra để giải quyết các vấn đề đa ngôn ngữ cho sự phát triển du lịch ổn định ở Việt Nam nói chung và tại Lâm Bình, Tuyên Quang nói riêng.

### Từ khóa

Đa ngôn ngữ, năng lực đa ngôn ngữ, ngoại ngữ, du lịch, phát triển du lịch, du lịch Lâm Bình.

## THE DETERMINING ROLE OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN CHOOSING A TOURIST DESTINATION

**Ewa Stawicka**

*Warsaw University of Life Sciences, Poland*

**Agnieszka Parlińska**

*Warsaw University of Life Sciences, Poland*

**Ali Unsal**

*Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Turkey*

### Abstract

Seventeen Sustainable Development Goals (SDGs) announced by the Organization of United Nations are the current direction for business development. Responsible activity of companies are actions promoting breakthrough solutions in the social, ecological and economic aspect.

The importance of social responsibility (CSR) in the development of tourism is becoming more and more emphasized. Rising and conscious consumer requirements are increasingly related not only to services, but to the search for added value, eco-development, environmental protection, respect for and striving for a clean climate, focus on aspects of health, healthy eating and unprocessed food.

In tourism, an important link is the hotel industry. Hotels are everywhere, they are both global and local. Hotels cooperate with many stakeholders, use various facilities and use environmental resources like water and energy, generate waste, sewage and consume raw materials. The hotel industry has a huge impact on the implementation of goals and tasks of sustainable development.

The aim of the paper is to show changes and development trends in the tourism industry, paying particular attention to good business practices in the hotel industry. Good social responsibility practices in the area of the market, environment, society on the example of the hotel industry in Poland and Turkey were analysed. The main issues of the analysis are:

- The scale of responsible practices of the hotel industry in Poland and Turkey;
- Recognition of the approach to implementing CSR solutions of the hotel industry in Poland and Turkey.

The research was based on the literature review and the analysis of good practices on social responsibility in Polish and Turkish hotels.

### Keywords

Sustainable development, corporate social responsibility, tourism.

### 1. INTRODUCTION

Corporate Social Responsibility (CSR) means the implementation by the organization responsibility for the impact of its decisions and activities on society and the environment by the transparent behaviour. Business is increasingly looking for innovation and newfangled solutions.



Actions that are responsible to society, the environment, employees or the market helping organizations improve the public image and bring them more profits than much more expensive advertising. In modern times the strategy is becoming the determinant of corporate governance and priority in building the comprehensive business development strategy.

Also the European Union documents like: “Lisbon Strategy”, “Green Paper”, “White Paper”, “Seventeen Sustainable Goals”, or ISO 26000 Standard, which define CSR as the organization's responsibility for the impact of its decisions and activities on society and the environment, through transparency and ethical behaviour, contribute to sustainable development, including the health and well-being of society, and takes into account the expectations of stakeholders.

Social responsibility in business, and in tourism, above all, is the management of stakeholders. It should be emphasized that currently running a business is part of the so-called team game with stakeholders. The consumer is the most important stakeholder of any organization. Currently, consumers are socially and ecologically aware, and more and more often they are guided by ethical criteria.

Hospitality as a source of global ecological and social threats should particularly contribute to the transformation of traditional production and consumption into a sustainable form. The tendency to take on social responsibility also increases in order to strengthen consumer awareness. Pro-social activity of companies, changes in the manner of management, customer information, reliable messages about the benefits of offered products consumption more often build the company's advantage on the market and affect its economic efficiency. The emphasis here is the ability to identify and prioritize, to identify their needs, the opportunities and risks associated with them, and the ability to respond consistently to expectations with the optimal effect for building the company's value (Rudnicka, 2012, p.211).

The rank of non-material values in companies increases, and therefore non-financial risks, such as reputational and operational ones, are associated with broadly understood trust (social, environmental and ethical issues). They affect the company's perceived goodwill and its ability to generate goodwill, also in the future (Dembiński, 2013, p.178).

In relation to stakeholders, the pressure to disclose data also increases. The pressure comes from three directions: the regulator, the investor environment as well as customers and consumers. Corporate social responsibility is primarily involving stakeholders, identifying key aspects of sustainable development resulting from the company's operations and presenting the risk management method (Anam, 2015).

The importance of social responsibility in the development of tourism is becoming more and more emphasized. Especially in the era of quick information and exchange of this information between stakeholders - tourists, this industry cannot afford to disregard the principles of ethics and responsibility. Consumers' requirements concern more and more often not only services, but also the search for added value such as eco-solutions, environmental protection - respect for and striving for a clean climate, focus on the aspect of health, healthy eating or unprocessed food.

### **Methodology of research**

The aim of the research part of this paper is to show examples of functioning and developing the tourism business using the concept of CSR. The main questions were pointed out:

- What is the scale of responsible practices of the hotel industry in Poland and Turkey?
- What kind of the approach to implementation of CSR solutions can be find in the hotel industry in Poland and Turkey?

Good practices in Polish and Turkish hotel facilities of various brands of various standards, which communicate their commitment to CSR through tools such as papers and expert opinions, press releases, interviews, folders and websites were analysed. The paper uses literature on issues of corporate social responsibility, articles showing the achievements of selected hotel facilities in the field of CSR, information available on hotel facilities websites, sustainable development strategies and reports, corporate brochures. Based on secondary sources the conducted research allowed to interpret the results by the method of analysis, synthesis, comparison and deduction.

In carrying out this analysis, tourist guides, statistical data of organizations such as The World Tourism Organization (UNWTO), The Polish Tourism Organization (POT) and social reports, reports of the Ministry of Culture and Tourism in Poland and Turkey, Eurostat and Turkstat as well many other websites, were used.

### **Research results**

#### *The importance of stakeholders*

The concept of stakeholder is inseparably connected with the conception of corporate social responsibility (Anam, 2015). Stakeholders are referred to as persons or groups who have demands on the enterprise and the activity of that enterprise is the object of their interest. Stakeholders, also known as interest groups, are entities in a voluntary or forced relationship with an enterprise. All groups of stakeholders, their needs or tasks are an essential element of decisive directions development of the company.

In the tourism industry, a stakeholder, a consumer, who constantly assesses the operation of hotel facilities and services, has a great importance. A significant increase in the conscious choices of responsible hotel practices can be observed among tourists. Actions towards sustainable development of tourist services determine which organizations are worth choosing, using them and which are rejected.

Increased interest of stakeholders to social responsibility is the consequence of:

- increasing societal expectations of the inability of State institutions to provide basic social needs or environmental protection;
- the process of globalization of the economy, in which the occurrence of homogeneity of products makes the brand of a company more important than a product, hence the tendency to build a competitive advantage based on the social sensitivity of the enterprise;
- progressive expectations in terms of transparency of business and improving the creditworthiness of companies in the face of economic affairs known thanks to the media;
- not accepting aggressive marketing and gaining new ways of competition based on trust (Landes, 2007).

In the realities of capitalism, the consumer is identified with the link without which the economy is unable to exist. In contrast, in the realities of the legal system, “a consumer is a person who concludes a contract with an entrepreneur for a purpose not directly related to business activity” (Lewicka-Strzałecka, 2012, pp.259-260).

When it comes to the role of the consumer on the market, we can distinguish two trends. One of them is perceiving the consumer as a person dictating the conditions and having real power on the market. The second is the perception of the consumer as an object of business world activity, a person manipulated by business, being a puppet controlled by entrepreneurs. A common feature of these trends is the perception of the asymmetry of the business - consumer

relationship, where this asymmetry manifests itself in financial, technical and informational imbalance between them (Lewicka-Strzałecka, 2012, pp.259-260).

Referring to research of SGS and Maison Research House, whose results were published in the journal “As Business”, thanks to segmentation analysis specialists could distinguish six consumer profiles on the Polish market in terms of their attitude to CSR activities (Fig.1) (CSRconsulting, Barometr CSR, 2016):

1. Fulfilled realists - they choose the products and services of companies that undertake socially responsible activities, seek such practices, believe that companies should not only support, but also initiate activities for society and the environment (this segment accounted for 21% of respondents).

2. Sensitive intellectuals - they believe that everyone has an impact on the environment, which is why everyone is responsible for them. This is a segment with very high CSR awareness (17% of respondents).

3. Eco-pragmatists - they are less aware of CSR, which is basically limited to ecological activities and thanks to which they can personally benefit (e.g. save). This segment even requires the involvement of companies for the benefit of society and the environment, but at the same time more than half believed that the company should not derive additional benefits from this activity (23% of respondents).

4. Passive poseurs - they have low knowledge and awareness of what CSR is, for them quality is not the responsibility, they prefer a more good product over the ethical approach of entrepreneurs (15% of respondents).

5. Excluded frustrations - one of the segments with the least need to get involved in society and the environment. They feel that most people don't care about the environment anyway, so their own actions for it would not make sense anyway. They do not believe in authentic CSR (12% of respondents).

6. Corpo - egoists - an example of people who think that businesses are from generating profits. They do not believe in CSR activities of companies (12% of respondents) (Greszta, 2014).

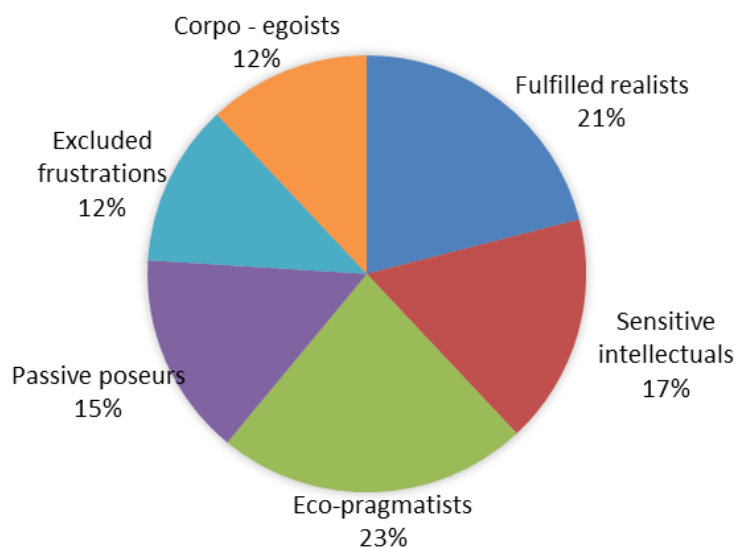


Figure 1. Consumer profiles on the Polish market in terms of their attitude to CSR activities

Sources: CSR consulting, Barometr CSR 2016

However among consumers over 60% of respondents<sup>200</sup> still expect and even require from companies greater communication and an increased amount of information, activities and commitment in the field of CSR

The basis for creating CSR values in relation to clients is a proactive approach, engaging the client, listening to his expectations, or even enabling him to contribute to the product or service design process.

From the point of view of CSR/sustainable development of an enterprise the most important responsibility in the field of consumers/customers concerns the 4P concept, i.e. product responsibility, responsibility in the field of supply and distribution, responsible pricing policy and responsible marketing communication.

The first mentioned aspect is product liability and for the production process. A characteristic activity in this area is ensuring already at the planning stage and later production the observance of CSR principles, i.e. the Life Cycle Assessment (LCA). This assessment is a comprehensive tool and allows you to analyse the selection of a product, process or service with the least impact on human health, the environment, reorganization of production processes, distribution or product design changes, and even the replacement of harmful components. All the more so because deficiencies and errors in the production process may later affect environmental, social and economic losses, and even catastrophes.

Responsibility for supply and distribution focuses on the growing demands of consumers. It is a timely delivery, efficient order processing, minimizing costs, providing the right size of a batch of goods, a diverse range at the same time and place.

Price responsibility is an indicator of the contribution, value of a product, service and should not constitute excessive value or be an element of price collusion, which aims to eliminate, limit or distort competition in the relevant market.

Responsible marketing communication towards consumers is a key aspect of building credibility, trust and customer loyalty. Responsible communication is based on three main pillars. First of all, it is full product information and customer engagement around the product. Secondly, stakeholders are increasingly interested in the ethical and ecological responsibility of producers and their products/services, and they can receive such reliable messages through labels and quality labels, responsibility. And thirdly, the use of socially engaged marketing, i.e. pro-social communication and informing about your own social activities through products.

On the other hand, the lack of transparency in informing also about economic entities supplying, for example, raw materials for production may raise suspicions on the market that the company has “something to hide”.

It turns out that not responding to certain consumer needs may be associated with the loss of certain groups of consumers, often also key clients.

#### *CSR and improving competitiveness*

The implementation of the idea of social responsibility combines economic and social interest, and thus can bring many different benefits to an enterprise. These include among others:

---

<sup>200</sup> The authors of the research emphasize that due to strictly defined procedures for recruiting and collecting data, they are reliable and reliable. The quantitative research was supplemented with qualitative interviews that help to understand each of the identified groups - their motives and barriers to involvement in CSR.

better financial result, increased productivity, employee engagement, increase brand value and improve the company's reputation, access to information, reduced response time, or reduction of operating costs.

The development of the CSR concept, whose dimension is, *inter alia*, the pursuit of environmentally friendly actions, the development of social sensitivity and civic attitudes, should permanently translate into strengthening the position of enterprises, which is based on increased competitiveness (Stawicka, 2009).

When we are talking about corporate social responsibility, we should keep in mind the way and approach of a given company to implementing and acting in accordance with the principles of this concept. The benefits of running a socially responsible business depend on the level of commitment of the society. We can speak of imposed responsibility when the company is merely limited to complying with applicable law, whether in social or environmental terms (Drucker, 1993). We can also distinguish forced liability, e.g. public pressure, which largely depends on the successful operation of a given company on the market. The company's attitude in the field of responsible business may, however, result from voluntary awareness and a sense of concern for the social and economic development of the region. Then we can talk about the highest real benefits, which the enterprise itself as well as the whole society benefits from (Donaldson, 1982).

Therefore, proper and full implementation of the concept of corporate social responsibility can only be talked about when companies do something that goes beyond applicable law (Filek, 2006).

When we are presenting the benefits of implementing the concept of corporate social responsibility, we should indicate issues such as publicizing and solving important social problems, educate the public, to contribute to social activism, popularizing attitudes beneficial, stimulating economic development and prosperity of the citizens, the impact on improving the environment. Voluntary business initiatives promote higher standards of ethical conduct, translate into additional market value of the company, build customer confidence, increase investor interest and are a reason for employees' pride (Niestrój, 1996, p.137).

Also R.W. Griffin puts forward the following arguments for social responsibility:

- Economic activity creates problems, which is why businesses should participate in their resolution;
- The company is also social groups;
- Companies have the necessary resources to solve social problems;
- Companies are partners in the economy, as Government and society (Griffin Ricky, 2013, p.74):

Socio-economic changes have highlighted the need to adapt, and even overtake and faster business responses also in the tourism industry as to economic, environmental and political conditions, e.g. the increasing risk of terrorist attacks, especially in the context of the challenges of safe food, food security or climate change.

However, most often, this is the practice of leaders, large enterprises competing for the attention of consumers and even outdoing themselves in good practices. The largest companies in the tourism industry have their own specific CSR strategies.

*The characteristics of tourism in Poland and Turkey*

Tourism and hotel industry in Poland is still under development. Poland is part of the global tourist market with a growing number of visitors, especially after Poland's accession to the European Union. The most popular tourist destinations include: the Baltic Sea coast, Mazury Lake District, the Tatra Mountains (the highest mountain range of the Carpathians), the Western Bieszczady, the Sudetes and the Bialowieza Forest. In 2012, Poland was the 17th most visited country in the world by tourists (according to the World Tourism Organization).

In Poland, the number of hotel facilities in 2017 constituted 2,540 hotel facilities and 8,141 other tourist facilities. As at July 31, 2017, there were a total of 10,681 tourist accommodation establishments with 774.0 thousand beds. These facilities reported 32.0 million tourists (83.9 million nights, of which 16.7 million were foreign tourists' nights). The number of foreign tourists increased to 6.8 million, compared to 6.4 million in 2016. Most tourists (24.1 million) stayed in hotel-type facilities, i.e. in hotels, motels, boarding houses, etc., while only 7.8 million tourists used other accommodation facilities. Over half of all tourists were accommodated in hotels - 20.9 million (an increase from 19.6 million in 2016) ([www.pot.gov.pl](http://www.pot.gov.pl), access: 30.07.2019).

Foreign tourists also chose primarily hotel facilities - 6.0 million - compared to 0.8 million in other accommodation facilities. 28.1 million rooms were rented in hotel facilities (i.e. hotels, motels, guesthouses and other hotel facilities), of which 8.5 million were rented to foreign tourists. The occupancy rate of rooms in hotels, motels, boarding houses and other hotel facilities in 2017 amounted to 48.9%. In 2017, the largest number of tourists was recorded in Malopolska and Masovian voivodship (5.1 million and 4.9 million). This also applies to foreign tourists who most often stayed in the same regions, i.e. 1 547 thousand in the Mazovian voivodship and 1 460 thousand in the Malopolska voivodeship (Statistical Analysis, Tourism in 2017).

Whereas Turkey is a country frequently visited by tourists, it occupies a place in the top ten countries with the largest number of arrivals of foreign tourists. The country offers extensive gastronomic, accommodation, transport, entertainment and recreation infrastructure. It also has: well-trained staff in the tourism industry, financial and strategic support of the Ministry of Culture and Tourism. Turkey is a country belonging to the division of the UNWTO into the European Region, specifically to the sub-region of South-Mediterranean Europe. In this subregion we will also find countries such as Spain, Portugal, Italy, Greece, Croatia, Slovenia, Malta, Macedonia, Gibraltar, San Marino, Cyprus, Israel. These countries are definitely different in terms of culture (Turkey, Israel and Cyprus) as well as in landscape and economic terms. The common denominator, however, can be a rich history and wealth of interesting tourist attractions ([www.turkstat.gov.tr](http://www.turkstat.gov.tr) access: 30.07.2019).

The strengths of Turkish tourism:

- Very well developed tourist infrastructure (accommodation, transport);
- Convenient geographical position (two continents, climate);
- A large number of tourist attractions of anthropogenic and natural;
- An interesting and rich history (the Ottoman Empire, the Roman Empire).

The Weaknesses of Turkish tourism:

- High prices out of season;

- Stereotypes about the inhabitants of Turkey;
- Seismically active area (shakes the Earth);
- The threat of terrorist attacks.

According to UNWTO data in 2014, Turkey attracted approximately 42 million foreign tourists, occupying 6th place on the list of the most popular tourist destinations in the world. However, this number fell to around 36 million in 2015 and to around 25 million in 2016. In 2017, this number increased to 32 million.

Istanbul is one of the most important tourism spots not only in Turkey but also in the world. There are thousands of hotels and other tourist-oriented industries in the city. Other important destinations are connecting with sea side and cultural attraction in Turkey. Beach vacations and Blue Cruises, particularly for Turkish delights and visitors from Western Europe, are also central to the Turkish tourism industry. Lots of cultural attractions elsewhere in the country include the sites of Ephesus, Troy, Pergamon, House of the Virgin Mary, Pamukkale, Hierapolis, Trabzon., Konya Didyma, Church of Antioch, ancient pontic capital and king rock tombs with its acropolis in Amasya, religious places in Mardin, and the ruined cities and landscapes of Cappadocia.

Tourism development in both countries is incomparable. However, the approach to social responsibility and sustainable development in both countries is interesting. Good CSR practices in Poland are still under development, while in the case of Turkey, despite a very extensive hotel base, responsible practices also leave a lot to be desired.

#### *CSR and tourism*

Tourism has been a huge success thanks to the development of services, promotion of the environment and natural values, implementation of activities in the field of sustainable development. On the other hand, the existence and continuous development of tourism and recreation entails a number of negative ecological, economic and spatial phenomena.

Often the dominant objective for the tourism industry is the only economic profit, which significantly affects the impoverishment of architecture and landscape by building tourism infrastructure, including hotels in tourist areas, especially those very rich in natural beauty.

The intensification of tourism development also has many negative consequences in the field of environmental pollution. The figures show that among five-star hotels, carbon dioxide emissions for every square meter of space are even 160 - 200 kg. In the case of water consumption, these values are even 170 - 440 liters per one guest. In terms of waste, it is even over a kilogram of waste for each person daily. It is also stated that the amount of waste generated and carbon dioxide emissions increases with the quality of hotel services offered ([www.polskatimes.pl/artykul/783664,turystyka-hotele-i-zanieczyszczone-srodowisko,id,t.html](http://www.polskatimes.pl/artykul/783664,turystyka-hotele-i-zanieczyszczone-srodowisko,id,t.html), access: 17.07.2019 r.).

Low environmental awareness of both tourists and hoteliers as well as local communities living in tourist areas contribute to this state of affairs.

Also in the economic sphere there is a large number of tourism dysfunctions. The inflation rate in tourist regions that is much higher than the national average is emphasized. This particularly reduces the standard and quality of life of the local population. Seasonality, as a

determinant of an increase in off-season unemployment, when hotels and other tourist entities do not need the same workforce. Negative phenomenon is land speculation involving the global hotel industry in particular countries and regions very attractive for tourists. This speculation mainly affects local entrepreneurs because they cannot afford to pay for land such huge amounts that world hotels industry giants are able to pay. Foreign investors are becoming another problem for the local economies of tourist regions, especially in underdeveloped countries there is an excessive outflow of foreign currency abroad. This reduces the country's multiplier effect on tourism income ([www.polskatimes.pl/artykul/783664, turystyka-hotele-i-zanieczyszczone-srodowisko, id, t.html](http://www.polskatimes.pl/artykul/783664_turystyka-hotele-i-zanieczyszczone-srodowisko_id_t.html), access: 17.07.2019 r.).

The tourist industry, including the hotel industry, generates a huge amount of all kinds of dysfunctions that affect the environment, communities and space. The World Tourism Organization (UNWTO), in response to various socio-ecological threats, tries to influence tourist entities to make them operate in a sustainable manner. The organization calls for three principles to be respected:

1. Exploitation of natural resources which are a very important element in the development of tourism in an optimal way;
2. Building and promoting tolerance, understanding between cultures and respect for the cultures of local communities;
3. Striving to reduce poverty and create permanent employment so that all groups of local communities benefit from tourist activity ([www.zarabiajnaturystyce.pl/dobre praktyki/ ciekawe-przedswiezciecia](http://www.zarabiajnaturystyce.pl/dobre-praktyki-ciekawe-przedswiezciecia), access: 17.07.2019).

Aspects particularly important for sustainable development of the tourism industry are travel companies that are socially responsible and competitive, the availability of tourism for all citizens, the sector providing the possibility of fair employment and tourism activities giving clear benefits for local communities. For all of these aspects to function, cultural integrity, special protection of cultural heritage and goods, and environmental protection are needed.

#### *Good practices examples of CSR in the hotel industry in Poland and Turkey*

In Poland, there are still few examples of good CSR practices, but from year to year the number of specific initiatives increases. An example is the Hilton Worldwide hotel and the “Light Stay” program which was introduced there. The Hilton hotel program called Light Stay - right today, bright tomorrow is a great example of a comprehensive CSR policy in the hotel industry. It covers all standards that are possible in managing corporate social responsibility policy. For example, Hilton hotels carry out constant measurements of consumption, quality status of all measurable products such as paper or chemicals, and resources such as water and air cleanliness. Hilton strives to standardize, introduce standards in the areas of energy, water and other resources and products, as well as in the field of processes and practices that are environmentally friendly. This action has a global reach and is a priority in the organization's strategy of operation.

At present, the Hilton network can boast measurable successes such as:

- reduced energy consumption by 6.6% in the year 2018 compared to the results from 2008;
- reduced water consumption by 3.8% in the year 2018 compared to the results from 2008;



- reducing carbon dioxide emissions by 7.8% in the year 2018 compared to the results from 2008;
- reduction of waste generation by 19% in the year 2018 compared to the results of 2008 years.

(Hilton Worldwide, [www. pl. hiltonworldwide.com/development/management-services/engineering.html](http://www.pl.hiltonworldwide.com/development/management-services/engineering.html), access: 15.07.2019).

Also, the practice of the Radisson Blu hotel in Krakow indicates the objectives associated with the provision of services of the highest quality, but above all the implementation of socially responsible assumptions, especially those related to the hotel's commitment to the life of the local community and environmental protection. The Cracow hotel as a member of the Rezidor hotel group, actively operates in three programs, areas of responsible business, namely:

1. Think Planet, consisting in minimizing the negative impacts on the environment in the hotel;
2. Think People, consisting in taking care of the health and safety of employees and guests;
3. Think Together, consisting in respecting ethical and social aspects in the hotel and the local community (Radisson Blu Hotel, access: 15.07.2019).

In the sphere of activities for the environment, Radisson Blu in Krakow is known for its rigorous standards for waste segregation. The hotel has been awarded the prestigious, ecological, global, Green Key hotel certificate and also received the BS-8901 certificate as the first hotel in the world. This certificate has been transformed into the regular ISO 20121 standard, which is a standard that helps event organizers plan and implement projects that do not violate the principles of sustainable development. As a result of the implementation of the above-mentioned standard, the Radisson Blu Radisson Blu in 2011 was also awarded during the “Leaders of Sustainable Development” competition in the marketing category (Radisson Blu Hotel, access: 15.07.2019).

Examples of tourism development with elements of social responsibility are also other initiatives, such as the practice in Nowy Staw and Grodzisk Wielkopolski, where garbage dumps have been turned into ski slopes (Dymowski, 2011, p.88).

In over 50% of MCC Mazurkas Conference Center & Hotel' units can be observed that water intake devices have elements limiting its consumption, biodegradable cleaning products are used, monitoring of thermal and electric energy consumption, use of CO2 calculator, promotion of ecological solutions, encouraging guests to submit ideas on the hotel website regarding protection environment ([www.mazurkashotel.pl](http://www.mazurkashotel.pl), access: 30.07.2019).

Also the local hotel “Nad przełosem” recommends products from local suppliers and farmers.

Another example can be Hotel “Pod Orłem”, in which roof solar panels were used to heat water in the season, in the rooms a power control system was installed, which in the absence of guests in the room (due to the lack of an activation card) allows you to turn off the left electrical equipment or lighting, gas heating, taps with motion sensors in public toilets, two-phase flushing, water treatment system in a restaurant kitchen, waste sorting, oil used for deep frying utilized in a safe way, limiting disposable cutlery (Dragota, 2012).

Good hotelier practices in the area of “local community” include various types of sponsorship and charity campaigns, supporting local entrepreneurs and buying products from them, organizing sporting events with the participation of the local community as well as employees, conducting social dialogue with the business environment (contractors, organizations, corporate clients) to inspire them to CSR activities. Elements of ecological and environmental education of consumers appear more and more in tourism.

Socially responsible practices in the hotel industry in Turkey have been used on a larger scale and practiced for a long time. A wide range of practices is offered at Turkish hotels. These include, above all, environmental and educational solutions. To a large extent they are innovations introduced under the influence of economic factors but also on a wide scale requiring tourists from all over the world. The most common and almost universal practices of CSR in the hotel sector in Turkey include:

- roof solar panels heating water;
- air conditioning system using chilled water technology;
- power control system, which in the absence of guests in the room (due to the lack of an activation card) allows you to turn off the lighting;
- taps with motion sensors in public toilets;
- two-phase water flushing;
- water treatment system in the restaurant kitchen;
- waste sorting;
- the oil used for deep-frying recycled in a safe way;
- the system of deciding by the client about the frequency of washing his bed linen and towels;
- management of energy efficiency, water consumption and waste segregation;
- aerators in batteries;
- lots of greenery around the facilities;
- cooperation with tourist organizations to improve the quality of provided services;
- free Internet access;
- building fully accessible for people with disabilities;
- special tables - meals for demanding customers, local food, water, fish and vegetarian cuisine;
- childcare and special people to organize joint games - animations;
- use of broad educational campaigns on sustainable development.

The following information that has become common practice and are placed in hotels for tourists in a visible place. Posters illustrate examples of good practice to support sustainable development. Among other things, the often appearing educational practices “Together we make tomorrow more beautiful” that promote activities such as “how you can help hotel protect planet”:

- use your bathroom towels more often to reduce the use of chemicals and water;
- take a short shower instead of using your bath tub;
- keep your minibar closed to avoid unnecessary use of electricity;

- throw your batteries in the battery waste bin in the lobby;
- inform the manager about water leaks;
- keep your curtains and balcony doors closed when you are outside your room to reduce the use of air conditioning;
- keep your balcony door closed while using air conditioning;
- delivery your hazardous waste like empty aerosols at the reception desk;
- encourage yours children to do the same<sup>201</sup>.

Sustainable development implemented as part of the corporate social responsibility strategy is becoming a more common practice of companies and is reflected in the organization's CSR strategies. A number of tools allow for practical implementation and verification of social, environmental and ethical aspects. Hotels implement a number of rules and codes of conduct, Global Compact rules, industry codes, ISO 14001, EMAS, Standard AA8000, ISO 9001 or Standard ISO 26000. Participation in certification programs increases the credibility of the organization and the authenticity of such activities is quickly verified by customers.

#### *Discussion*

- Corporate social responsibility (CSR) is becoming an increasingly popular concept in the development of the tourism industry. Polish tourist companies are trying to get better against the background of more advanced foreign competition in this respect.
- The customer/consumer is one of the most important stakeholders in the tourism industry. Current consumers are becoming more and more socially and ecologically aware, they are also beginning to pay more attention to ethical criteria in business.
- An important change in the tourism industry is the aspect of the growing number of good CSR practices implemented in companies' development strategies. The application of the principles of responsibility in the tourism industry allows better adaptation to the clients/consumers' needs, increasing the efficiency and quality of work, strengthening the brand and customer confidence, better access to capital.
- Most often, responsibility from the point of view of CSR/sustainable development is practiced in large hotels with international clients, such as extensive hotel bases in Turkey.
- The most commonly used activities are practices in the area of natural environment and the area of social involvement and community development.
- Relations with tourists mainly concern the promotion of sustainable consumption. Hotel facilities ensure that the quality of services is adequate to meet the changing needs of customers. They address their offer to various groups of recipients, including singles or the disabled.
- In the area of market practices, hotel facilities support native entrepreneurship by purchasing products, mainly food from local suppliers.
- Innovations are applied when introducing environmentally friendly solutions in hotels.

---

<sup>201</sup> On the basis of own research in the regions Antalya, Izmir (September, 2016).

- Most hotels introduce the possibility of organizing conferences and events at their facilities as additional events.

## 2. CONCLUSIONS

Challenges of the 21st century towards sustainable development mean that corporate social responsibility is part of tourism and hotel reality. Entrepreneurs providing services related to tourism in a broad sense are required to make optimal use of natural resources, respecting local cultures in a special way, heritage and cultural assets, and environmental protection. It also turns out that more efficient and sustainable use of resources brings companies great savings and also builds a certain social sensitivity in terms of saving energy or other resources. Responsible practices also create a kind of competitive advantage. The customer/consumer is mentioned as one of the key stakeholders of the company, as it is a source of direct and very measurable profits from the implementation of CSR in everyday practices.

Social reporting is slowly becoming the standard. Properly prepared, it is an integral element of CSR management. CSR activities in hotel facilities should be regulated to a greater extent by basic standards that relate to social responsibility.

Due to the extensive hotel base and longer tourist tradition, benchmarking on the Turkish tourist market is extensive. In Turkey, there are many examples related to social responsibility, but often these are practices related to the area of the environment, where hoteliers strive for sustainable consumption of raw materials, waste management, sewage management, saving electricity and heat, reducing water consumption, and reducing emissions. To a large extent, this is also related to economic efficiency. The hotel and tourism practice in Poland is developing. There are more and more good practices in the areas of corporate social responsibility, but this is not such a complex strategy as in the case of hotel industry in Turkey.

Due to extensive issues, the issue requires in-depth research. Will the market of Polish tourism develop more and more intensively and how important will the competitive advantage be using the competitive advantage using the strategy of social responsibility? To what extent will the extensive Turkish market in the field of tourism and hotel industry implement new CSR innovations in this sector?

## REFERENCES

1. Anam L., CSR info, Responsible business practices for managers. A guide for members of supervisory boards. Warszawa 2015.
2. Dembiński P. H., Ethics in the field of finance. [In:] *Biznes, Etyka, odpowiedzialność*, red. naukowa W. Gasparski. PWN, Warszawa 2013, p.178.
3. Donaldson T., *Corporations and Morality*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1982.
4. Dymowski J., *Corporate social responsibility and business*) [In:] *Usługi społeczne odpowiedzialnego biznesu*. red. naukowa M. Bonikowska, M. Grewiński. Wyższa Szkoła Pedagogiczna TWP w Warszawie, Warszawa 2011, p.88.
5. Dragota M., *Hotel Pod Orlem, Sustainability report. Analysis and proposals for amendments*, Kartuzy 2012.
6. Drucker P., *Concept of the Corporation*, Transaction Publishers, New Brunswick, 1993.

7. Filek J., Corporate social responsibility. Only fashion or new business model?) Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Kraków 2006, p.4.
8. Greszta M., Whether the Polish consumer draws attention to the socially responsible action?) BAROMETR CSR 2013, As biznesu opiniotwórczy kwartalnik o społecznej odpowiedzialności nr 10, Poznań 2014.
9. Griffin W. Ricky, The basics of managing organizations) PWN, Warszawa 2013, p.74. Landes D. S., Wealth and poverty of Nations.) MUZA SA, Warszawa 2007, p.576.
10. Lewicka - Strzałecka A., Consumers: rights and obligations) [In:] Biznes, etyka, odpowiedzialność, red. naukowa W. Gasparski. Wydawnictwo Naukowe PWN S.A., Warszawa 2012, pp.259-260.
11. Niestrój R., Marketing management )Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 1996, p.137.
12. Rudnicka A., CSR-improvement of social relationships in the company) Wydawnictwo Oficyna Wolters Kluwer business, Warszawa 2012, p.211.
13. Stawicka E., Ethical (socially responsible) dimension of the organization's functioning) [In:] Studia i materiały, red. naukowa J. Prońko. Miscellanea Oeconomicae, Nr 2/2009, s.264. ISBN 83-87798-72-X.
14. International Organization for Standardization, ISO 26000:2010 Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności, Polski Komitet Normalizacyjny, Warszawa 2012.
15. CSRconsulting, Barometr CSR 2016. The research was conducted in April - May 2016 on a sample of 1039 people aged 18-55 using the Computer Assisted Web Interviewing method, in which the respondent completed an electronic questionnaire.
16. GUS, Statistical analysis, Tourism in 2017, Warszawa.
17. Hotel MAZURKAS-social responsibility, [www.mazurkashotel.pl](http://www.mazurkashotel.pl), access: 30.07.2019.
18. [www.zarabiajnaturystyce.pl/dobre-praktyki/ciekawe-przedswiezecia](http://www.zarabiajnaturystyce.pl/dobre-praktyki/ciekawe-przedswiezecia), access: 17.07.2019.
19. Hotel Hilton Worldwide, [pl.hiltonworldwide.com/development/management-services/engineering.html](http://pl.hiltonworldwide.com/development/management-services/engineering.html), access: 15.07.2019.
20. Tourism, hotels and polluted environment) [www.polskatimes.pl/artykul/783664,turystyka-hotele-i-zanieczyszczone-srodowisko,id,t.html](http://www.polskatimes.pl/artykul/783664,turystyka-hotele-i-zanieczyszczone-srodowisko,id,t.html), access: 17.07.2019 r.
21. Hotel Radisson Blu Hotel - biznes zorientowany społecznie, (Radisson Blu Hotel-socially-oriented business) epr.pl, [www.epr.pl/radisson-blu-hotel-biznes-zorientowany-spoecznie,csr,24902,1.html](http://www.epr.pl/radisson-blu-hotel-biznes-zorientowany-spoecznie,csr,24902,1.html), access: 15.07.2019
22. [www.pot.gov.pl](http://www.pot.gov.pl), access: 30.07.2019.
23. [www.turkstat.gov.tr](http://www.turkstat.gov.tr) access: 30.07.2019.
24. [www.pkn.pl/iso-26000](http://www.pkn.pl/iso-26000) access: 30.07.2019.

## VAI TRÒ CỦA VIỆC XÁC ĐỊNH TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI TRONG VIỆC LỰA CHỌN ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH

### Tóm tắt

Mười bảy mục tiêu phát triển bền vững (SDGs) do Tổ chức Liên hợp quốc công bố là hướng phát triển kinh doanh hiện nay. Hoạt động có trách nhiệm của các công ty là các hành động thúc đẩy các giải pháp đột phá trong khía cạnh xã hội, sinh thái và kinh tế.

Tầm quan trọng của trách nhiệm xã hội (CSR) trong phát triển du lịch ngày càng được nhấn mạnh. Các yêu cầu của người tiêu dùng ngày càng tăng và có ý thức ngày càng liên quan đến không chỉ các dịch vụ, mà còn tìm kiếm giá trị gia tăng, phát triển sinh thái, bảo vệ môi trường, tôn trọng và phấn đấu cho khí hậu sạch, tập trung vào các khía cạnh của sức khỏe, ăn uống lành mạnh và thực phẩm chưa qua chế biến.

Trong du lịch, một liên kết quan trọng là ngành Công nghiệp khách sạn, khách sạn ở khắp mọi nơi, có thể là người địa phương hoặc trên thế giới. Các khách sạn hợp tác với nhiều bên liên quan, sử dụng các cơ sở khác nhau và sử dụng các tài nguyên môi trường như nước và năng lượng, tạo ra chất thải, nước thải và tiêu thụ nguyên liệu thô. Ngành Khách sạn có tác động rất lớn đến việc thực hiện các mục tiêu và nhiệm vụ phát triển bền vững.

Mục đích của bài viết là cho thấy những thay đổi và xu hướng phát triển trong ngành Du lịch, đặc biệt chú ý đến các hoạt động kinh doanh tốt trong ngành khách sạn. Thực hành trách nhiệm xã hội tốt trong lĩnh vực thị trường, môi trường, xã hội trên ví dụ về ngành công nghiệp khách sạn ở Ba Lan và Thổ Nhĩ Kỳ đã được phân tích. Các vấn đề chính của phân tích là:

- Quy mô thực hành có trách nhiệm của ngành khách sạn tại Ba Lan và Thổ Nhĩ Kỳ.
- Công nhận cách tiếp cận để thực hiện các giải pháp CSR của ngành khách sạn tại Ba Lan và Thổ Nhĩ Kỳ.

Nghiên cứu dựa trên đánh giá tài liệu và phân tích các thông lệ tốt về trách nhiệm xã hội tại các khách sạn của Ba Lan và Thổ Nhĩ Kỳ.

### Từ khóa

Phát triển bền vững, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, du lịch.

# IMPROVING TOURISM CAPABILITIES FOR TAY ETHNIC COMMUNITIES LIVING SURROUNDING TUYEN QUANG HYDROPOWER RESERVOIR, TUYEN QUANG PROVINCE

Bui Cam Phuong, Pham Tran Thang Long

*Thang Long University*

## Abstract

Community-based tourism has been a promisingly new kind of tourism in the surrounding area of Tuyen Quang hydropower reservoir, Tuyen Quang province. Upon the establishment of Na Hang Ecotourism Management Board in 2007, tourism is expected to provide a new direction for Tay ethnic communities along Tuyen Quang hydropower reservoir to alleviate poverty from traditional livelihood basis including agriculture and forestry. However, after 10 years of implementation, tourism activities have not really been in leading role to promote better life of Tay people in reservoir - side communities. Based on the results of the study conducted with 205 households in Nang Kha and Thuong Lam communes, Na Hang district, Tuyen Quang province for a period of 1 year (2016-2017), this article applies KSAP analytical model to assess capabilities of Tay ethnic communities in Tuyen Quang hydropower reservoir in tourism development issues. Subsequently, several solutions aimed to improve tourism capabilities of Tay ethnic communities in the locality.

## Keywords

Tay ethnic community, community-based tourism, KSAP, tourism capability, the surrounding area of Tuyen Quang hydropower reservoir.

## 1. INTRODUCTION

Having been on the path of the country renovation, Vietnam has been developing day by day despite the fact that still there are gaps between urban and rural areas, between lowland and upland areas. Those gaps call for various solutions which are posed to be contextualized according to different natural and social conditions in each locality. For the area of Tuyen Quang hydropower reservoir, community-based tourism development is now considered a suitable option for the Tay ethnic community living there to alleviate poverty and improve the quality of social security (People's Committee of Lam Binh District, 2016). Therefore, in recent years there are emerging promotion of community-based tourism in several villages in the area such as Na Tong village, Thuong Lam commune; Na Vai and Na Kha villages, Nang Kha commune. In these villages, the majority of the people belongs to the Tay ethnic group, holding 90% of the population (Interview off the Chairman of the People's Committee of Thuong Lam and Nang Kha communes, 2017). However, the economic benefits that tourism brings about to the local community are somehow inconsiderable. In this context, a study on tourism capabilities of the local Tay ethnic community is timely and significant to both local authorities and the residents.

## 2. THEORETICAL FOUNDATION AND RESEARCH METHOD

### 2.1. Theoretical foundation

#### *Community*

The concept of the community is derived from the Latin term “*communitas*” meaning the whole believer of a religion or all those who follow a defined leader. Today, the term

is commonly used in European-American languages such as “communit ” in French or “community” in English (Pham Hong Tung 2009). In the field of tourism, Tran Duc Thanh et al. (2014) pointed out that the term “community” refers to “those who closely relate to the concern of tourism development in the locality, who are local people involved in tourism business, who are the commune and village officials, village elders playing an important role in the lives of residents”.

In this paper, the community is defined to include the Tay ethnic people residing on the same surrounding territory of Tuyen Quang hydropower reservoir, having a kinship shared among the most part of household members, sharing natural conditions, cultural background, language, ways of living, and participating in tourism to improve the economy and the quality of life.

### *Community based tourism*

Community-based tourism is a term coined by UNWTO (2001) to refer to the situation in which communities are encouraged to participate in the “front line” of tourism. It is the communication, direct interaction with visitors. These activities often take place in the territory of a community or at where close to that community and depend on the attractiveness of community resources or the community services provided directly to visitors.

Accordingly, the form of tourism in the area of Tuyen Quang hydropower reservoir is considered to be community-based tourism with emphasis on the role of the ecosystem as a major component of the resources of this type of tourism. In particular, Tay ethnic community in question not only participate in the process of tourism development but also have significant mechanism over the operation of tourism when most of the profits from tourism are retained in the community.

## **2.2. Research Methods**

This paper presents an application of the KAP analytical model which is a research model emphasizing the change in knowledge (K); people’s attitude (A) and behavior/ practice (P) on a certain issue in life. This model is widely used in the world in various areas such as public health (clean water supply, family planning); education studies; psychology; sociology; social work... Accordingly, the analytical results from the KAP model help to identify awareness, perception and practice of local people living alongside the Tuyen Quang hydropower reservoir on community-based ecotourism. Moreover, this research has considered adding a fourth analytical criterion of skill (S) to assess community skills. Since then, the final analysis model is KSAP applied to assess capabilities of Tay ethnic community in community-based tourism development in the surrounding area of Tuyen Quang hydropower reservoir.

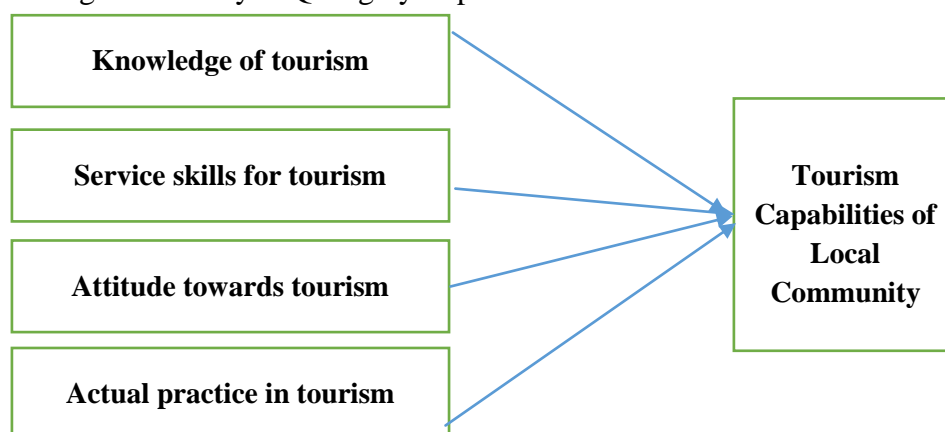


Figure 1. Analytical model of KSAP in assessing tourism capabilities of local community



Specifically, four factors in the KSAP analytical model for assessing community capabilities in community-based tourism development are described as follows:

- ✓ K - knowledge: focus on knowledge by reviewing the understanding of participants in the study of community-based tourism.
- ✓ A - Attitude: focus on attitudes by considering feelings of participants in the study as well as their opinions regarding community-based tourism.
- ✓ P - practice: focus on behavior by looking for the way in which participants express their behavior throughout the study in relation to their perceptions and attitudes towards community-based tourism.
- ✓ S - skill: to measure community skills; meaning to find out existing skills and those absent among the Tay ethnic communities in the study area to do anything about tourism.

#### *Survey sample*

According to Estela (2006), in the case of knowing the exact number of elements of the population (N), the sample size (n) can be calculated using the Slovin formula (1960).

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Where: n is the sample size; N is the population; e is the standard error.

In this paper, data were collected from households in the three villages of Na Vai and Na Kha in Nang Kha communes, and Na Tong village in Thuong Lam commune by using interview questionnaires. The total number of households in these three villages is 385, applying the above formula, the minimum number of questionnaires is 196, we have issued a number of 220 questionnaires to collect 220 returned, from which 15 were rejected after screening. Thus, the sample size n is 205 that ensures the minimum number of samples. The survey data were conducted between March, 2016 and March 2017.

### **3. RESEARCH FINDINGS AND DISCUSSION**

#### **3.1. Knowledge of tourism of Tay ethnic communities**

Tourism capabilities of local communities is first evaluated through the survey results in community's knowledge of tourism resources and tourism industry. Accordingly, the Tay ethnic participants in the survey expressed their understanding of the value of natural and cultural tourism resources in the environs of Tuyen Quang hydropower reservoir, while indicated their awareness of the benefits that community-based tourism in localities bring to the people.

For natural tourism resources, people were asked about the current local attractions such as caves, waterfalls, Na Hang nature reserve, 99 mountains and Coc Vai stone. The survey results show that all respondents know well the attractions that are key to valuable natural tourism resources in the area; and only a few attractions where are less-accessible to people such as Na Hang nature reserve and cliffs have a lower percentage of acknowledgement but not less than 95%. Such figure signifies the understanding of the local community about the values of existing natural tourism resources in the area where they were born and grew up, as well as represents their pride in local attractions. Every villager here seems to not only recognize each tree, grass, animal but also attach to each place here a mysterious story, a unique name in local language of

the Tay people. For example, attached to 99 mountains is the story of 100 Phoenix looking for a place which became the capital of kings; or Coc Vai stone holds a story of its origin as not merely a means to tie a sky buffalo but also a sacred place whose power to bring luck and reproductive wish for those who touch on it; or simply a fairy wall with a beautiful image of a couple in love.

For cultural tourism resources, the local Tay people have consistently affirmed the identification and agreement of the most prominent cultural values, including Then performance, Long Tong ritual festivals and pagodas and temples in the area. This is also consistent with the reality of preserving and promoting these cultural values in the locality in the past, especially associated with tourism development to achieve socio-economic development objectives. In fact, the cultural resources of the region are very numerous, however, the survey in its limits has focused only on Long Tong ritual festival, the ceremony of new rice celebration and Then performance because these are the most popular and noteworthy forms of cultural activities in the locality and to Tay people. If other festivals can be organized irregularly due to certain practical conditions, Long Tong festival is held every year in the spring, which is the common festival of the village and is highly expected by Tay ethnic community. For the ceremony of new rice celebration, it is organized separately in each house so as to express their gratitude to the heavens and earth, the ancestors having given them a good year of the weather for good harvest at their crops and husbandry. And Then performance is the most popular Tay singing style and is used on many occasions in people's lives. The understanding of the meaning of Then performance will help the community in providing appropriate performance to different group of tourists.

Meanwhile, other cultural values such as traditional handicraft products and traditional stilt houses received less consent in the survey participants on the ability to exploit for tourism. This reflects the limited presence of these cultural values in the daily life of the people here, when only 99.5% of respondents identified the cultural value of traditional stilt houses while 100% was indicated in other cultural values surveyed. This figure goes closely with the fact that at present there are not many traditional stilt houses in the study area.

In addition, people's awareness of the presence of local cultural values is not entirely similar to that of exploitation activities from those cultural values in tourism development. Only the two most prominent cultural values namely Then performance and Long Tong ritual festival received all participants' confident affirmation on both those values' presence and its exploitation for tourism. Meanwhile, traditional stilt houses are that all respondents think about for its potentiality to exploit for tourism but no longer exist in the area as popular as before. Temples and pagodas in the area, such as Pac Ta temple and Phuc Lam pagoda, and the rite of new rice celebration are not fully recognized by the people about its potential exploitation for tourism. The explanation for this comes from the fact that many local people have not once stepped out of the village; and their awareness of cultural values concentrates on only those which are familiar, close to them in their everyday life, but not much on what that are unique and attractive to tourists.

Therefore, the survey results also reflect differentiation in people's awareness of the benefits of tourism. The greatest benefit of tourism to the community is to contribute to income generation as claimed by most surveyed people. On the contrary, the least attention with even less than 50% of the respondents' agreement is paid to the accompanying effects that tourism development can bring about including an increase in learning opportunities for local people and a sound investment in local infrastructure systems. Correspondingly, another important meaning of tourism development which is to help to increase the pride in the local culture among local people received only 85.9% of appreciation or non-rejection.

In fact, when welcoming tourists whose different backgrounds from many different regions, people in the surveyed communities appreciate that they have better chance to communicate and expose, as well as to learn a lot of knowledge from tourists. However, this learning, which happens only in the form of stories between the guest and host, is rarely systemized nor summarized. Therefore, people in the community are less aware of changes in education or attitudes towards local cultural values. In addition, changes in infrastructure system are rarely recognized by local people as one of the requirements needed to develop local tourism; instead, many of them believe that such investments are part of the central government's priority policy for mountainous and remote areas development. Meanwhile direct interactive activities in tourism business and commercial transactions, access to and exploitation of natural and cultural tourism resources for the needs of tourists, job supply or local authority's management is what easily noticed and reflected by the people.

**3.2 . Service skills for tourism of Tay ethnic communities**

In the traditional KAP model, which is commonly applied in medical and sociological studies, respondents are mostly surveyed about knowledge, attitudes and behaviors for the research subjects. However, when applied to tourism research, the reality shows that the relationship between the community and tourism are not merely about knowledge, attitudes and practice activities, but also important to be considered the skills of local people in general and of tourism workers in particular. Therefore, the analytical model presented in this study is the KASP with S standing for Skills to evaluate the skills of Tay ethnic communities in process of serving tourists, including groups of communication skills; accommodation service skills; instructional skills; catering skills and some other skills by applying 5-point Likert scale questions.

The first skill assessed was communication skills with tourists. In Vietnamese culture, communication is always highly valued, as an old saying that “courtesy costs nothing”. As words and speaking in daily communication has been very attentive to preserving human emotions in communities, communication skills do become necessary in the process of serving tourists.

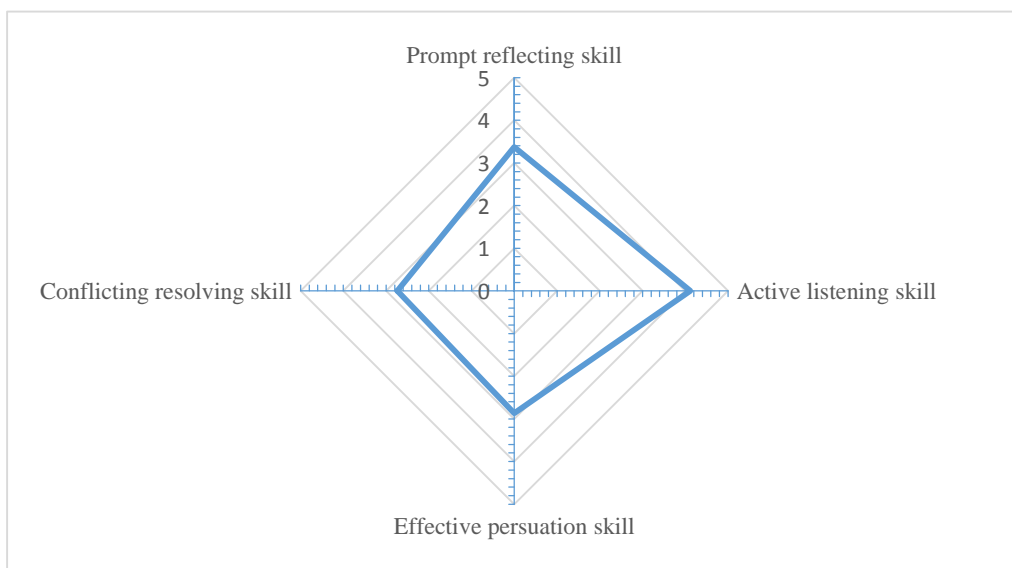


Figure 2. Communities' communication skills with tourists

Source: Survey results of the research team

Note: The number of research samples is 205 respondents. Variables are classified according to the 5-point Likert scale in which 1 equals to Very disagree; 5 equals to Strongly Agree. The rate of agreement is calculated from 3 to 5 points.

As described in Figure 2, two key communication skills identified by the respondent are “listening skills” and “reflecting skills”. As two direct manipulation in the process of communication, the two skills are perceived as what Tay communities have employed in a positive and flexible way; when 97.5% of respondents affirmed of active application of listening skill towards tourists, and 94.1% of respondents affirmed of responsive application of reflecting skill towards tourists. Meanwhile, two other communication skills including “persuasion” and “conflicts resolving” are said to be weak and lacking in Tay communities’ tourism service business. In fact, the two skills mentioned later require service providers more in terms of education, skills in tourism business and experience accumulated in the process of contact and exchange in business activities. Therefore, in the context of developing tourism business activities in the area of Tuyen Quang hydropower reservoir, there are only 65.9% of respondents found Tay people have effective persuasion skills, and only 59% for the skills of solving conflicts that arise in the process of serving tourists.

The second group of skills surveyed is in accommodation service. This is especially important for the provision of homestay services for tourists.

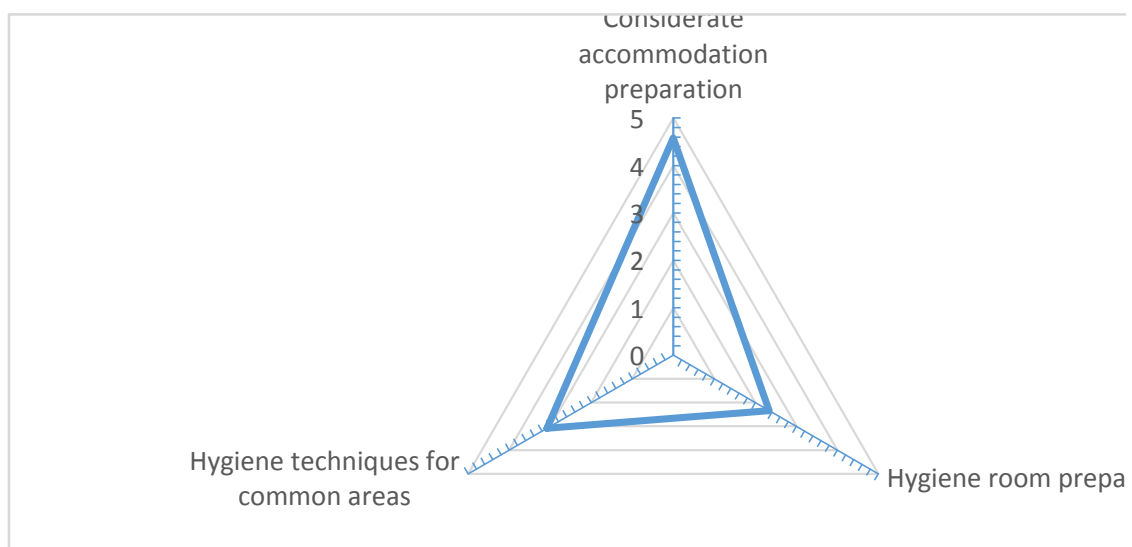


Figure 3. Community's skills of accommodation service for tourists

Source: Survey results of the research team

Note: The number of research samples is 205 respondents. Variables are classified according to the 5-point Likert scale in which 1 equals to Very disagree; 5 equals to Strongly Agree. The rate of agreement is calculated from 3 to 5 points.

In fact, the survey result (Figure 3) shows that the current Tay people's conception of accommodation skills is mainly associated with the arrangement of accommodation for tourists; while not much attention has been paid to hygiene condition associated with accommodation. While 97.6% of respondents affirmed their attentiveness in preparing accommodation, only 83% of respondents agreed that the Tay community had “appropriate hygiene techniques for common areas” and 39% of respondents agreed that they had “hygiene room preparation”.

The arrangement and preparation of bedroom for tourists are not difficult because the Tay stilt house is the place to welcome guests with its typical airy space for sleeping places on both sides and a common place in the middle of the house. Except the place next to the family altar is only for the hostess, guests can sleep in the rest, even in the middle of the house when it is in the

high season of tourism. Each sleeping area has a separate curtain ensuring privacy for both homeowners and tourists. However, the community remains limited and lacking of cleaning room techniques, including washing, cleaning blankets, curtains, bed sheets, pillows, towels, etc. prior to and after the accommodation of guests. Currently, with the propaganda of the local authorities, people have moved cattle and poultry cages away from houses, built bathrooms, toilets to ensure hygiene standards, and simultaneously joined activities to keep the environment clean such as cleaning up the environs and the village roads, alleys, collecting and disposing of public waste. Although people’s awareness and skills in cleaning public areas have been equipped, to build hygienic toilets and bathrooms is still a difficulty for many households due to a considerable cost required.

For the guidance skills for tourists, the survey results in Figure 4 reflect relatively well the specificities of the local community. All respondents firmly stated the understanding of the Tay community in forest skills associated with the fact that the people here were so familiar with the area from their early age that they all learned the way to do self-protection in the forest. As a result, 76.1% of the respondents agreed with the Tay community’s mastery of first aid skills, including traditional remedies handed down to their descendants such as antidote, treatment of snake bites or insect bites, constipation, dysentery, etc. However, if applied to tourists, the community needs to be equipped with first aid skills systematically and effectively.

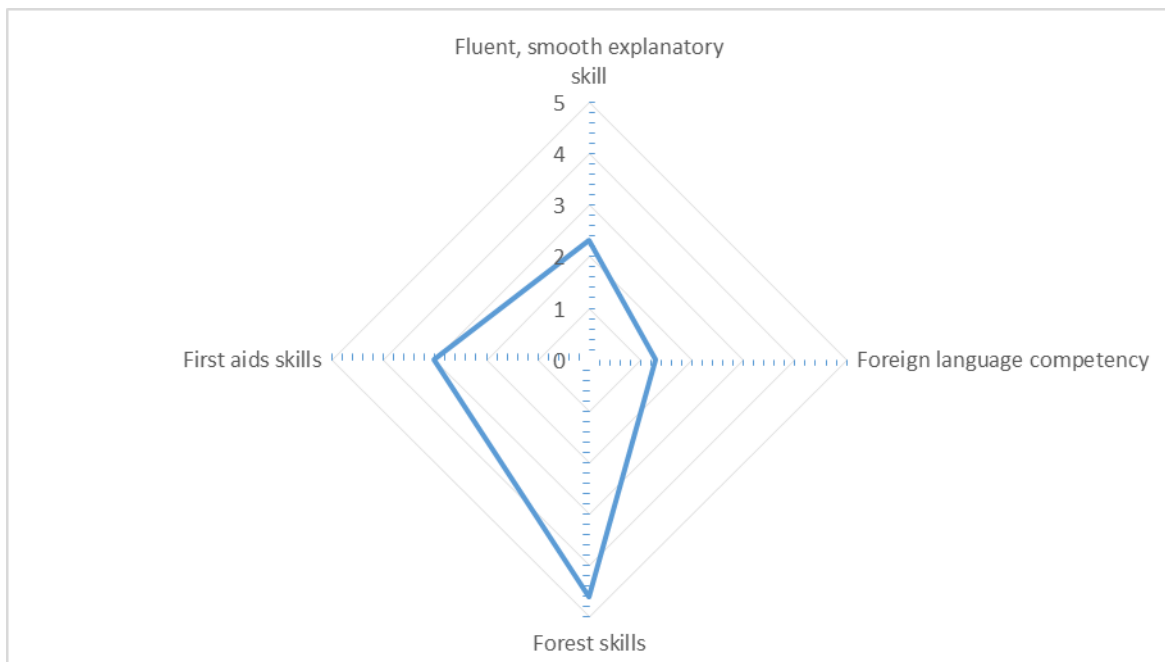


Figure 4. Community’s guidance skills for tourists

Source: Survey results of the research team

Note: The number of research samples is 205 respondents. Variables are classified according to the 5-point Likert scale in which 1 equals to Very disagree; 5 equals to Strongly Agree. The rate of agreement is calculated from 3 to 5 points.

If the two skills mentioned above are an integral part of everyday life shared and practiced by the community, both explanatory and foreign language skills are challenges for the community in doing tourism business. Although the people in the community have a good level of knowledge about the local landscapes and culture as mentioned, they find themselves lacking in fluency and smooth explanatory skills to present the worth of local tourism resources. Therefore,

only 29.7% of the respondents confirmed that the Tay community has this skill. Then foreign language is the biggest limitation of the local community, with only 3 people who know foreign languages out of 205 respondents, and people in the Tay community do not have the skills to use proficiently foreign languages.

In the catering industry, skills are assessed in relation to the stages of choosing raw materials, preparing and processing, carrying and ensuring hygiene. Most of the dishes chosen to serve tourists today are local dishes, characterized by wet rice agriculture, mountainous forests and ethnic culture. Therefore, local people with experience in choosing food, cooking and using proper utensils are understandable. As shown in Figure 5, almost all respondents confirmed that the Tay community now has the skill to select ingredients and food reasonably (100%) and the skill to use appropriate processing tools (98%). However, the positive rate gradually decreased for the skill to ensure food safety during processing (94.2%), and the skill to properly preparing and processing food (89.3%), and a good understanding of food and catering (76.1%). This reflects the fact that catering service in the Tay community for tourists is now at a simple level with available knowledge associated with their daily eating habits. Similarly, the skill of preparing drinks competently was considered by the entire respondents to not exist in the Tay community. In other words, people here do not have much knowledge and practice for the preparation of alcoholic and non-alcoholic beverages for tourists at present.

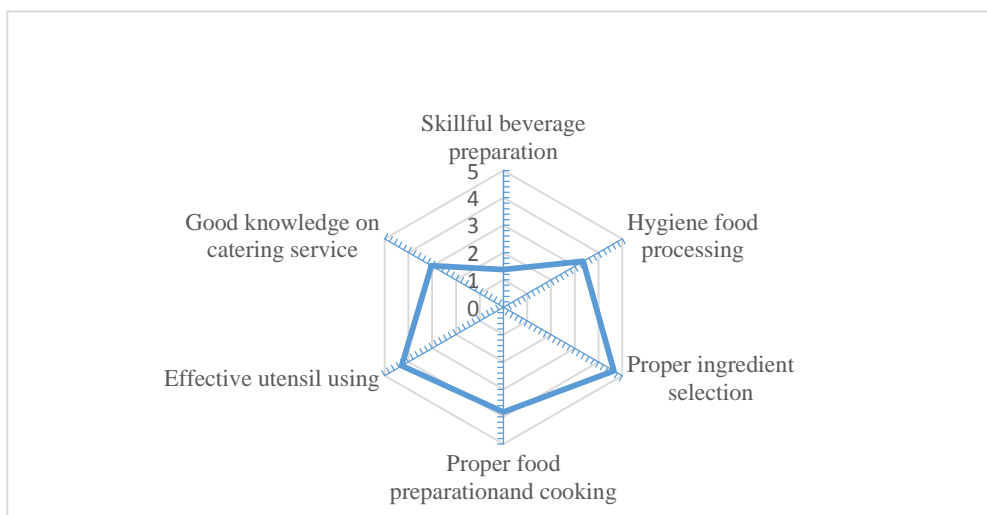


Figure 5. Community's catering skills for tourists

Source: Survey results of the research team

Note: The number of research samples is 205 respondents. Variables are classified according to the 5-point Likert scale in which 1 equals to Very disagree; 5 equals to Strongly Agree. The rate of agreement is calculated from 3 to 5 points.

Finally, a few other skills involved in the process of serving tourists are assessed as shown in Figure 6. In which most of respondents identify folk art skills of the Tay community with 98.5% and the skill of knowing how to produce traditional crafts with 94.1%. On the contrary, the skill of applying information technology for tourism effectively in the Tay community receives only 0.5% of respondents who agree. This is in fact appropriate to the limited access and use of information technology among the people here, and is also one of the region's biggest challenges to be able to exploit more effectively the potential unique, attractive natural and cultural tourism resources and friendliness and hospitality of the people.

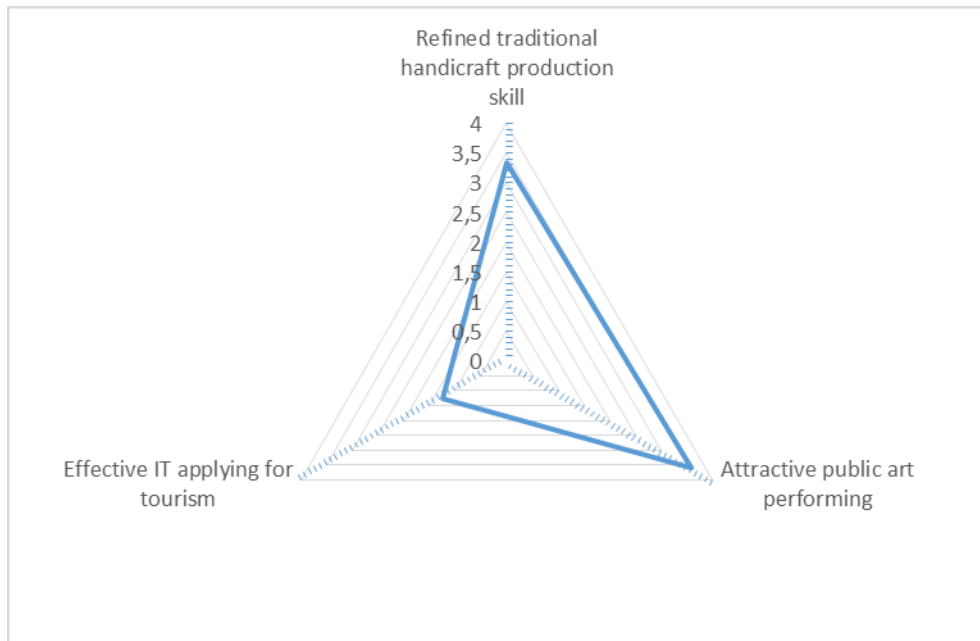


Figure 6. Community's other skills for tourists

Source: Survey results of the research team

Note: The number of research samples is 205 respondents. Variables are classified according to the 5-point Likert scale in which 1 equals to Very disagree; 5 equals to Strongly Agree. The rate of agreement is calculated from 3 to 5 points.

### 3.3. Attitude towards tourism of Tay ethnic communities

The next aspect assessed by the KASP model is the attitude of the Tay community to tourism. The attitude here includes being aware of the impacts of tourism on the locality; the degree of people's desire to receive tourists; and the people's attitude in critical thinking towards innovations and loan to invest in tourism.

In general, tourism has both positive and negative impacts on local communities. When a list of 9 common impacts of tourism to the locality was released, the survey results showed that the Tay ethnic community in the area of Tuyen Quang hydropower reservoir was well aware of the impacts at different levels. Accordingly, the impacts of tourism are considered to be most obvious (accounting for more than 50% of affirmative responses) mainly associated with consciousness and attitudes. The two biggest impacts were pointed out including the people's more awareness of sanitation and the environment, and the change in lifestyle and activities of families and villages. Other attitudes that are thought to change in association with tourism include attitude and behavior of the villagers and the attitude towards the villages' cultural traditions. Among the remaining five factors of the list of tourism impacts on the locality, the employment of social illness ranks first (49.8%) and the employment of negative impact on local language ranks last (14.1%). Thus, for the people in the Tay community, in addition to being more aware of sanitation and the environment which is said to have positive values, the other impacts of tourism are still being recognized in a negative way, relating to the social and cultural values of the community.

In the context of not been many positive and clear attitudes about the impact of tourism business activities among the Tay ethnic community living along the Tuyen Quang hydropower reservoir, all household representatives in the community participate in the survey confirm the desire to join tourism business by accepting both domestic and international tourists. Table 1

describes people's plans to participate in tourism or, in other words, their family's wishes to associate with tourism. While all respondents stated that households want to participate in tourism business, 53.1% said they would like to pick up and serve tourists themselves or to receive guests from travel agencies and earn payment. Only 27.3% of the respondents said the family agreed to let the company only send guests to and receive commissions. This reflects households' reservations about the possibility that they can hold a self-sustaining tourism business and become a proactive partner of tourism companies.

*Table 1. Tay families' expectation upon the participation in tourism business*

<b>Expected</b>	<b>Quantity (people)</b>	<b>Percentage (%)</b>
Looking forward to receiving more tourists		
Both domestic and foreign tourists	205	100%
The common desire of the family (N = 194)		
Pick up and serve tourists by oneself	103	53.1%
Serving tourists at the request of tourism company and get paid	103	53.1%
Tourism companies bring tourists to and receive commissions from the house owner	53	27.3%
Looking forward to providing tourism services (N = 205)		
Sales for tourists	153	74.6%
Homestay for tourists	144	70.2%
Driving motorbikes for tourists	108	52.7%
Providing agricultural and forestry products for tourists	78	38.0%
Performing arts for tourists	53	25.9%
Being a tour guide	40	19.5%
Renting vehicles (bicycles, motorcycles) for tourists	34	16.6%
Rowing boat carrying tourists	27	13.2%
Taking photos for tourists	6	2.9%
Do other work	3	1.5%
Looking forward to studying (N = 194)		
Preparation and arrangement of accommodation for guests	135	69.6%
Communication and greeting guests	127	65.5%
Food processing business	91	46.9%
Simple English speaking	90	46.4%
Catering skills for tourists	79	40.7%
Guiding visitors	74	38.1%
Then singing	26	13.4%
Making traditional crafts	14	7.2%
Information Technology	10	5.2%
Prepare some drinks	8	4.1%
First aids	6	3.1%

*Source: Survey results of the research team*



When considering the potential to provide specific services to tourists, the desires of households in the community reflect the current trends in serving tourists in the surrounding areas of Tuyen Quang hydropower. The most popular is selling goods to tourists and providing accommodation for guests. The least common services are those that require certain professional skills or investment in facilities and have a low frequency of visitors, including being a tour guide, providing vehicles for rent, boating or taking photos for guests.

Finally, for the need to participate in learning to improve and enhance the current skills and ability to provide services, the opinions of the respondents in the community do not show much difference compared to the community’s current situation of tourism skills and ability as afore presented. The desires to participate in learning the most are skills in accommodation, communication, processing and catering, foreign languages and guides. These are all new tourism skills and ability that the community is currently focusing on improving and promoting. In contrast, with the areas of skills and ability to provide services that are ever strengths but currently declining in a community, there is little attention of the community to consider improving as shown at a very low rate of the respondents who affirmed their desire to participate in advanced learning. Those are about Then singing, traditional crafts making, information technology, beverage preparation and first aids. It is these practical bases that are an important input in the process of designing, developing training courses for building tourism capacity for the community in order to provide tourism services in a professional, systematic and striking manner.

Although people have a positive attitude towards tourism activities in the locality, in borrowing capital for tourism business, the survey results show some reservations. Of the total 200 respondents on this issue, the average amount that households want to borrow is VND 64,085 million, in which the expected loan has a margin of difference from VND 02 to 500 million. The highest proportion at 35.5% is for the expected loans at above VND 20-40 million; while the lowest loan rates are for the amount of below VND 20 million or over VND 100 million. This shows that households are still not fully confident in the tourism business, so they do not dare to borrow much capital to invest when calculating the amount of principal and interest to be paid to the bank in the case of any drawback.

*Table 2. Tay families’ expectations of loans for tourism business*

<b>Expectations on loans</b>	<b>Quantity (people)</b>	<b>Percentage (%)</b>
The amount of money		
<= 20 million VND	4	2.0%
Over 20-40 million VND	71	35.5%
Over 40-60 million VND	49	24.5%
Over 60 - 80 million VND	24	12.0%
Over 80-100 million VND	48	24.0%
Over 100 million VND	4	2, 0%
Loan due		
1-2 years	2	1.0%
3 to 5 years	74	36.5%
Over 5 years	127	62.6%
Interest rate		
0.55% / month (6.6% / year)	180	87.8%
0.75% / month (9% / year)	12	5.9%

Expectations on loans	Quantity (people)	Percentage (%)
0.66% / month (7.92% / year)	35	17.1%
1% / month (10% / year)	1	0.5%
Estimated use of the loan (N = 197)		
Fix the house to welcome guests	179	90.9%
Buy goods for sale to tourists	83	42.1%
Buy a car for tenants	70	35.5%
Buy motorbike for motorcycle taxi	57	28.9%
Shopping for costumes and performances	36	18.3%
Buy modern electronics for guests	26	13.2%
Buy boats for passengers	22	11.2%
Buy materials to produce crafts	16	8.1%

*Source: Survey results of the research team*

*Note: The number of research samples is 200 respondents.*

In particular, with the desired loans of households, the majority of respondents said that they want to borrow for a period of 3 years or more (99%), of which two-third want to borrow over 5 years. The loan interest rate is expected to be the lowest in the list of 6.6% / year, accounting for 87.8% of the respondents. With the possible mobilized capital, households will mainly invest in renovating their houses to welcome guests, with 90.8% of the opinions confirmed. This is considered to be in line with the households' desire to provide accommodation services as analyzed, and for each household the home improvement is also the biggest investment. Meanwhile, all other items intended to be used for loans are for purchasing commodities, transportation vehicles or materials for tourism business.

### 3.4. Actual practice in tourism activities of the Tay communities

The Tay people live on the surrounding of Tuyen Quang hydropower reservoir, in addition to their main jobs, also have common work at leisure time including weaving, carpentry, knitting, fishing. But presently the number of people who know these jobs is not many. Out of 143 respondents, 126 knew how to weave fabric accounting for 88.1%; 117 people knew how to do fishing accounted for 81.8%; 109 engaged in knitting industry accounting for 76.2%; and 101 knew carpentry accounting for 70.6%. Those who know this sub-occupation are mostly the elderly, as young people are less aware of these occupations. The reason is believed that people do not focus much on secondary jobs anymore when recently the transportation turns to be more convenient, goods from the lowland to each village are affordable. In fact, the aforementioned sub-jobs can create traditional handicrafts that is appropriate for tourism such as weaving products like pillow cases, blankets, pen boxes, wallets, and brocade handbags with unique patterns; wickerwork products like palm blinds, baskets, etc. made of rattan and bamboo; carpentry products like intricately carved wooden boxes. Fishing on the lake is also a form that tourists like to join with fishermen to fish and pull their own net.

With the attention of local authorities, in recent years, Na Hang Ecotourism Management Board has organized classes to introduce and orient people about the benefits of community-based tourism (CBT), as well as to equip people with some basic skills to initially welcome tourists to stay.

*Table 3. Tay families' participation in training on tourism business*

Activities	Quantity (people)	Percentage (%)
Training related to Community Tourism (N = 205)		
Has been taking a few sessions	178	86.8
Not yet participated	27	13.2
Skills training (N = 24)		
Catering skills	12	50.0%
Communication skills	11	45.8%
Accommodation skills	9	37.5%
Tour Guide skills	7	29.2%

*Source: Survey results of the research team*

Firstly, the Na Hang Ecotourism Area Management Board, in conjunction with the Commune People's Committee and the village officials, organized a few training courses to let people understand about CBT and its benefits. According to the respondents, these training sessions had 178 participants, accounting for 86.8%; while there are 27 people, accounting for 13.2%, have never taken part in any training related to CBT. However, tourism service skills classes, which are important to the community in the process of serving tourism, are not much organized when there are only 12 participants in training for food service skills; 11 people in training for communication skills; 9 people in training for accommodation service skills; 7 people in training for guidance skills. Mastering the skills play a very important role in community-based tourism, deciding on the satisfaction of tourists.

Tourism activities of the region have been taking place since 2007. Even though it has not been really exciting yet, the local people can actively join to provide tourist services once there exists a tourist demand; such as boating; performing arts; selling commodities; accommodation services; tour guides; supplying agricultural and forestry products; making motorbike taxi; renting vehicles; and other tourism related services.

#### **4. CONCLUDING REMARKS**

Through the analysis of the statistical survey results, we find that the Tay community has a lot of desires and aspirations for tourism activities to improve life with a good awareness of the benefits that tourism would bring about. However, for the development of tourism in the region, in addition to friendliness, hospitable attitude, there also needs to have the knowledge, skills to serve guests, and practical activities so as to be able to please visitors for the destination. To do this, both local authorities and the community need some hands-on solutions.

Firstly, for the local government, it is crucial to building a reasonable tourism livelihood model based on the necessary research. Building a tourism livelihood model will create favorable conditions for people to participate more in tourism activities. This participation, if effective, will create favorable conditions for people to eradicate hunger and poverty, improve the quality of life on their homeland. It is also needed to strengthen the propaganda and promotion on the mass media so that visitors know more to the region. And more skills trainings for local people need to be arranged.

For the community, being an ethnic minority community living in a northern highland province of the country, the Tay people have long shaped themselves with cultural characteristics,

especially in customs and practices; so that tourism can have good traditional culture to be promoted. Nevertheless, there are also certain backward customs that are not suitable for many tourists. Therefore, there should be changes in thinking and customs of people in the community. While such change is not a simple task to attain in a short time, the community can surely work it out if adequate time is given to them, especially for the elderly, to improve educational attainment, and to take classes on tourism skills fully and seriously.

## REFERENCES

1. Vo Que (2004), Research to build a model of community-based tourism development at Huong pagoda, Hanoi: Tourism Research and Development Institute - General Department of Tourism.
2. Tran Duc Thanh et al. (2014), Some issues of community ecotourism and social security in Cuc Phuong National Park, Hanoi National University Publishing House.
3. Pham Hong Tung (2009), Community: concept, approach and classification in research, Hanoi: Informatics of Social Sciences Publishing House.
4. UNWTO (2007), A Practical Guide to Tourism Destination Management, Madrid: World Tourism Organization.

## **NÂNG CAO NĂNG LỰC LÀM DU LỊCH CHO CỘNG ĐỒNG TỘC NGƯỜI TÀY VÙNG VEN HỒ THỦY ĐIỆN TUYÊN QUANG, TỈNH TUYÊN QUANG**

**Bùi Cẩm Phượng, Phạm Trần Thăng Long**  
*Trường Đại học Thăng Long*

### **Tóm tắt**

Du lịch dựa vào cộng đồng là một loại hình du lịch mới mẻ và giàu tiềm năng ở vùng ven hồ thủy điện Tuyên Quang, tỉnh Tuyên Quang. Với việc Ban quản lý du lịch sinh thái Na Hang được thành lập năm 2007, du lịch được kỳ vọng là một hướng đi mới cho cộng đồng tộc người Tày vùng ven hồ thủy điện Tuyên Quang thoát nghèo từ nền tảng sinh kế truyền thống dựa vào nông lâm nghiệp. Tuy nhiên, trải qua 10 năm triển khai, cho đến nay hoạt động du lịch vẫn chưa thực sự phát huy được vai trò đáng kể trong cuộc sống của cộng đồng người dân tộc Tày vùng ven hồ. Dựa trên kết quả nghiên cứu được thực hiện với 205 hộ gia đình tại xã Năng Khả và Thượng Lâm, huyện Na Hang, tỉnh Tuyên Quang trong khoảng thời gian 1 năm (2016-2017), bài viết này áp dụng mô hình phân tích KSAP để đánh giá năng lực của cộng đồng tộc người Tày vùng ven hồ thủy điện Tuyên Quang trong các vấn đề phát triển du lịch. Từ đó, một số giải pháp được đề xuất hướng đến những triển vọng nâng cao năng lực làm du lịch của cộng đồng tộc người Tày tại địa phương.

### **Từ khóa**

Cộng đồng tộc người Tày, du lịch dựa vào cộng đồng, KSAP, năng lực làm du lịch, vùng ven hồ thủy điện Tuyên Quang.

## EXPLOITATION OF CULTURAL CAPITAL IN TOURISM DEVELOPMENT IN TUYEN QUANG PROVINCE

Nguyen Manh Tuong

*The University of Finance and Business Administration*

### Abstract

Tuyen Quang province has many conditions to develop tourism, bringing livelihoods to ethnic groups such as cultural diversity, customs, beliefs, festivals, revolutionary historical works of the country that many people know about. Therefore, exploiting cultural capital in Tuyen Quang tourism development is to build a long-term stable and cultural environment of great humanity. To explain the exploitation of cultural capital, the author clarified: The concept of cultural capital and cultural capital through revolutionary historical relics; landscape, landscape, resort; beliefs, customs and festivals in tourism development in Tuyen Quang province.

### Keywords

Cultural capital, development, tourism, Tuyen Quang.

### 1. INTRODUCTION

Tuyen Quang is a province with 1 city and 6 districts including (Chiem Hoa, Ham Yen, Lam Binh, Na Hang, Son Duong and Yen Son). Tuyen Quang has an area of 5,868km<sup>2</sup> (ranked 25th in the country) and a population of 784,811 people (Ranked 53rd in the country), an average density of 124 people/1km<sup>2</sup>. Tuyen Quang population is developing very fast... 13.8% of the population lives in urban areas and 86.2% of the population lives in rural areas [2].

Especially, Tuyen Quang also has many historical and cultural relics, natural landscapes, landscapes such as: Tan Trao, Son Duong district; Kim Binh relic area, Kim Binh commune, Chiem Hoa district; Kim Quan relic area, Kim Quan commune, Yen Son district; Lang Ngoi - Da Ban relic, My Bang commune, Yen Son district; Khe Lau victory relic area, Phuc Ninh and Thang Quan communes, Yen Son district... Natural landscapes such as Na Hang, Na Hang district; cave complex in Yen Phu commune, Ham Yen district; Song Long cave - Khuon Ha commune, Lam Binh district; Phia Vai cave - Khuon Ha commune, Lam Binh district; Mo - Na Hang waterfall; My Lam mineral spring is located in Yen Son district, Tuyen Quang; Tien cave in Ham Yen district; Ban Ba - Chiem Hoa waterfall are places that can attract a lot of tourists to visit and relax.

Therefore, Tuyen Quang has very favorable conditions for tourism development, economic development, improving people's lives.

### 2. THE CONCEPT OF CULTURAL CAPITAL

Since culture is considered as a source of capital for socio-economic development, improving the quality of life of the people, the concept of cultural capital can be understood as follows:

According to the Vietnamese Dictionary, which is available or accumulated by the user if used. Accordingly, it can be seen that cultural capital is the total of accumulated factors, promoting human activities in society.

According to Pierre Bourdieu (France) in society there are many types of capital (economic capital, social capital, cultural capital, symbolic capital), in cultural capital that can be circulated and created development is a form consciousness (capitalism) for development. According to Pierre Bourdieu, cultural capital is expressed in three aspects: First, cultural elements are expressed through its subjects (people); Second, is the system of cultural elements in the form of existentially existentially apart from people; Third, are models for the existence and development of individuals and communities.

According to Tran Dinh Huou, cultural capital is what distinguishes one ethnic group from another, or cultural capital is a process of creation, contact and exchange of indigenous culture with the outside, including lifestyle, customs. Life thought is considered the most important. Therefore, cultural capital is the customs, practices, beliefs, knowledge, natural landscapes... that help the nation and nation to develop.

From these concepts, cultural capital can be perceived to create new development in three aspects:

*First, the aspect of Economics:* Cultural capital can also originate from economic capital. The cultural capital of a person or group of people takes a lot of time to accumulate, such as going to college, requiring a lot of time, money and effort to gain cultural capital. this. Time to go to school can also be calculated because instead of earning money (doing a job only requires high school level, for example), that person goes to school and needs a certain amount of solid economic capital. to create cultural capital for yourself. And cultural capital, coming back, makes the person's economic capital more developed.

*Secondly, Cultural aspect:* Cultural capital is formed and accumulated through a natural osmosis process such as rice, clothing, daily drinking water. These factors have been enriched and nurtured through each individual, community, region, nation and ethnic group, creating a driving force and strength for socio-economic development.

*Thirdly, Sociological aspect:* Cultural capital is due to education, visiting, reading books... by accumulating this capital, people can “own the past” to develop the present. Can understand and use cultural and historical works, places of interest, festivals, beliefs, religions... to exploit and develop the local community.

Thus, it can be understood that cultural capital is the constitutive elements of a nation, a nation, a locality, a community and a person from the past, present and future, expressed in many face of social life. Therefore, the use and exploitation of cultural capital plays an important role in the development and creation of jobs, and at the same time has the conditions to preserve the country's values, works and landscapes.

### **3. TUYÊN QUANG PROVINCE'S CULTURAL CAPITAL IN TOURISM DEVELOPMENT**

It is the rich and diverse cultural capital that the Resolution of the 15th Party Congress of Tuyen Quang province, the term of 2010-2015 has identified: “Tourism economic development is one of 4 breakthrough fields, each step to turn tourism into an important economic sector of the province” with the goal of attracting over 1.7 million tourists by 2020; building tourism infrastructure relatively synchronously in key tourist areas and spots of the province; to strive to build Tan Trao historical and ecological cultural tourist area into a national tourist area... [7].

In order to exploit the cultural capital well, Tuyen Quang has mastered three tourist areas: Tan Trao National Historical, Cultural and Ecological Tourism Area; My Lam mineral spring tourist area; Na Hang eco-tourism area. Along with that, the province has issued many incentive mechanisms and policies, focusing on promoting the establishment of the Tourism Development Support Fund of Tuyen Quang province, creating favorable conditions for organizations and individuals to be supported. funding support in the implementation of some contents to implement tourism development programs and projects.

### 3.1. Revolutionary historical sites

In recent years, Tuyen Quang has restored, preserved and embellished historical sites of revolutionary resistance (ATK) with over 100 relics. Construction and embellishment of auxiliary works, roads in association with cultural and tourist infrastructures, thus contributing to the socio-economic development of the revolutionary bases and at the same time linking these historical relics. the province with relics of your province, such as: Thai Nguyen, Bac Kan, Ha Giang, Phu Tho, Cao Bang...

The most prominent is the Tan Trao Historic, Cultural and Ecological Tourist Area, which has been recognized by the Prime Minister as a special national monument, which was once the “Resistance Capital”, President Ho Chi Minh. and comrades leading the Party, the State were staying, working in the resistance. On December 6, 2016, the Prime Minister signed Decision No. 2356/QĐ-TTg approving the master plan on preservation, repair and restoration of Tan Trao special national monument associated with tourism development up to the year 2025. The plan has oriented plans, roadmaps and overall solutions groups for management of construction investment, renovation, embellishment and development of Tan Trao special national historical relics.

Currently, Tan Trao historical relics area has three main tourism products, cultural, ecological, historical and spiritual. In Tan Lap commune, where many important historical sites of Tan Trao relics are concentrated such as Na Na shack, Tan Trao communal house, Tan Trao banyan tree... associated with the activities of President Ho Chi Minh and Trung The Communist Party, the Government, the National Assembly... These vestiges all mark the activities of our agencies during the period of resistance against the French colonial period from 1946 to 1954.

In addition to the main relics located in Tan Lap village, visitors can also visit the relics of the office of the President - Prime Minister (1948-1954 period), including the main locations: Hang Bo Bo Lau, where President Ho Chi Minh lived and worked from 1949 to 1952; Hong Thai communal house, the first stop of President Ho Chi Minh when leaving Pac Po (Cao Bang) to Tan Trao (Tuyen Quang) to direct the General uprising to seize power in the whole country; Hang Thia shack, where comrade Pham Van Dong and staff of room 7 stayed and worked from the middle of 1951-1953...

At the same time, Tuyen Quang also built Tan Lap cultural-tourism village (Tan Trao commune, Son Duong district) and 4 community tourism sites in Lam Binh district, namely Na Tong and Na Dong (Thuong commune). Lam), Na Muong hamlet (Khuon Ha commune) and Nam Diep village (Lang Can commune) are tourist sites that are built to ensure the conditions for community tourism development. to attract many tourists when coming here to visit and relax.

### 3.2. Attractions, landscapes, resorts

In addition to the unique revolutionary capital, Tuyen Quang province also has My Lam mineral spring resort with a very unique 69°C hot spring water source, rated by experts as the best in the North. Treatment of many diseases and a harmonious ecosystem is an ideal condition for convalescence, and Tuyen Quang province has chaired and coordinated with Bac Kan province to compile a dossier of Na Hang - Ba Be Natural Heritage Area (in Tuyen Quang and Bac Kan provinces), submitted to UNESCO for recognition as a World Natural Heritage and made a dossier of Na Hang - Lam Binh Nature Reserve to submit to the Prime Minister to rank the national scenic spot special offer.

In addition, cultural capital is also in other landscapes of Tuyen Quang such as: Ban Ba Waterfall (Chiem Hoa District), Ban Ba Waterfall are considered by the locals to be a beautiful girl in the middle of a mountain. Coc Vai scenic spot (Lam Binh district), Coc Vai, also known as Vai Pha, in Tay language means pile of buffalo. Coc Vai is originally a hundred meter high rock pile located deep in the area of 99 limestone mountains. Or Na Hang lake (Na Hang town) as a desert picture captivates many tourists. Next to Khuoi Nhi waterfall (Lam Binh district) on the edge of Tuyen Quang lake, white bubbles appear all year round like in a fairy-tale place. Here, there is also Tuyen Quang hydroelectric plant, a typical industrial project of the locality.

In order to exploit cultural capital better, Tuyen Quang province has many policies to attract businesses to invest in facilities such as: Trade Center, Shop-house, Vincom Tuyen Quang; Vinpearl Tuyen Quang project (of Vingroup); Muong Thanh Grand Tuyen Quang Hotel (of Muong Thanh Hotel Group); an investment project in Na Hang and Lam Binh eco-tourism area and a highway project connecting Tuyen Quang with Lao Cai - Noi Bai highway of Xuan Truong construction private enterprise... Currently, the whole province has 288 accommodation establishments with 2,946 rooms, 4,116 beds, including 37 1-2 star hotels and 1 4-star hotel, notably Muong Thanh Grand Hotel Tuyen Quang, Lavender, Royal Palace, Mai Son. The province now has over 200 large-scale cuisine restaurants to meet the needs of visitors. From there, strive to achieve the targets such as the total revenue from tourists such as in 2019 increasing by 12-15%, in 2020 by 48-55%, in 2025 by 35-40% [1].

### 3.3. Beliefs, festivals, customs

Tuyen Quang is a province with a multi-colored culture with many ethnic groups living together, each of which has its own cultural traits. Therefore, the particular combination with the common form a unique feature in the religious culture here. The culture here is like a local treasure.

Including special festivals such as the Long Tong festival and Then ritual of the Tay people; Sac Sac ceremony, sang Pao Dung of the Dao ethnic group; Soong Auntie singing of the San Diu ethnic group; Sinh Ca singing of the Cao Lan ethnic group has been recognized as a national intangible cultural heritage, particularly the Then ritual of the Tay people is completing the dossier to be submitted to UNESCO for recognition as an intangible cultural heritage representative of humanity.

Especially the “Tuyen Thanh Festival”, a unique festival, unique for the locality, the unique and unique feature of the Thanh Tuyen Festival is that on the occasion of the Mid-Autumn Festival, Tuyen Quang people organize their crafting. huge, colorful Mid-Autumn lanterns, imitating characters from fairy tales, fables or reflecting life, culture, famous sights of the country and organizing shows on the streets street in Tuyen Quang city. Tuyen Quang province has set a goal of building Thanh Tuyen Festival to become a national and international



tourism product to introduce domestic and foreign tourists about the image of the land and its people. cultural heritage of Tuyen Quang.

Along with Thanh Tuyen Festival, Tuyen Quang province also has Festival of Ha Temple, Thuong Temple, Y La Temple - a festival with more than 300 years of tradition honoring the cultural values of Tuyen Quang city people, especially is “Mother-worshiping Mother-Mother Country” held on the occasion of “Practicing the Three-Lady Mother's Faith in Vietnam” recognized by UNESCO as an intangible cultural heritage of humanity. At the same time, the festival of Thuong temple, Ha temple, Y La temple was also recognized by the Ministry of Culture, Sports and Tourism as a National Intangible Cultural Heritage in early 2016.

Implementing the motto of “associating exploitation with conservation of the interest in developing good traditional cultural values”, the forms of community cultural tourism and festivals in Tuyen Quang have been gradually restored and reorganized. organized on a large scale, attracting a large number of tourists from all over the world to visit, typically such as Cages of Song Tong, Dong Tien, Hang Chua, Ha Temple, Cho Thut, Thac Cai Temple... At these festivals, Guests will be immersed in the bustling atmosphere, bustling with the form of community cultural activities, cultural and artistic activities bold cultural identity of ethnic minorities in the area.

In early spring, Tuyen Quang temples and pagodas are the destinations of many tourists from everywhere. At temples and pagodas in the early days of spring, every convoy of tour companies across the country takes guests to Tuyen Xuan city to visit temples and pagodas.

Many spiritual tourism routes have been established in Tuyen Quang such as the spiritual tourist church to worship Mau in Tuyen Quang city starting from Trinh temple to Ha temple to Thuong temple, Cam temple, Canh Xanh temple, Mo Than temple and other places. route outside the city. There are also routes such as spiritual tours to Chiem Hoa - Na Hang, from the city to Minh Luong temple (Yen Son) to Bach Than temple (Chiem Hoa), Pac Ta temple (Na Hang); Spiritual tour from the temple in the city to Minh Luong temple to Bac Muc temple, Thac Cai temple, Thac Con temple (Ham Yen).

It can be seen that Tuyen Quang's cultural capital is very rich, expressed in three aspects: revolutionary historical relics; natural landscapes and landscapes; religion, beliefs, festivals. These cultural values have been gradually exploited for economic development, improving people's lives, contributing to hunger elimination and poverty reduction, and protection of natural resources and the environment.

#### **4. CONCLUSION**

Tuyen Quang is a province with very rich and diverse cultural capital, so to better exploit Tuyen Quang to strive to 2020, it will focus on mobilizing and attracting resources to invest in tourism infrastructure development, building and upgrading infrastructure of tourist zones and destinations according to planning, giving priority to investment in Tan Trao historical, cultural and ecological tourist resort, tourist center of Tuyen Quang city and surrounding areas; My Lam mineral spring tourist area and surrounding areas. At the same time, coordinate with the Ministry of Culture, Sports and Tourism to carry out the process of building documents to submit to the Prime Minister for the policy of making documents to build Ba Be Natural Heritage Area (Bac Kan) - Na Hang (Tuyen Quang) submitted to UNESCO the list of world heritage records.

## REFERENCES

1. [http //: bqlskml@tuyenquang.gov.vn](http://bqlskml@tuyenquang.gov.vn).
2. [https://en.wikipedia.org/wiki/Tuyen\\_Quang](https://en.wikipedia.org/wiki/Tuyen_Quang).
3. Culture, Vietnamese Wikipedia, [http: // www. Cultural](http://www.Cultural).
4. Tran Dinh Huou, Looking at the national cultural capital <http://www.VietBao.com>.
5. Dao Dinh Thuong, Concept and basic characteristics of cultural capital, Vietnam Social Sciences Review, May/2011 issue.
6. Tuyen Quang Provincial People's Committee, No. 51/KH-UBND “Plan on tourism development in Tuyen Quang province in the period of 2016-2020”, 2016.

## KHAI THÁC VỐN VĂN HÓA TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI TỈNH TUYÊN QUANG

**Nguyễn Mạnh Tường**

*Trường Đại học Tài chính và Quản trị Kinh doanh*

### Tóm tắt

Tỉnh Tuyên Quang có nhiều điều kiện để phát triển du lịch, mang lại sinh kế cho các dân tộc như đa dạng văn hóa, phong tục, tín ngưỡng, lễ hội, công trình lịch sử cách mạng của đất nước mà nhiều người biết đến. Do đó, khai thác vốn văn hóa trong phát triển du lịch Tuyên Quang là xây dựng môi trường văn hóa ổn định lâu dài và có tính nhân văn cao. Để giải thích việc khai thác vốn văn hóa, tác giả đã làm rõ: Khái niệm vốn văn hóa và vốn văn hóa thông qua các di tích lịch sử cách mạng; cảnh quan, cảnh quan, khu nghỉ dưỡng; tín ngưỡng, phong tục, lễ hội phát triển du lịch tại tỉnh Tuyên Quang.

### Từ khóa

Vốn văn hóa, phát triển, du lịch, Tuyên Quang.

## PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TẠI KHU DI TÍCH QUỐC GIA ĐẶC BIỆT TÂN TRÀO, HUYỆN SƠN DƯƠNG, TỈNH TUYẾN QUANG: TIỀM NĂNG, THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

Nguyễn Trung Phần

Sở Giáo dục và Đào tạo Tuyên Quang

Hoàng Thị Mỹ Hạnh

Trường Đại học Sư phạm - Thái Nguyên

### Tóm tắt

Du lịch cộng đồng đã và đang phát triển nhanh chóng tại nhiều quốc gia trên thế giới. Để phát triển các loại hình du lịch một cách bền vững, không thể không gắn kết với yếu tố cộng đồng nhằm đề cao vai trò của người dân địa phương đối với việc quản lý và phát triển du lịch. Bài viết nghiên cứu khái quát về vai trò của cộng đồng đối với việc phát triển khu du lịch; phân tích tiềm năng và thực trạng phát triển Khu du lịch quốc gia đặc biệt Tân Trào, huyện Sơn Dương, tỉnh Tuyên Quang. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất một số giải pháp bảo tồn và phát triển Khu du lịch quốc gia đặc biệt Tân Trào, huyện Sơn Dương, tỉnh Tuyên Quang theo xu hướng phát triển du lịch cộng đồng bền vững trong giai đoạn tiếp theo.

### Từ khóa

Du lịch, du lịch sinh thái cộng đồng, Tân Trào, Tuyên Quang.

### 1. VAI TRÒ CỦA CỘNG ĐỒNG ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI KHU DI TÍCH QUỐC GIA ĐẶC BIỆT TÂN TRÀO

Du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp mang tính xã hội hóa cao nên hoạt động phát triển du lịch cần được sự tham gia rộng rãi của các thành phần kinh tế và cộng đồng xã hội. Đây được xem là một trong những điểm mạnh của du lịch so với các ngành kinh tế khác. Trong du lịch, nhất là đối với du lịch cộng đồng, vai trò của cộng đồng dân cư có ý nghĩa quan trọng, bởi vì khi đến thăm quan, du khách không chỉ cần các dịch vụ tại một điểm du lịch mà còn muốn trải nghiệm và cảm nhận về cuộc sống và các hoạt động kinh tế, văn hóa cộng đồng dân cư tại địa phương đó.

Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (UNTWO): Phát triển du lịch là một phần trong chiến lược phát triển chung bao gồm việc cải thiện hệ thống giáo dục, bảo tồn văn hóa. Một chương trình bảo vệ điểm du lịch với sự tham gia của cộng đồng địa phương cũng được quan tâm thường xuyên. Vì thế, việc phát triển du lịch tại một địa phương hoặc một khu vực nên khuyến khích sự tham gia chủ động của người dân địa phương.

*“Phát triển du lịch cộng đồng (PTDLCD) là một tiến trình kinh tế và xã hội dựa trên sự tham gia chủ động của cộng đồng địa phương. Phát triển du lịch có thể dẫn đến những vấn đề nảy sinh cho cộng đồng, tuy nhiên, nếu có định hướng và quy hoạch rõ ràng, việc phát triển du lịch sẽ góp phần nâng cao nhận thức cho cộng đồng về những hệ quả có thể xảy ra, cơ hội của cộng đồng, trao quyền quyết định cho cộng đồng, tập huấn cho cộng đồng địa phương về việc quản lý điều hành, cung cấp cơ sở vật chất kỹ thuật và dịch vụ tốt hơn cho cộng đồng, thiết lập cơ chế quản lý mạnh hơn trong cộng đồng và tinh thần tương thân lẫn nhau”.*

Vậy, những yếu tố nào để khẳng định cộng đồng đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển du lịch?

*Thứ nhất*, cộng đồng là những chủ nhân thực sự, am hiểu khu vực tổ chức du lịch. Là những người dân bản địa, họ là chủ nhân của những phong tục tập quán, văn hóa của một vùng đất. Sự hiểu biết của người dân bản địa đóng vai trò rất quan trọng trong việc tổ chức du lịch.

*Thứ hai*, cộng đồng là những người bảo vệ tài nguyên du lịch, các di tích lịch sử, văn hóa một cách bền vững và hiệu quả nhất. Mỗi quan hệ giữa người dân bản địa và các nguồn tài nguyên thiên nhiên, các di tích lịch sử, văn hóa là một mối quan hệ gắn bó từ lâu đời, trải qua nhiều thế hệ. Việc bảo tồn và phát huy giá trị di tích lịch sử luôn đi đôi với phát triển du lịch, nếu bảo tồn tốt, sẽ thu hút đông đảo du khách. Bên cạnh việc ngắm những cảnh quan đẹp, tham quan các di tích lịch sử, văn hóa nổi tiếng, du khách còn mong muốn tìm hiểu những sản phẩm du lịch, những kiến thức bản địa, lối sống, văn hóa từ người dân địa phương hơn là hướng dẫn viên du lịch từ nơi khác đến. Người dân bản địa không chỉ là những người có kỹ năng, kinh nghiệm, kiến thức bản địa mà còn thân thiện, mến khách, có văn hóa ứng xử sẽ lưu lại trong lòng du khách những tình cảm tốt đẹp, đóng góp tích cực hơn cho du lịch phát triển bền vững. Bởi vậy, yếu tố cộng đồng đóng vai trò rất quan trọng trong việc quảng bá du lịch cần được các tổ chức, chính quyền địa phương quan tâm.

*Thứ ba*, phát triển du lịch gắn liền với phát triển cộng đồng sẽ giúp cho kinh tế, xã hội cộng đồng phát triển. Cộng đồng có thể cung cấp những sản phẩm nông nghiệp, thủ công nghiệp, nguồn nhân lực, nguồn vốn, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch. Phát triển du lịch cộng đồng nhằm xã hội hóa nhu cầu du lịch để cộng đồng dân cư, đặc biệt là những người nghèo có thể đi du lịch và hưởng thụ các sản phẩm du lịch.

## 2. TIỀM NĂNG VÀ THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TẠI KHU DI TÍCH QUỐC GIA ĐẶC BIỆT TẠI TÂN TRÀO

### 2.1. Tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng tại Tân Trào

#### Văn hóa phi vật thể

Di sản văn hóa của các dân tộc:

Lễ hội Cầu mùa (Lễ hội Đình Tân Trào): Đây là lễ hội truyền thống của đồng bào dân tộc Tày ở xã Tân Trào, huyện Sơn Dương. Lễ hội được tổ chức vào ngày mùng 2 tháng Giêng hằng năm để bày tỏ lòng biết ơn vị Thành Hoàng làng và 8 vị Đại vương, cầu cho mưa thuận gió hòa, mùa màng bội thu, nhà nhà yên lành, hạnh phúc, người người khỏe mạnh.

Lễ hội Cầu may (Lễ hội Đình Hồng Thái): Lễ hội được tổ chức vào ngày mùng 3 tháng Giêng hằng năm, gồm có những nội dung:

Phân lễ: Lễ dâng hương tại đình Hồng Thái (thượng cờ, đóng cỗ, cúng tác kè, gọi mưa, gọi nắng), tổ chức hạ kiệu rước Bà Chúa Hoa (Ngọc Hoa công chúa) tại bến Lở sông Phó Đáy về đình Hồng Thái. Lễ dâng hương tại đình Tân Trào (thượng cờ, cúng thần), tổ chức hạ kiệu rước Thành Hoàng làng về dự hội.

Phân hội: Tổ chức các trò chơi dân gian, biểu diễn nghệ thuật, thi đấu thể thao (tung còn, bắn cung, bắt trạch trong chum, tái hiện nghề nông, trò quan lang, hát then tìm vạ...).

Lễ hội Lòng tông: tiếng Tày “lông tông” nghĩa là “xuống đồng”. Lễ hội được tổ chức vào đầu tháng Giêng hằng năm. Đây là lễ hội đặc trưng của đồng bào dân tộc Tày. Ở phía Bắc huyện

Sơn Dương, lễ hội diễn ra ở đình. Đồng bào tổ chức lễ hội để cầu mong cho dân bản một năm mới khỏe mạnh, may mắn, mưa thuận gió hòa, mùa màng tươi tốt.

Ngoài ra, huyện Sơn Dương còn có nhiều di sản tiêu biểu như Hát Páo dung và lễ cấp sắc (dân tộc Dao); Hát Soọng cô (Dân tộc Sán Dìu); Lễ tết nhảy của dân tộc Dao, các điệu múa của dân tộc Cao Lan... được giữ gìn và phát huy.

Nhạc cụ các dân tộc: Đàn tính (dân tộc Tày); trống đất, trống tang sành, chuông lắc, trống con (dân tộc Cao Lan).

Trang phục dân tộc: Tuyên Quang có 22 dân tộc, trong đó có 9 dân tộc sống thành bản làng, duy trì được tiếng nói, phong tục tập quán, trang phục của dân tộc mình, đó là Kinh, Tày, Dao, Cao Lan (Sán Chay), Sán Dìu, Nùng, Mông, Sán Chí, Pà Thèn. Trải qua các thời kỳ lịch sử, các dân tộc ở huyện Sơn Dương đã tạo dựng được những bộ trang phục mang nét đặc trưng riêng, đẹp, độc đáo, thấm nhuần giá trị văn hóa truyền thống của mỗi tộc người. Màu sắc, kiểu dáng, hoa văn hay đồ trang sức cũng hết sức đa dạng, sinh động, phản ánh sâu sắc nhân sinh quan, thế giới quan về vũ trụ, vạn vật cũng như phong tục, tập quán, sinh hoạt của cộng đồng. Trang phục không chỉ là đồ mặc thông thường, ngày Tết, lễ hội, cưới xin mà còn mang tính thẩm mỹ độc đáo, đi sâu vào đời sống tâm linh của cộng đồng.

Nghề thủ công truyền thống gồm dệt thổ cẩm (dân tộc Tày), nghề dệt vải thêu, in hoa văn sáp ong (dân tộc Dao), nghề đan lát...

Ẩm thực của các dân tộc gồm các món như bánh trứng ngạt, bánh ngô, măng vầu nướng, măng chua, măng nhồi, nộm hoa chuối, rau sắn ngâm chua, món ăn từ quả cọ, cơm lam, mắm cá ruộng, thịt lạp; các món chế biến từ thịt của người Sán Dìu như thịt ướp thính, thịt mỡ muối, thịt ngâm mỡ, thịt xôi, xôi trộn ong non, xôi lá gừng, các món từ cây đao (bánh bột đao, rượu đao), rượu ngô...

### **Văn hóa vật thể**

Các di tích lịch sử quốc gia đặc biệt Tân Trào gồm 138 cụm, điểm di tích nằm trên khoảng 3.100ha trên hai huyện Sơn Dương, Yên Sơn. Ngoài các di tích cách mạng, còn có các di tích đình nổi tiếng như đình Hồng Thái, đình Thanh La, đình Tân Trào... là những công trình kiến trúc đặc sắc và mang giá trị lịch sử của các dân tộc miền núi như dân tộc Tày, Dao, Sán Chay... Một số di tích nằm trong các làng bản với khung cảnh rừng núi thơ mộng, yên bình. Cảnh quan thiên nhiên đẹp, ấn tượng với các dãy núi chạy dài ôm lấy khu vực thung lũng nhỏ, hẹp, xen kẽ có các dòng suối chảy uốn lượn thích hợp để phát triển các loại hình du lịch sinh thái.

Huyện Sơn Dương là một trong hai huyện có mật độ di tích cách mạng nhiều nhất, huyện đã tiến hành quy hoạch xây dựng các khu du lịch, điểm du lịch, phát triển các hoạt động dịch vụ du lịch gắn với văn hóa địa phương; bảo tồn các giá trị văn hóa phi vật thể, các phong tục cổ truyền, các nghề truyền thống (dệt thổ cẩm, mây tre đan...) phục vụ cho phát triển du lịch. Tiêu biểu, huyện Sơn Dương có điểm du lịch sinh thái rừng đặc dụng Tân Trào, Núi Bòng, Đồng Phai; phát triển du lịch sinh thái gắn kết với tuyến du lịch chung như hang động Tú Trach (xã Tú Thịnh), thác Đát Đồng Bừa (xã Đông Lợi), Làng Cò (xã Thiện Kế). Khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm là khu du lịch nghỉ dưỡng bao gồm khu vui chơi, giải trí, nghỉ dưỡng; khu lâm viên; khu dân cư; khu trang trại và rừng trồng; khu thương mại - dịch vụ tổng hợp; khu đầu mối hạ tầng và các công trình sử dụng chung.

Huyện Sơn Dương còn phát triển các mô hình du lịch thăm quan nghỉ dưỡng, du lịch tâm linh; khai thác tối đa lợi thế, tiềm năng du lịch sinh thái; kết hợp du lịch sinh thái với du lịch lịch sử cách mạng gắn với khu vực ATK trên địa bàn huyện.

Huyện Sơn Dương đang từng bước chuyển mình nhưng luôn giữ gìn hình ảnh đẹp về một mảnh đất giàu truyền thống cách mạng qua những địa danh lịch sử, lễ hội, đình đền... Đây cũng chính là tiềm năng, thế mạnh để huyện phát triển mạnh ngành Du lịch.

## 2.2. Thực trạng phát triển du lịch cộng đồng tại Tân Trào

Từ lâu, huyện Sơn Dương đã được du khách thập phương biết đến với Khu di tích Quốc gia đặc biệt Tân Trào - Khu di tích nằm trên địa bàn huyện Sơn Dương và huyện Yên Sơn là “*Thủ đô khu giải phóng - Trung tâm thủ đô kháng chiến*” - Nơi Trung ương Đảng, Chính phủ và Chủ tịch Hồ Chí Minh ở, làm việc thời kỳ tiền khởi nghĩa, chỉ đạo nhân dân cả nước tiến hành Tổng khởi nghĩa giành chính quyền, khai sinh ra nước Việt Nam dân chủ Cộng hòa. Di tích lịch sử Tân Trào được xếp hạng Di tích Quốc gia đặc biệt tại Quyết định số 548/QĐ-TTg ngày 10/5/2012 của Thủ tướng Chính phủ.

Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang lần thứ XV, nhiệm kỳ 2010-2015 đã xác định: “Phát triển kinh tế du lịch là một trong 4 lĩnh vực đột phá, từng bước đưa ngành Du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh”. Nghị quyết Đại hội Đại biểu Đảng bộ tỉnh lần thứ XVI, nhiệm kỳ 2015-2020 tiếp tục xác định “Khai thác tiềm năng để phát triển du lịch” là 1 trong 3 khâu đột phá với mục tiêu đến năm 2020: Thu hút trên 1,7 triệu lượt khách du lịch; cơ sở hạ tầng kỹ thuật du lịch tương đối đồng bộ tại các khu, điểm du lịch trọng điểm của tỉnh; phân đầu xây dựng Khu du lịch lịch sử, văn hóa sinh thái Tân Trào trở thành Khu du lịch quốc gia...

Với thế mạnh về du lịch lịch sử, văn hóa và sinh thái, huyện Sơn Dương đã đầu tư phát triển du lịch cộng đồng homestay tại Làng văn hóa - du lịch Tân Lập xã Tân Trào với 13 hộ gia đình tham gia. Ông Hoàng Văn Dự, thôn Tân Lập, xã Tân Trào nói: Để phát triển du lịch, huyện đã tổ chức cho đại diện 13 hộ đi thăm quan một số mô hình ở các tỉnh và tập huấn nghiệp vụ nấu ăn, kỹ năng làm hướng dẫn viên du lịch. Gia đình ông đã chỉnh trang nhà cửa, khuôn viên tạo cảnh quan, môi trường xanh - sạch - đẹp, khách du lịch đến sẽ được nghỉ, thưởng thức các món ăn truyền thống do chính gia đình ông phục vụ. Ngoài ra, đội văn nghệ thôn với 30 thành viên do ông phụ trách cũng thường xuyên sưu tầm những tiết mục văn nghệ truyền thống của dân tộc Tày, xây dựng chương trình luyện tập phục vụ trong những dịp lễ hội và phục vụ khách du lịch.

Để góp phần quảng bá hình ảnh quê hương cách mạng và tiềm năng du lịch của địa phương, vừa qua, Huyện đoàn phối hợp với Phòng Văn hóa - Thông tin huyện đã tổ chức Cuộc thi Sáng tạo sản phẩm lưu niệm du lịch huyện Sơn Dương năm 2018. Tham gia có 130 sản phẩm của các tập thể, cá nhân trên địa bàn huyện. Trong đó, sản phẩm “*Quạt giấy lưu niệm Tân Trào*” của Đoàn trường Phổ thông Dân tộc nội trú ATK Sơn Dương đã đoạt giải nhất tại cuộc thi. Đồng chí Nguyễn Chí Thanh, Bí thư Đoàn Trường cho biết, sản phẩm “*Quạt giấy lưu niệm Tân Trào*” do các em học sinh của trường sáng tạo và làm ra từ chất liệu tre, giấy. Đây là một món quà tặng vừa gần gũi, vừa ý nghĩa của các em với mong muốn giới thiệu với du khách về những địa danh lịch sử tiêu biểu như lán Nà Nua, đình Tân Trào, cây đa Tân Trào, Đình Hồng Thái..., qua đó, giúp du khách hiểu hơn về mảnh đất và con người Sơn Dương.

Theo bà Phạm Thị Nhị Bình, Phó Chủ tịch Ủy ban nhân dân huyện Sơn Dương: Toàn huyện hiện có 226 di tích, trong đó có 46 di tích cấp quốc gia, 84 di tích cấp tỉnh. Bên cạnh đó, còn có những thắng cảnh thiên nhiên như: Thác Đòng Bừa xã Đông Lợi, Thác Đòng Phai xã Hợp Thành...; hệ thống đình, đền với những sinh hoạt tín ngưỡng phong phú, đa dạng. Từ năm 2016 đến nay, huyện đã thu hút các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân đầu tư phát triển thêm 10 cơ sở lưu trú và trên 58 nhà hàng ẩm thực, nâng tổng số cơ sở lưu trú trên địa bàn huyện lên 33 cơ sở và 120 cơ sở phục vụ ăn uống giải khát có từ 20 chỗ ngồi trở lên, với tổng kinh phí gần 18 tỷ đồng;

phục dựng, trùng tu, tôn tạo di tích kiến trúc nghệ thuật đền Đức Ông xã Sơn Nam và đền Ất Sơn xã Hào Phú, chùa Tây Thiên xã Văn Phú...; duy trì tổ chức các lễ hội truyền thống như: Lễ hội Cầu mùa tại đình Tân Trào; Lễ hội Cầu may tại đình Hồng Thái; Lễ hội Cầu đình, Cầu lão tại Đình Quang Tất, xã Hào Phú, Lễ hội đình Thọ Vực xã Hồng Lạc... Các lễ hội gắn liền với các khu di tích, danh lam thắng cảnh văn hóa, di sản văn hóa đã thu hút rất đông du khách thập phương đến tham quan. Nghệ nhân Ưu tú Sầm Văn Dừn, thôn Mãn Hóa, xã Đại Phú (Sơn Dương) cho biết từ năm 2015, hát Sinh ca của người Cao Lan đã được đưa vào danh mục Di sản văn hóa phi vật thể quốc gia. Từ đó đến nay, hát Sinh ca ngày càng được quan tâm gìn giữ và phát huy, được biểu diễn ở nhiều lễ hội, các hoạt động văn nghệ, biểu diễn phục vụ du khách. Ở nơi ông sinh sống, số người tham gia học hát Sinh ca tại các câu lạc bộ ngày càng tăng, hoạt động của các câu lạc bộ ngày càng quy củ, chất lượng. Hát Sinh ca làm cho các lễ hội cũng hấp dẫn hơn, góp phần gìn giữ và phát huy bản sắc văn hóa độc đáo, riêng biệt của dân tộc và làm phong phú thêm đời sống văn hóa tinh thần của người dân và du khách.

Tính đến cuối năm 2018, các khu, điểm du lịch của huyện Sơn Dương đã đón tiếp trên 750.000 lượt khách tham quan, du lịch, đạt 104,9% kế hoạch. Doanh thu xã hội từ du lịch đạt gần 570 tỷ đồng, đạt 100,5% kế hoạch. Với mục đích biến tiềm năng thành thế mạnh, huyện đã và đang xây dựng nhiều cơ chế chính sách nhằm khuyến khích phát triển du lịch địa phương, xã hội hóa đầu tư du lịch. Đồng thời, đầu tư phục hồi, bảo tồn, tôn tạo các di tích lịch sử, văn hóa, giữ gìn cảnh quan môi trường, phát huy bản sắc văn hóa dân tộc... Qua đó, thu hút du khách trong và ngoài nước đến tham quan, du lịch; tăng doanh thu xã hội từ du lịch, góp phần phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn.

### **3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP BẢO TỒN VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TẠI KHU DI TÍCH QUỐC GIA ĐẶC BIỆT TÂN TRÀO**

#### **3.1. Phát triển cộng đồng**

Để phát triển du lịch cộng đồng, trước hết, huyện Sơn Dương cần quan tâm việc phát triển một cách toàn diện trên các lĩnh vực kinh tế, văn hóa, xã hội cộng đồng dân cư bản địa, trong đó kinh tế là điều kiện tiên quyết nhất. Cùng với việc phát triển kinh tế, chăm lo đời sống vật chất của người dân, để phát triển cộng đồng, huyện cần phải quan tâm đến phát triển văn hóa, giáo dục. Nâng cao trình độ văn hóa, trình độ nhận thức cho mỗi một người dân cũng là một yếu tố quan trọng để bảo vệ các di tích lịch sử.

#### **3.2. Giáo dục cộng đồng**

Giáo dục cộng đồng là một yêu cầu quan trọng để phát triển du lịch cộng đồng tại huyện Sơn Dương, tỉnh Tuyên Quang, giúp cho cộng đồng biết được giá trị của các di tích lịch sử. Trải qua nhiều thế hệ, cư dân bản địa là những người gắn bó lâu dài, họ có kiến thức bản địa về nơi mình sinh sống, tuy nhiên, không phải người dân nào cũng biết những giá trị, ý nghĩa của các di tích lịch sử. Từ những giá trị và ý nghĩa đó, mỗi người dân nơi đây có quyền tự hào mình là chủ nhân thực sự, từ đó đề cao trách nhiệm trong việc bảo tồn giá trị của các di tích.

Việc giáo dục đối với cư dân bản địa có ý nghĩa quyết định cho sự bảo tồn vì họ là những người tiếp xúc và có tác động thường xuyên, hàng ngày với địa bàn. Từ việc giáo dục ý thức bảo vệ di tích lịch sử, huyện mới có điều kiện phát triển du lịch cộng đồng một cách bền vững. Vì vậy, cần đưa chương trình giáo dục bảo vệ di tích lịch sử, văn hóa, bảo vệ môi trường, cảnh quan vào cộng đồng nhất là trong đối tượng thanh thiếu niên, những chủ nhân tương lai của huyện Sơn Dương, tỉnh Tuyên Quang. Cùng với việc giáo dục cộng đồng, cũng cần phải tuyên truyền, giáo

dục đối với du khách. Mặc dù các du khách không gắn bó với khu di tích lâu dài, nhưng họ là số đông. Nếu không có trách nhiệm bảo vệ sẽ gây tác hại nghiêm trọng và để lại hậu quả nặng nề.

Huyện Sơn Dương cũng cần có một chương trình giáo dục để mọi người hiểu hơn về du lịch cộng đồng: khái niệm, vai trò và những tác động của du lịch cộng đồng; những lợi thế của du lịch cộng đồng trong sự phát triển lâu dài; để từ đó thu hút được đông đảo sự tham gia của cộng đồng vào phát triển du lịch. Bên cạnh đó, huyện cần đào tạo những lĩnh vực mà họ thiếu kỹ năng và kiến thức trong việc tổ chức du lịch như hướng dẫn, thuyết minh, ứng xử, tổ chức chương trình... để người dân có thể tham gia trực tiếp vào việc tổ chức du lịch cộng đồng.

### 3.3. Cộng đồng tham gia quản lý và trực tiếp làm du lịch

Du lịch cộng đồng phải đề cao sự tham gia của người dân địa phương vào phát triển và quản lý du lịch. Những năm qua, Khu di tích Quốc gia đặc biệt đã có sự quản lý tốt từ phía nhà nước với việc quy hoạch, kế hoạch và khai thác du lịch, song chúng ta chưa quan tâm đúng mức đến sự tham gia quản lý từ phía cộng đồng địa phương. Khi người dân địa phương được tham gia vào việc ra quyết định, các chương trình du lịch, họ sẽ phát huy trách nhiệm đối với việc phát triển bền vững lâu dài của Khu Di tích.

Bên cạnh việc tham gia quản lý, cần khuyến khích cộng đồng địa phương tham gia trực tiếp vào các hoạt động du lịch ở địa phương; khuyến khích người dân địa phương tổ chức chương trình du lịch của mình, biến những làng bản, sinh hoạt văn hóa cộng đồng thành những sản phẩm du lịch. Họ có thể trở thành hướng dẫn viên và có quyền thu nhập từ những dịch vụ du lịch như nghỉ trọ, cung cấp thức ăn, các sản phẩm nông nghiệp...

### 3.4. Quản lý nhà nước trong phát triển du lịch cộng đồng ở Tân Trào

Để có thể phát triển bền vững, phải có sự đóng góp của các thành phần tham gia hoạt động du lịch là lượng kinh doanh du lịch, du khách, cộng đồng dân cư địa phương và nhà nước. Nhà nước thực hiện chức năng quản lý hoạt động du lịch thông qua các tổ chức của mình bao gồm các cơ quan quản lý nhà nước, các cơ quan nghiên cứu, chính quyền địa phương. Để phát triển du lịch cộng đồng, Ban Quản lý Khu di tích quốc gia đặc biệt Tân Trào cần phải chú trọng các vấn đề sau:

- Phải xây dựng quy hoạch, kế hoạch tổng thể phát triển du lịch cộng đồng ở Tân Trào. Để bảo đảm cho sự phát triển bền vững lâu dài, nhất thiết phải có một kế hoạch hành động chung vừa bảo tồn, gìn giữ di tích vừa để phát triển du lịch.

- Đầu tư thích đáng cho công tác bảo tồn, giữ gìn các giá trị của các di tích. Nên thành lập Quỹ bảo tồn từ các nguồn thu để chăm lo cho việc bảo tồn Di tích quốc gia đặc biệt Tân Trào. Tiếp tục nghiên cứu đánh giá các giá trị của các di tích lịch sử, trên cơ sở đó xây dựng một chiến lược phát triển du lịch hợp lý, nhất là du lịch cộng đồng cần được ưu tiên phát triển để bảo vệ tính bền vững của khu di tích.

- Nhà nước cần quan tâm hơn nữa đến công tác phát triển cộng đồng, giáo dục cộng đồng, nâng cao dân trí tạo điều kiện cho người dân địa phương tham gia quản lý vào hoạt động du lịch. Nhà nước cần điều hành các hoạt động du lịch giữa các khu vực kinh tế, các đơn vị làm du lịch tại địa bàn một cách hợp lý, tránh sự cạnh tranh làm tổn hại đến di tích. Điều hòa lợi ích thu được từ du lịch trong đó cần ưu tiên phát triển cộng đồng ở Tân Trào, những chủ nhân thực sự, lâu dài.

Như vậy, du lịch cộng đồng đang được coi là loại hình du lịch mang lại nhiều lợi ích phát triển kinh tế bền vững nhất cho bản địa. Du lịch cộng đồng không chỉ giúp người dân bảo vệ tài



nguyên môi trường sinh thái, mà còn là dịp để bảo tồn và phát huy những nét văn hóa độc đáo của địa phương. Việc phát triển các sản phẩm du lịch cộng đồng là phù hợp với xu thế thời đại, đáp ứng nhu cầu khám phá của đông đảo du khách muốn tìm hiểu văn hóa dân tộc đặc sắc. Tuy nhiên, các chuyên gia du lịch cũng đưa ra lời khuyên cáo: Muốn du lịch cộng đồng phát triển cần giữ nguyên gốc, nguyên sơ, chất phác chân thực của văn hóa bản địa, đó là giá trị cốt lõi của cộng đồng, không để đánh mất nó. Phát triển du lịch đồng thời phải có trách nhiệm với xã hội. Để phát triển kinh tế địa phương, tôn trọng những giá trị bản địa, giá trị cộng đồng, loại hình du lịch có trách nhiệm sẽ là giải pháp để phát triển du lịch cộng đồng đúng hướng và bền vững.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang (2010), Văn kiện Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XV, nhiệm kỳ 2010-2015.
2. Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang (2015), Văn kiện Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XVI, nhiệm kỳ 2015-2020.
3. Hồ sơ Quy hoạch tổng thể bảo quản, tu bổ, phục hồi và phát huy giá trị di tích quốc gia đặc biệt Tân Trào, tỉnh Tuyên Quang gắn với phát triển du lịch đến năm 2025 (2016), Sở Văn hóa, Thể thao và du lịch tỉnh Tuyên Quang.
4. Phù Ninh (2009), Tuyên Quang - Thủ đô kháng chiến, Nhà xuất bản Trẻ.
5. Nguyễn Thị Thanh Kiều (2016), Nghiên cứu phát triển du lịch cộng đồng tại huyện Đơn Dương, tỉnh Lâm Đồng, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Hà Nội.

## COMMUNITY-BASE TOURISM DEVELOPMENT IN TAN TRAO SPECIAL NATIONAL RELIC SITE, SON DUONG DISTRICT, TUYEN QUANG PROVINCE: POTENTIAL, CURRENT STATE AND SOLUTIONS

**Nguyen Trung Phan**

*Department of Education and Training*

**Hoang Thi My Hanh**

*Thai Nguyen University of Education*

### Abstract

Community-base tourism has been rapidly developing in many countries around the world. In order to develop tourism types in a sustainable way, it is necessary to combine tourism development with community to promote the roles of local people in tourism management and development. The article provides an overview of community's roles in developing tourism; analyzing the potential and current state of Tan Trao Special National Tourism Relic Site development in Son Duong district, Tuyen Quang province. On that basis, the article proposes a number of solutions to preserve and develop Tan Trao Special National Tourism Relic Site in Son Duong district, Tuyen Quang province in the direction of sustainable community-base tourism development in the next stage.

### Keywords

Tourism, Community-base ecotourism, Tan Trao, Tuyen Quang.

## DEVELOPING GASTRONOMY TOURISM IN TUYEN QUANG PROVINCE BASED ON EXPERIENCE OF INDONESIA

Le Thanh Tu

*Hanoi University of Culture*

### Abstract

Tourism in Vietnam has been rapidly increasing in recent years, having great impacts on both social and economic aspect. Vietnam has an unique and diversified cuisine ranked the third attraction after culture and scenery ones to tourists to Vietnam, being considered as one among 3 world-favored cuisines; however, Vietnamese gastronomy has not been strongly developing in comparison with other countries' ones throughout the world. According to the 2nd World Report on gastronomy tourism in 2017, 87 percent of organizations that were surveyed defined gastronomy tourism as the strategic factor of the destination, the important motivation for developing tourism and the key factor of local economy. Tuyen Quang is a northern mountainous region of Vietnam being naturally favored with abundant of sceneries and unique cuisine. Nevertheless, local authority and related bodies have still had difficulties in attracting more tourists in order to contribute to develop local tourism and Vietnamese one as well. The author would like to have a profound understanding about the advantages and disadvantages in developing gastronomy tourism in Tuyen Quang, and based on the experience in developing gastronomy of Indonesia that combines three factors including food, culture and history, proposing solutions to the development of tourism industry in Tuyen Quang province in the globalization time.

### Keywords

Cuisine, gastronomy tourism, culinary, Tuyen Quang.

### 1. BACKGROUND

Gastronomy is a world-favored trend, an interest for thousands, and one of the main reasons for many people to travel. People desire to experience food in the same way that they search other elements of different cultures like art, music and architecture. Food is not only to fill the stomach, it has become the purpose of many journeys. That is why food is often dubbed the ambassador of tourism. Gastronomy tourism pays great contribution to promoting local, regional and national economies and enhancing sustainability. It contributes positively to many levels of the tourism value chain, such as agriculture and local food manufacturing. Combining gastronomy and tourism also creates a foundation for the promotion of cultures through their cuisine. This not only assists in destination branding, but also helps to stimulate sustainable tourism through maintaining valuable cultural heritage, empowering and nurturing the pride amongst communities, and boosting intercultural understanding. Tourists can achieve a better sense of local values and traditions through a visit to a food festival, a cooking class or farm-to-table dining experience.

### 2. METHODS

Based on the secondary data from many sources, author mainly used descriptive, analytical and evaluative methods to carry out this paper.

### 3. RESULTS

#### *The overview of Indonesian gastronomy tourism*

Being widely popular for various wonderful elements, including Bali with beautiful beaches, strips of white sand and beauty spots, Indonesia has had reputation of having diversified gastronomy culture that has the mixture of many ethnic minorities' cuisine. Furthermore, it has had influence of Indian, Chinese and European cuisines as well. The use of spices is the most distinguished feature of Indonesian cuisine. The art of using spices in Indonesian food including the spices of India, China and Arab, and the use of spices namely nutmeg, clove, pepper, etc. of European colonialists and explorers have created special flavors of the food, attracting a great number of tourists all over the world.

There are three factors namely *culture*, *history* and *food* which are defined as potential ones to create Indonesian food a brand. Indonesian people has paid much attention to exploit the strength of cuisine to improve the development of the tourism industry. The combination between tourism and cuisine has brought into play the values of culture and history. It has not only supported in broadcasting destinations' brand, but also assisted Indonesian tourism in sustainable development by preserving valuable cultural heritages, arousing the national pride of each individual, promoting mutual understanding of all countries.

Cuisine have recently played an important role in creating the attractiveness and competitiveness of all Indonesian destinations. Furthermore, it is also one of important factors in diplomatic policy of Indonesia. As a result, they have had suitable policies in exploiting and developing tourism, achieved the certain success and created valuable experiences to many throughout the world to follow.

According to the research carried out by the Academy Gastronomy of Indonesia (AGI), gastronomy has been defined to create individual attractions in many aspects all over the world. AIG, as an national academy, has an duty to facilitate all stakeholders in combining all of these factors into holistic gastronomy tourism products. The major difficulty is creating the concepts as a metaphor for Indonesian Gastronomy for many destinations. Another major duty of this academy is to make a research and create a model for all Indonesian destinations to develop gastronomy tourism.

#### *The model of combining history, culture and food*

History, culture and food of Indonesia have created the profound triangle foundation to develop gastronomy tourism. These three factors formed a close relationship, having mutual impacts and contributing to create the uniqueness of all destinations in Indonesia. Details as followed:

*Food*: the major factor of gastronomy tourism being influenced from culture and history. It can be clearly observed through traditional rituals and spices.

*Culture*: the authenticity and diversified culture is based on the attractiveness and diversification of food, being formed and developed from the historical tradition of Indonesia. Storytelling has kept the history alive throughout the centuries while the rituals and ceremonies related to the cooking process allow food to remain authentic and true to traditional flavors.

*History*: an ever-present influence on Indonesian gastronomy. It is formed by both the mix of 16<sup>th</sup> century culture (including the influence of the Sriwijaya, Mataram and Majapahit kingdoms) as well as the 18<sup>th</sup> century spice trade.

These factors are the foundation to create a strong narrative of the Indonesian food culture, with the main objective of achieving uniqueness, locality and novelty in tourists' experience.

Many interesting tourist gastronomy tourism products can be made based on these mentioned- above factors. Some example of the combination include:

- *Cultural and ritual/ceremony*

+ Royal heritage gastronomy tour: paying attention to the experience in royal dining and eating habits of former Indonesian kings in Solo and Yoguakarta.

+ The Soul of Balinese Gastronomy concerning local produce. Bali has sufficient elements of gastronomy tourism product including the dining restaurants, traditional or local foods called "Warung", culinary theatres in Ubud, cooking classes, vineyards, coffee plantations, traditional markets and food festivals.

- *History and storytelling*

Spice trailing taste of Indonesia, Rendang Journey, Minang Kabau - West Sumatra. Here is a good example of a product having strong philosophy in storytelling. The name "Rendang" has been extracted from the word "Mandarang", which is a cooking process in which each ingredient represents a story. Meat represents parents who give prosperity to their children, whereas coconut milk represents intellectual community as an influencer and connector. Chili acts as the representative of the religious gurus who teach the younger generations using strict methods and sharp words. Spices and herbs are considered as the complements affecting to each other; expressing the opinion that everybody in the community plays an important role.

Indonesia has also possesses many favorable conditions to develop gastronomy tourism. According to the latest statistic, there are more than 17,000 islands; 1,340 tribes; 2,500 species of seawater fishes; 2,184 species of fresh water fishes; 40,000 species of plants; 1,602 species of birds; and 52 types of vegetation in Indonesia, among which 17% of the world's species are seen to exist.<sup>202</sup>

Furthermore, they has had many conditions to develop and express the authenticity in gastronomy tourism based on exploiting the advantages of special geographical position as it lies among great marine routes and has plentiful natural resources. Indonesian people have had many diversified ingredients and cooking technique as it has had influence from several nations' gastronomy including India, Arab, China and some in Europe.

In addition to promote potentials and good conditions, Indonesia has the strategies on communication and broadcasting to develop gastronomy tourism.

### ***Communication strategy***

Meaningful taglines are useful in conveying the message of gastronomy tourism to target market. For example, the slogan "Indonesia spice up the world" is used to represent and highlight the important of spice in Indonesian gastronomy.

Gastronomy has recently been selected as the major factor in the communication strategy to promote the tourism development in Indonesia. The Indonesian government and the Ministry of tourism deployed the new strategy for tourism development with the title "Give Indonesian gastronomy out the world" in 2018. This activity has been planned to promote the development

<sup>202</sup> UN World Tourism Organization (2017), *Second Global Report on Food Tourism*, Madrid, Spain.

of tourism, and try to achieve the goal of attracting 20 millions of international tourists to this country by 2019. Therefore, the Ministry of tourism has cooperated with more than 100 Indonesian restaurants all over the world to set the menu having the most distinguished foods of Indonesia combining the unique talents in cooking process in order that these can be fully introduced to tourists internationally.

### ***Promotion***

The campaign with the name “Wonderful Indonesia” placed country branding at the 47<sup>th</sup> rank in the Travel and Tourism competitiveness index of the world economic forum 2015. Indonesia’s tourist destinations are stimulated by the serious commitment of the Indonesian Ministry of tourism to stimulate. It has also given monument to the Indonesian Gastronomic tourism movement.

### ***Sales channels***

They has used the powerful digital information channels and integrated websites as parts of the strategies of effective sales channels to penetrate global market. The capacity and capability of gastronomy destinations has become a critical issue, stressing the need for taskforces in order to accelerate the process of creating the exotic gastronomic journey, through the use of solid triangle concept to identify the various contributing aspects in the gastronomy tourist model.

### ***The situation of exploiting gastronomy in developing tourism in Tuyen Quang***

Tuyen Quang is a wonderful mountainous area in the North of Vietnam, home to 22 ethnic groups, each of which has their own cultural characteristics, as can be seen in their languages, costumes and traditional foods. Most of the foods are made using the speciality ingredients of the mountains and forests where they are living. The gastronomy of this region is not truly unique as the ones in several parts of Vietnam; however, it is still one of important factors to develop tourism. Travelling to Tuyen Quang, tourists are impressed by local foods such as smoked buffalo meat, bamboo shoots in Lam Binh, buffalo jerky, fermented meat, river fish in Na Hang, five-color steamed sticky rice of the Tay, the sticky rice cake with ant eggs, corn liquor in Na Hang, Gai cake in Chiem Hoa, rolled rice cake, Chiem Hoa field fish sauce, bamboo-tube cooked rice in Son Duong. Minh Huong ducks in Ham Yen, fragrant rice... Some of them are famous such as corn wine in Na Hang and Chiem Hoa field fish sauce. Especially, the trademark of Na Hang corn liquor was recognized as the biggest corn liquor bottle of Vietnam by the Vietnamese Guinness. Tuyen Quang is said to have so many unique dishes that are imbued with national identity. Few dishes are both used as daily meals and types of medicine. For example, Dang leaves soup is good for bowel, field fish sauce is able to detoxify, etc. Moreover, culinary of Tuyen Quang is not only special about the taste, but also a specific story behind every type of food. For instance, five-color steamed sticky rice typifies the five elements of Eastern philosophy including wood, metal, fire, water and earth. In addition, smoked buffalo meat is considered bringing luck and health to mountainous people during their long journeys in jungle.

Gastronomy is considered as the key factor to promote tourism in Tuyen Quang. However, it has not fully exploited the diversification of culinary in the province. Most of dishes are made under the small scale in order that they can meet the need of indigenous people in local festivals. As a result, they are still not able to satisfy the requirements even though dishes are rather delicious and famous. The Provincial Investment Promotion Center has been promoting many local cultures in the past few year, especially culinary culture such as foods have been showed at the annual Tuyen Quang festival to develop the promotion of gastronomy culture to tourists.

Tourists are invited to visit and enjoy many dishes, local specialties of 7 districts in the province. Furthermore, the Center also has guided travel companies to set up tours relating to enjoy typical dishes such as bamboo-tube cooked rice in Tan Trao (Son Duong), My Lam (Yen Son), Gai cake (Chiem Hoa), etc. The qualities assurance and food safety have been paid much attention along with the promotion of the gastronomy tourism. The Department of Culture, Sports and Tourism had incorporated with Hanoi Tourism College in improving skills of food processing of restaurants, businesses. The lecturers of the Faculty of Cookery Management of Hanoi Tourism College have given lectures to the restaurant owners, hotels, chefs, staffs, etc. in order that they can study some basic knowledge about food processing, among which food presentation, food safety, and limited waste of food is also specially paid attention.

#### 4. CONCLUSION

The countries or localities having advantages and paying much attention to developing gastronomy tourism can draw a lots of valuable experiences from the ones of Indonesia in order to promote tourism in Vietnam in general and in Tuyen Quang in particular for the coming period as followed:

*Firstly*, paying much attention to creating the authenticity in experiencing culinary culture to tourists. This is an absolutely interesting activity helping tourist have a chance to be deeply imbued in the new and exciting experiences, which does not only attract tourist to these destinations but also create the country and localities branding on tourism.

*Secondly*, promoting gastronomy to become a type of tourism. Gastronomy of Tuyen Quang has been much favored; however, it has not strongly developed. Consequently, the local authority and other relevant departments need to have profound researches, establish the strategies to promote gastronomy to be an authentic type of tourism attracting domestic and international tourists, design the specific developing targets for each certain period in order that it can develop adequately with the available potentials.

*Thirdly*, giving much concentration on enhancing Tuyen Quang's gastronomy brand by having studies on typical values of culinary culture in Tuyen Quang, defining outstanding foods and drinks to serve the tourists, having profound researches on the tourism market, encouraging tourism enterprises to set up tourism products which are appropriate with the local and regional potentials.

*Fourthly*, enhancing the promotion and broadcasting of gastronomic culture and culinary tourism products through domestic and international sale channels in order that tourists can easily access to Tuyen Quang's cuisine.

*Fifthly*, having profound research on culinary culture of ethnic minorities in the locality. Apart from the assurance of food and drink qualities and food safety, the ways of linking religious rites with gastronomy are also seriously necessary to be researched so that it cannot only creates the authenticity of culinary tourism in Tuyen Quang but also ensures the preservation the values of traditional cuisine.

*Sixthly*, improving tight collaboration and raising up the awareness of the stakeholders. The tight corporation of all departments and related bodies is vital to develop gastronomy tourism such as The Ministry of Tourism, Sport & Culture, the Ministry of Agriculture and Rural development, The Ministry of Investment and Planning, the Ministry of Industry and Commerce, authority of all levels, tourism education and training schools and enterprises, laborers of tourism

industry, local communities and tourists. This corporation is rather important to all economic activities since the stakeholders themselves take part in the business. As a result, they need to have tight collaboration to establish policies, education and training programs and other activities.

*Last but not least*, all destinations should maximize the potentials of gastronomy making contribution to economic and social development, environmental protection, cultural preservation and enhancing mutual understanding. However, destinations have to be quickly self-adapted by researching and investigating the predilection of tourists, the tendency of the market, establishing linking mechanism of the stakeholders' network, developing products and launching appropriate marketing strategies. More importantly, the education and training of skillful and high-quality laborers in tourism sectors has been paid much attention to so as to satisfy the needs of developing gastronomy tourism at the present and future periods.

In summary, this paper makes contribution to assert that gastronomy has been considered to be a distinctive element of all destinations. This is in line with the importance of gastronomy as the driving force and a very significant factor for the development of a destination. Furthermore, gastronomy ranks third among the main reasons for tourists to visit a destination, after cultural motive and nature. There is more that can be done in terms of the stimulation of gastronomy tourism such as adapting to current trends while also maintaining traditional values. One thing to note is the importance of public-private collaboration as an essential instrument of co-operation for the development of gastronomy tourism. This collaboration can be done through co-operation with private companies, co-operation with tourism offices and local entities, as well as co-operation with national bodies.

## REFERENCES

1. UN World Tourism Organization (2017), *Global Report on Food Tourism*, Madrid, Spain.
2. Baotuyenquang. (24/05/2019). Food - a tourism ambassador of Tuyen Quang.  
Source: <http://en.baotuyenquang.com.vn/travel/food-a-tourism-ambassador-of-tuyen-quang-119.html>.
3. Hanoimoi. (06/04/2018). *Ẩm thực- Loại hình du lịch chưa xứng tầm*.  
Source: <http://hanoimoi.com.vn/Tin-tuc/Du-lich/898092/am-thuc---loai-hinh-du-lich-chua-xung-tam>.
4. Baoquangninh. (31/03/2018). *Đưa du lịch ẩm thực thành một loại hình du lịch*.  
<http://www.baoquangninh.com.vn/du-lich/201803/dua-du-lich-am-thuc-thanh-mot-loai-hinh-du-lich-2380070>.

## PHÁT TRIỂN DU LỊCH ẨM THỰC TẠI TỈNH TUYÊN QUANG DỰA VÀO KINH NGHIỆM CỦA INDONESIA

**Lê Thanh Tú**

*Trường Đại học Văn hóa Hà Nội*

### **Tóm tắt**

Du lịch ở Việt Nam đã tăng nhanh trong những năm gần đây, có tác động lớn đến cả khía cạnh kinh tế và xã hội. Việt Nam có một nền ẩm thực độc đáo và đa dạng được xếp hạng là điểm thu hút thứ ba sau văn hóa và phong cảnh đối với khách du lịch đến Việt Nam, được coi là một trong 3 món ăn được ưa chuộng trên thế giới tuy nhiên, ẩm thực Việt Nam hiện vẫn chưa phát triển mạnh so với các quốc gia khác trên toàn thế giới. Theo Báo cáo Thế giới về Du lịch ẩm thực năm 2017, 87% các tổ chức được khảo sát xác định du lịch ẩm thực là yếu tố chiến lược của điểm đến, động lực quan trọng để phát triển du lịch và là nhân tố chính của kinh tế địa phương. Tuyên Quang là một vùng núi phía Bắc của Việt Nam được thiên nhiên ưu ái với nhiều phong cảnh và ẩm thực độc đáo. Tuy nhiên, chính quyền địa phương và các cơ quan liên quan vẫn gặp khó khăn trong việc thu hút nhiều khách du lịch hơn để góp phần phát triển du lịch địa phương và cả người Việt Nam. Tác giả muốn có một sự hiểu biết sâu sắc về những lợi thế và bất lợi trong việc phát triển du lịch ẩm thực ở Tuyên Quang, và dựa trên kinh nghiệm phát triển ẩm thực của Indonesia kết hợp ba yếu tố bao gồm ẩm thực, văn hóa và lịch sử, đề xuất các giải pháp cho sự phát triển du lịch công nghiệp ở tỉnh Tuyên Quang trong thời đại toàn cầu hóa.

### **Từ khóa**

Ẩm thực, du lịch ẩm thực, nấu ăn, Tuyên Quang.



# XÂY DỰNG SẢN PHẨM DU LỊCH ĐẶC TRƯNG ĐỂ PHÁT TRIỂN NGÀNH DU LỊCH Ở HUYỆN SƠN DƯƠNG, TỈNH TUYÊN QUANG

Nguyễn Thị Thanh Mai, Phạm Thị Thúy Hồng  
*Trường Cao đẳng Kinh tế - Tài chính Thái Nguyên*

## Tóm tắt

Huyện Sơn Dương, tỉnh Tuyên Quang từ lâu được biết đến là mảnh đất có nguồn tài nguyên du lịch phong phú để phát triển du lịch, cả tài nguyên thiên nhiên lẫn tài nguyên nhân văn. Trong những năm qua, nguồn tài nguyên này đã được ngành Du lịch huyện Sơn Dương khai thác để phát triển du lịch nhưng hiệu quả đạt được chưa tương xứng. Một trong những nguyên nhân là do huyện chưa thực sự có những sản phẩm du lịch đặc trưng để thu hút du khách. Vì vậy, việc xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng sẽ tạo được sự khác biệt của sản phẩm du lịch trong vùng so với các vùng khác trong khu vực, góp phần tạo sự phong phú đa dạng sản phẩm. Bài viết phân tích thực trạng phát triển ngành Du lịch của huyện Sơn Dương, trên cơ sở đó đề xuất những giải pháp phù hợp để thực hiện việc xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng nhằm phát triển ngành du lịch của vùng.

## Từ khóa

Sản phẩm du lịch đặc trưng, ngành du lịch, Sơn Dương, Tuyên Quang.

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Huyện Sơn Dương, tỉnh Tuyên Quang từ lâu được biết đến là mảnh đất giàu tiềm năng, thế mạnh về du lịch. Nguồn tài nguyên này đã được ngành Du lịch tỉnh Tuyên Quang khai thác để phát triển du lịch nhưng hiệu quả đạt được chưa tương xứng. Một trong những nguyên nhân là do du lịch huyện Sơn Dương chưa thực sự có sản phẩm đặc trưng để thu hút du khách và phát triển du lịch sâu rộng và bền vững.

Xây dựng được sản phẩm du lịch đặc trưng sẽ tạo được sự khác biệt của sản phẩm du lịch huyện Sơn Dương so với các địa phương trong khu vực; góp phần tạo sự phong phú đa dạng sản phẩm, đẩy mạnh liên kết trong phát triển du lịch của vùng, đưa ngành Du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng đóng góp đáng kể cho GDP của tỉnh trong những năm tới.

## 2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỦA HUYỆN SƠN DƯƠNG, TỈNH TUYÊN QUANG

### 2.1. Tiềm năng phát triển ngành du lịch của huyện Sơn Dương

Nằm ở phía Nam của tỉnh Tuyên Quang, huyện Sơn Dương có tiềm năng lớn về phát triển du lịch nhất là du lịch lịch sử, văn hóa và sinh thái. Toàn huyện hiện có 226 di tích lịch sử, trong đó có 46 di tích đã được xếp hạng cấp Quốc gia, 82 di tích xếp hạng di tích cấp tỉnh. Nổi bật nhất là Khu du lịch lịch sử, văn hóa và sinh thái Tân Trào, đã được Thủ tướng Chính phủ công nhận là di tích quốc gia đặc biệt. Nơi đây từng là “Thủ đô khu giải phóng, Thủ đô kháng chiến”, Chủ tịch Hồ Chí Minh và các đồng chí lãnh đạo Đảng, Nhà nước đã ở, làm việc trong kháng chiến. Ngày 06/12/2016, Thủ tướng Chính phủ ký Quyết định số 2356/QĐ-TTg phê duyệt quy hoạch tổng thể bảo quản, tu bổ, phục hồi di tích quốc gia đặc biệt Tân Trào gắn với phát

triển du lịch đến năm 2025; Ngày 22/11/2017, Thủ tướng Chính phủ của phê duyệt Quyết định số 2073/QĐ-TTg về Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Tân Trào, tỉnh Tuyên Quang đến năm 2030. Ngoài ra, còn nhiều điểm du lịch văn hóa lịch sử đang thu hút nhiều du khách đến tham quan, tìm hiểu: Di tích di tích Nha Công an Trung ương ở xã Minh Thanh; Di tích Bình Ca ở xã Vĩnh Lợi...

Bên cạnh thế mạnh du lịch lịch sử, văn hóa, điều kiện tự nhiên của Sơn Dương còn hội tụ nhiều tiềm năng lớn về phát triển du lịch sinh thái. Với hệ thực vật phong phú, nguồn nước dồi dào tạo nên những cảnh quan thiên nhiên độc đáo như thác Đát xã Hợp Hòa, thác Đồng Bừa xã Đông Lợi, thác Đồng Đài xã Đông Thọ... Các nhà khảo cổ cũng đã phát hiện ở Sơn Dương nhiều dấu tích cổ xưa như Di tích bãi đá cổ tại thôn Cao Đá, xã Sơn Nam, thôn Hữu Vu, xã Đại Phú, di chỉ cư trú của con người thời Hùng Vương tại thôn Phố Giò, xã Thiện Kế... Đặc biệt, với hàng chục lễ hội văn hóa truyền thống độc đáo và các phong tục tập quán, những làn điệu dân ca, dân vũ đặc sắc của đồng bào các dân tộc Tày, Cao Lan, Dao, Sán Dìu, Mông... trên địa bàn cũng đã góp phần tạo nên những lợi thế riêng để thu hút khách du lịch về với Sơn Dương.

## 2.2. Thực trạng phát triển du lịch ở huyện Sơn Dương

Nhằm khai thác có hiệu quả các tiềm năng, thế mạnh du lịch của địa phương, những năm gần đây, huyện Sơn Dương đã thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp. Cùng với việc tăng cường tuyên truyền nâng cao nhận thức của người dân, huyện Sơn Dương đã chủ động phối hợp với các cơ quan chức năng của tỉnh Tuyên Quang thường xuyên tu bổ, tôn tạo các cụm, điểm di tích lịch sử trọng điểm như: Cụm di tích lịch sử Nà Lừa, cụm di tích lịch sử Chủ tịch Phủ, Thủ tướng Phủ, cụm di tích lịch sử Đồng Man - Lũng Tầu, cụm di tích Làng Sào... Đồng thời, tạo mọi điều kiện thuận lợi để các đơn vị lữ hành xây dựng, phát triển các tuyến, tour du lịch liên huyện, liên tỉnh. Huyện cũng đã phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Tuyên Quang mở các lớp dạy nghề dệt thổ cẩm, mây, giang đan cho người dân thôn Tân Lập, xã Tân Trào. Kết quả đến nay du lịch Sơn Dương đã có những bước phát triển vững chắc với các sản phẩm du lịch tiêu biểu như du lịch lịch sử, văn hóa, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch sinh thái, du lịch lễ hội, du lịch tâm linh, du lịch cộng đồng... Theo thống kê, năm 2018, du lịch Sơn Dương đã đón trên 800 nghìn lượt du khách trong nước và quốc tế, tổng doanh thu từ du lịch đạt khoảng trên 600 tỷ đồng. Hoạt động du lịch đã giúp tạo việc làm và tăng thu nhập cho hàng nghìn người dân địa phương.

Để phát triển du lịch gắn với bảo tồn, phát huy các di sản lịch sử, văn hóa trên địa bàn huyện, cùng với việc thực hiện Quyết định số 2113/QĐ-TTg ngày 07/11/2016 của Thủ tướng Chính phủ về triển khai xây dựng dự án bảo quản, tu bổ, phục hồi và phát huy giá trị di tích quốc gia đặc biệt Tân Trào tỉnh Tuyên gắn với phát triển du lịch đến năm 2025 trị giá 43,4 tỷ đồng, huyện Sơn Dương tiếp tục kêu gọi đầu tư phát triển hạ tầng du lịch kết hợp với triển khai đồng bộ các dự án phục hồi, tu bổ, tôn tạo các di tích tại Tân Trào. Hiện nay, UBND huyện Sơn Dương đã thực hiện dự án xây dựng mô hình phát triển nông thôn dựa trên phát huy nguồn lực sẵn có của địa phương tại khu vực miền núi phía Nam tại xã Tân Trào, do Tổ chức NPO AVENUE/Nhật Bản tài trợ trị giá 2,1 tỷ đồng; dự án xây dựng hệ thống điện chiếu sáng xanh dùng năng lượng gió và mặt trời cho Khu di tích lịch sử quốc gia đặc biệt Tân Trào, do Công ty IDEL và công ty ANJI TECHNO SOLUTION/Nhật Bản tài trợ trị giá 11,3 tỷ đồng; đang thu hút Tập đoàn FLC nghiên cứu, khảo sát, lập quy hoạch dự án du lịch nghỉ dưỡng, thể thao, vui chơi giải trí và đô thị sinh thái Sơn Dương với diện tích 14.000ha tại xã Minh Thanh, Tú Thịnh...

Cùng với đó, huyện cũng tiếp tục duy trì và phát triển các lễ hội truyền thống, phát huy các giá trị văn hóa phi vật thể cấp quốc gia được công nhận, như: Địa điểm Văn phòng Hội đồng quốc phòng tối cao (năm 1949) tại xã Hợp Thành; Chùa Lang Đạo xã Tú Thịnh... các loại hình

văn hóa, nghệ thuật, trò chơi dân gian mang đậm bản sắc văn hóa các dân tộc; mở các lớp tập huấn cho cán bộ, nhân dân về dịch vụ du lịch, tham quan học tập kinh nghiệm phát triển du lịch tại các địa phương trong và ngoài tỉnh. Đồng thời, tạo mọi điều kiện thuận lợi cho các công ty, doanh nghiệp phát triển hệ thống cơ sở lưu trú gắn với đa dạng hóa các sản phẩm du lịch đặc trưng. Qua đó tạo động lực đẩy nhanh sự phát triển của ngành Du lịch, góp phần tạo việc làm, nâng cao thu nhập cho người dân và gìn giữ, phát huy các giá trị văn hóa, lịch sử truyền thống của địa phương.

Tuy nhiên, tiềm năng, thế mạnh về phát triển du lịch của huyện hiện nay vẫn chưa được khai thác triệt để, chưa thực sự thu hút khách du lịch để tạo ra doanh thu cho huyện. Các cơ sở lưu trú, dịch vụ du lịch phân bố rải rác, chưa tạo điều kiện thuận lợi cho du khách. Ngoài các điểm, cụm, khu di tích lịch sử đã được quy hoạch, những tiềm năng về du lịch sinh thái chưa được đầu tư, các sản phẩm, hàng lưu niệm của địa phương chưa phong phú...

### **3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP THỰC HIỆN XÂY DỰNG SẢN PHẨM DU LỊCH ĐẶC TRƯNG ĐỂ PHÁT TRIỂN NGÀNH DU LỊCH Ở HUYỆN SƠN DƯƠNG**

Theo Tổ chức Du lịch Thế giới thuộc Liên Hiệp Quốc (UNWTO), “Sản phẩm du lịch là sự tổng hợp của 3 nhóm yếu tố cấu thành: hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch; tài nguyên - môi trường du lịch; và dịch vụ, quản lý và hình ảnh du lịch”. Sản phẩm du lịch đặc trưng là sản phẩm du lịch hội đủ 3 nhóm yếu tố cấu thành trên nhưng phải mang tính khác biệt, độc đáo và đặc sắc so với sản phẩm du lịch thông thường nhằm thu hút du khách, mở rộng thị trường du lịch, khai thác tốt các tài nguyên du lịch, các tiềm năng, lợi thế của địa phương để phát triển du lịch một cách bền vững. Tính khác biệt của sản phẩm du lịch đặc trưng được quy định bởi đặc điểm tự nhiên hoặc văn hóa bản địa của địa phương nơi sản phẩm du lịch được phát triển, còn tính độc đáo và đặc sắc chính là cách thức xây dựng và khả năng khai thác sản phẩm du lịch đặc trưng để phục vụ du khách, phát triển du lịch ở địa phương.

Một số giải pháp sau nhằm xây dựng các sản phẩm du lịch đặc trưng và khai thác các sản phẩm này để phục vụ phát triển du lịch ở huyện Sơn Dương một cách hiệu quả và bền vững.

#### **3.1. Lựa chọn du lịch sinh thái để xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng của huyện Sơn Dương**

Sơn Dương là nơi hội tụ nhiều tiềm năng lớn về phát triển du lịch sinh thái. Với hệ thực vật phong phú, nguồn nước dồi dào tạo nên những cảnh quan thiên nhiên độc đáo như thác Đát xã Hợp Hòa, thác Đồng Bừa xã Đông Lợi, thác Đồng Đài xã Đông Thọ... Các nhà khảo cổ cũng đã phát hiện ở Sơn Dương nhiều dấu tích cổ xưa như Di tích bãi đá cổ tại thôn Cao Đá, xã Sơn Nam, thôn Hữu Vu, xã Đại Phú, di chỉ cư trú của con người thời Hùng Vương tại thôn Phố Giò, xã Thiện Kế... Đây là nguồn tài nguyên rất hấp dẫn để phát triển du lịch sinh thái, du lịch khám phá. Nhiều cảnh quan thiên nhiên của Sơn Dương đã trở thành những điểm tham quan, du lịch danh tiếng thu hút du khách trong khu vực, du khách cả nước và quốc tế. Nhiều thắng cảnh thác nước, sông hồ, núi rừng... còn hoang sơ là những địa điểm thích hợp để phát triển loại hình du lịch khám phá, du lịch mạo hiểm. Từ hai nguồn tài nguyên đặc hữu này, du lịch Sơn Dương nên tập trung xây dựng các sản phẩm du lịch đặc trưng, lấy du lịch sinh thái làm căn bản, kết hợp với các loại hình du lịch khác như du lịch ký ức (đi thăm các di tích lịch sử văn hóa, di tích chiến trường xưa...), du lịch khám phá - mạo hiểm (trekking, chinh phục những cảnh quan thiên nhiên hùng vĩ...), du lịch công vụ, du lịch nghỉ dưỡng... để phát triển du lịch.

### **3.2. Kết hợp khai thác các điểm đến sẵn có với việc tạo lập các làng du lịch, các làng nghề kết hợp phục vụ du lịch để tạo nên những điểm đến mới trong các tuyến, điểm tham quan du lịch ở Sơn Dương**

Để phát triển các sản phẩm du lịch đặc trưng thì hệ thống các tuyến, điểm du lịch hiện có chưa thể đáp ứng trên nhiều phương diện: số lượng điểm đến, sức thu hút của điểm đến, cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch tại điểm đến... Vì vậy, để tạo sự phong phú, hấp dẫn cho các sản phẩm du lịch, cần phải tạo lập thêm các điểm đến mới trong hệ thống tuyến, điểm du lịch hiện có ở Sơn Dương. Hai loại hình điểm đến cần quan tâm tạo lập là các làng du lịch của cư dân bản địa và các làng nghề kết hợp du lịch.

Làng du lịch cư dân bản địa là mô hình làng du lịch văn hóa hoặc làng du lịch sinh thái, mô hình làng du lịch cư dân bản địa thường được thực hiện theo hai xu hướng: dùng nguyên bản nơi cư trú truyền thống của tộc người thiểu số để làm làng du lịch hoặc tái tạo lại không gian cư trú truyền thống của các tộc người bản địa ngay tại quê hương của họ hay tại một địa điểm mới như một dạng phim trường để phục vụ du lịch vì những biến đổi trong đời sống kinh tế - xã hội đương đại đã khiến cho các ngôi làng này đánh mất dần tính nguyên gốc của một làng truyền thống. Ở Sơn Dương chỉ có thể thực hiện việc xây dựng mô hình làng du lịch tộc người theo cách thứ hai, bởi phần lớn các làng truyền thống của người thiểu số ở nơi đây đã bị phá vỡ hoặc biến mất do sự phát triển kinh tế - xã hội ở địa phương trong nhiều năm qua. Nếu lựa chọn mô hình tái tạo làng du lịch cư dân bản địa để phục vụ du lịch ở Sơn Dương thì nên lựa chọn những địa điểm có cảnh quan đẹp, thuận tiện giao thông (cạnh các trục giao thông chính), có cơ sở hạ tầng tốt (đường sá, cầu cống, hệ thống cấp thoát nước, dịch vụ thông tin - truyền thông...), nằm trong các tuyến, điểm du lịch danh tiếng, đã được du khách biết đến nhiều, có tần suất khai thác cao... để xây dựng các làng du lịch cư dân bản địa. Không nên đầu tư xây dựng các làng du lịch cư dân bản địa ở những nơi xa xôi, hẻo lánh, khó khăn cho việc đi lại, tham quan, lưu trú của du khách, thiếu an toàn hoặc thiếu thốn các tiện nghi thiết yếu để phục vụ du khách.

Làng nghề kết hợp du lịch là mô hình được nhiều nước trên thế giới và nhiều tỉnh trong nước thực hiện để thu hút du khách. Huyện Sơn Dương có thể kêu gọi các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực tiểu thủ công nghiệp, kết hợp với các doanh nghiệp du lịch lữ hành trong khu vực đầu tư các mô hình làng nghề kết hợp du lịch, đặt tại các tuyến, điểm tham quan trọng yếu để thu hút du khách đến tham quan, mua sắm, tìm hiểu các nghề thủ công truyền thống của Sơn Dương. Huyện Sơn Dương hiện có 6 làng nghề chè tại 6 xã vùng chè trọng điểm là: Tân Trào, Minh Thanh, Tú Thịnh, Hợp Thành, Phúc Ứng, huyện Sơn Dương cần tập trung thực hiện chính sách hỗ trợ người dân liên kết thành lập làng nghề, mở rộng diện tích chè, chuyển đổi cơ cấu giống và áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất nhằm nâng cao năng suất, chất lượng và giá trị sản phẩm chè. Đây là nơi rất thuận tiện để tạo lập khu làng nghề trồng chè kết hợp du lịch để thu hút du khách đến tham quan, đồng thời sản xuất các sản phẩm chè và những vật dụng, những mặt hàng liên quan đến ngành chè và thú uống chè để cung ứng sản phẩm cho du khách như mô hình các trang trại chè ở Sri Lanka hay ở Hàn Quốc. Các điểm đến mới này sẽ góp phần làm phong phú hệ thống tuyến, điểm du lịch ở Gia Lai, giúp du khách có nhiều cơ hội để chọn lựa các chương trình tham quan mới lạ, mang đặc trưng riêng của địa phương, ngành Du lịch tỉnh cũng có thêm những sản phẩm du lịch mới, phong phú, mang bản sắc riêng, góp phần kéo dài thời gian lưu trú của du khách và phát triển du lịch một cách bền vững.

### 3.3. Kết hợp khai thác cả di sản vật thể, di sản phi vật thể và các lợi thế về cảnh quan, đặc sản địa phương để đa dạng hóa hoạt động và dịch vụ du lịch trong những sản phẩm du lịch đặc trưng của địa phương

Sơn Dương hội đủ cả ba loại hình di sản để phát triển du lịch. Đó là: di sản văn hóa vật thể (hệ thống di tích lịch sử văn hóa, các bảo tàng, các di tích là chiến trường xưa hay làng kháng chiến...); di sản văn hóa phi vật thể (lễ nghi, tập tục văn hóa, nghề thủ công truyền thống, các đặc sản ẩm thực mang đậm hương vị núi rừng...); di sản cảnh quan (các thắng cảnh, thác nước, rừng nguyên sinh, khu bảo tồn đa dạng sinh học...). Tuy nhiên, các loại hình di sản này hiện đang ở dạng tiềm năng là chính, hoặc mới được khai thác bước đầu, chưa đạt hiệu quả kinh tế, hiệu quả văn hóa cao. Trong khi đó, một số di sản đang có nguy cơ mất mát hoặc sai lệch do việc khai thác du lịch không bền vững (chẳng hạn các thắng cảnh tự nhiên bị xâm hại khi phát triển du lịch không bài bản), bị làm cho biến tướng hoặc bị lãng quên (chẳng hạn các lễ hội đâm trâu/ăn trâu ít có cơ hội tổ chức do hiểu sai về ý nghĩa của lễ hội này, do thiếu kinh phí, do du khách cho đây là nghi lễ man rợ...; hoặc các di sản ẩm thực của đồng bào thiểu số thường bị lãng quên trong hoạt động du lịch do những người kinh doanh du lịch chưa tìm hiểu thấu đáo về văn hóa ẩm thực của đồng bào nên không dám đưa vào du lịch, hoặc lo ngại về sự mất an toàn vệ sinh thực phẩm, ảnh hưởng đến du khách...). Vì những lý do này, ngành Du lịch huyện Sơn Dương phải kết hợp với các nhà nghiên cứu văn hóa tiến hành nghiên cứu thấu đáo các di sản văn hóa đặc trưng của Sơn Dương, nhất là các di sản văn hóa phi vật thể, giúp ngành Du lịch lựa chọn những di sản văn hóa tiêu biểu, những giá trị văn hóa độc đáo... để đưa vào kinh doanh du lịch, góp phần làm phong phú sản phẩm du lịch của địa phương và tạo sự hấp dẫn đối với du khách. Trong xu thế hiện nay, du khách thường kết hợp nhiều loại hình du lịch trong một chuyến tham quan du lịch của họ. Sẽ không có một đối tượng du khách nào thuần túy lựa chọn du lịch văn hóa, du lịch sinh thái hay du lịch nghỉ dưỡng trong một kỳ nghỉ của mình. Vì thế, đa dạng hóa loại hình du lịch trong một sản phẩm du lịch là cần thiết. Mặt khác, du lịch hiện đại không đơn thuần chỉ đi tham quan, ngắm cảnh, mà còn có các hoạt động bổ sung như mua sắm, thưởng thức đặc sản địa phương, trải nghiệm những điều mới lạ tại điểm đến. Họ mong muốn được chứng kiến các lễ hội, tham gia nhảy múa, hát hò, trải nghiệm cảm giác “3 cùng” (cùng ở, cùng ăn, cùng lao động) với người dân bản địa. Vì thế, nếu chỉ đơn thuần tạo thêm điểm đến cho du khách mà không làm mới nội dung hoạt động tại các điểm đến, không bổ sung các loại hình dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách thì sẽ rất khó hấp dẫn du khách, khó kéo dài thời gian lưu trú của họ và đặc biệt là khó lôi kéo du khách trở lại thêm những lần sau. Chính vì thế, việc kết hợp khai thác hai loại hình di sản văn hóa (vật thể và phi vật thể), di sản cảnh quan và gia tăng số lượng, loại hình dịch vụ trong cùng một sản phẩm du lịch là yếu tố then chốt để làm nên các sản phẩm đặc trưng của du lịch Gia lai trong thời kỳ mới nhằm thu hút du khách, phát triển du lịch.

Sản phẩm du lịch đặc trưng sẽ là kim chỉ nam cho các hoạt động thu hút, xúc tiến đầu tư, quảng bá, tạo ra thương hiệu riêng của Sơn Dương. Phát triển các sản phẩm du lịch đặc trưng sẽ đưa du lịch Sơn Dương có cơ hội phát triển mạnh hơn, theo chiều hướng bền vững trong tương lai, đóng góp xứng đáng vào nền kinh tế - xã hội của toàn tỉnh.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Kế hoạch phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang giai đoạn 2016-2020.
2. Báo cáo phát triển kinh tế - xã hội từ năm 2016-2018 tỉnh Tuyên Quang.
3. <http://dulichtuyenquang.gov.vn/>

## **BUILDING FEATURED TOURISM PRODUCTS TO DEVELOP TOURISM IN SON DUONG DISTRICT, TUYEN QUANG PROVINCE**

**Nguyen Thi Thanh Mai, Pham Thi Thuy Hong**

*Thai Nguyen College of economics and finance*

### **Abstract**

Son Duong district, Tuyen Quang province has long been known as a land with rich tourism resources to develop tourism, both natural resources and human resources. In recent years, this resource has been exploited by Son Duong tourism industry to develop tourism; however, its efficiency has not been matched. One of the reasons is that tourism in Son Duong district does not really have specific products to attract tourists. Therefore, the construction of specific tourism products will create the difference of tourism products in the region compared to other regions in the region, contributing to creating a rich variety of products. The paper analyzes the current situation of tourism development in Son Duong district, on that basis, proposes appropriate solutions to implement the development of typical tourism products to develop the tourism industry of the region.

### **Keywords**

Featured tourism products, tourism industry, Son Duong, Tuyen Quang.

## PHÁT TRIỂN DU LỊCH VĂN HÓA TẠI TỈNH TUYÊN QUANG

Nguyễn Thị Thanh Mai, Đỗ Thị Phương, Vũ Thị Thảo

*Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội*

### Tóm tắt

Tuyên Quang là tỉnh miền núi nằm ở vùng Đông Bắc nước ta, với hơn 653 di tích lịch sử, văn hóa trên địa bàn, tỉnh Tuyên Quang được ví như một bảo tàng cách mạng của cả nước. Trong những năm gần đây số lượng khách du lịch đến Tuyên Quang không ngừng tăng qua các năm. Tuy nhiên, du lịch văn hóa Tuyên Quang chưa phát huy được hết thế mạnh, tiềm năng nên chưa thật sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh. Qua nghiên cứu thực trạng tài nguyên du lịch văn hóa, sản phẩm du lịch văn hóa và hoạt động du lịch văn hóa trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang, tác giả đưa ra những giải pháp để phát triển du lịch văn hóa tại tỉnh Tuyên Quang.

### Từ khóa

Du lịch, du lịch văn hóa, phát triển du lịch.

Tuyên Quang là tỉnh miền núi nằm ở vùng Đông Bắc nước ta, cách Hà Nội khoảng 165km về phía Bắc. Diện tích tự nhiên là 5.870km<sup>2</sup>, dân số trên 732.256 ngàn người với 22 dân tộc cùng chung sống.

Tuyên Quang là tỉnh hội tụ đủ các thế mạnh để phát triển các loại hình du lịch: lịch sử, tâm linh, sinh thái, văn hóa. Với hơn 653 di tích lịch sử, văn hóa trên địa bàn, tỉnh Tuyên Quang được ví như một bảo tàng cách mạng của cả nước. Bên cạnh đó, tỉnh còn là nơi khởi phát, hội tụ, giao thoa của văn hóa các dân tộc thiểu số vùng núi phía Bắc với nhiều lễ hội đặc sắc, những truyền thuyết, những làn điệu dân ca thắm đượm tình người, là nơi được thiên nhiên ban tặng nhiều cảnh đẹp nên thơ. Con người nơi đây từ lâu đã có tiếng không chỉ ở vẻ đẹp bên ngoài mà còn ẩn chứa vẻ đẹp tâm hồn nhân hậu, đằm thắm và hiếu khách. Tuyên Quang hứa hẹn là một điểm đến hấp dẫn với khách du lịch không chỉ về tài nguyên thiên nhiên mà còn đặc biệt ở lịch sử, văn hóa.

Sức hấp dẫn của du lịch văn hóa ở Tuyên Quang ẩn chứa nhiều điều kỳ thú qua từng dòng sông, ngọn núi, văn hóa ẩm thực, các tôn giáo, tín ngưỡng bản địa và lễ hội của các dân tộc cộng cư trên vùng đất lịch sử. Sự sôi nổi này được thể hiện qua tổng số lượng khách du lịch đến Tuyên Quang hằng năm đều tăng mạnh. Bên cạnh việc góp phần phát triển kinh tế xã hội của tỉnh, du lịch văn hóa ở Tuyên Quang còn có vai trò rất lớn trong việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa bản địa, và tiếp thu các giá trị văn hóa trong khu vực, hay trong quốc gia, để làm phong phú thêm đời sống văn hóa địa phương.

Tuy nhiên, hiện nay du lịch văn hóa Tuyên Quang chưa phát huy được hết thế mạnh, tiềm năng nên chưa thật sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh, vì vậy cần có những nghiên cứu chuyên sâu để có thể góp phần phát triển nó.

### 1. QUAN NIỆM VỀ DU LỊCH VĂN HÓA

Cần có sự phân biệt rõ giữa cụm từ “Du lịch văn hóa” và “Văn hóa du lịch”. Khi nói đến văn hóa du lịch là nói đến văn hóa của con người trong hoạt động khai thác, sử dụng và hưởng thụ sản phẩm du lịch. Nói đến ý thức văn hóa và cách ứng xử của con người thể hiện trong mọi

hoạt động du lịch. Thuật ngữ “Du lịch văn hóa” ở đây muốn đề cập đến một loại hình du lịch mà lấy những giá trị vật thể và phi vật thể của các di sản và truyền thống văn hóa của dân tộc làm nòng cốt trong chương trình du lịch.

Hiện nay trên thế giới và trong nước có rất nhiều khái niệm về du lịch văn hóa:

“Du lịch văn hóa là loại hình du lịch mà mục tiêu là khám phá những di tích và di chỉ. Nó mang lại những ảnh hưởng tích cực bằng việc đóng góp vào việc duy tu, bảo tồn. Loại hình này trên thực tế đã minh chứng cho những nỗ lực bảo tồn và tôn tạo, đáp ứng nhu cầu của cộng đồng vì những lợi ích văn hóa - kinh tế - xã hội” (ICOMOS).

Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO) cũng đưa ra một khái niệm khác về du lịch văn hóa “Du lịch văn hóa bao gồm hoạt động của những người với động cơ chủ yếu là nghiên cứu, khám phá về văn hóa như các chương trình nghiên cứu, tìm hiểu về nghệ thuật biểu diễn, về các lễ hội và các sự kiện về văn hóa khác nhau, thăm các di tích đền đài, du lịch nghiên cứu thiên nhiên, văn hóa hoặc nghệ thuật dân gian và hành hương”.

Theo Luật Du lịch Việt Nam thì “Du lịch văn hóa là hình thức du lịch dựa vào bản sắc văn hóa dân tộc với sự tham gia của cộng đồng nhằm bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống”.

Như vậy, du lịch văn hóa là lĩnh vực du lịch khai thác các tài nguyên du lịch văn hóa, các dịch vụ thích hợp nhằm tạo ra các sản phẩm du lịch phục vụ nhu cầu của du khách. Du lịch văn hóa lấy văn hóa làm tài nguyên du lịch. Du lịch văn hóa có tính lựa chọn khách, nó vừa mang tính giáo dục nhận thức, vừa giúp bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa và là cầu nối cho việc giao lưu văn hóa giữa các vùng miền.

## 2. QUAN NIỆM VỀ TÀI NGUYÊN DU LỊCH VĂN HÓA

Luật Du lịch Việt Nam chia tài nguyên ra thành hai dạng chính là tài nguyên du lịch tự nhiên bao gồm các yếu tố địa chất như: rừng, biển, sông, hồ, hang động... và dạng tài nguyên du lịch văn hóa đang được khai thác và chưa được khai thác.

Tài nguyên du lịch văn hóa được tạo ra từ bàn tay và khối óc của con người trong quá trình sống, lao động và sáng tạo như các di tích lịch sử văn hóa, các món ăn hay hàng thủ công mỹ nghệ... Hiểu theo cách này thì các thành tố văn hóa được xếp vào dạng tài nguyên du lịch văn hóa như truyền thống văn hóa, các yếu tố văn hóa, văn nghệ dân gian... và đây cũng là nguồn tài nguyên hết sức độc đáo trong du lịch. Tuy nhiên, tài nguyên văn hóa được chia ra 2 loại cơ bản là tài nguyên văn hóa vật thể thì tồn tại dưới dạng hữu hình mà con người có thể thấy và chạm vào được như các công trình kiến trúc, hàng thủ công, các công cụ...; còn tài nguyên văn hóa phi vật thể thì tồn tại ở dạng vô hình, không hiện hữu trong không gian, con người chỉ có thể cảm nhận thông qua các giác quan như lễ hội, các loại hình nghệ thuật, cách giao tiếp, ứng xử...

*Bảng 1: Tài nguyên văn hóa vật thể và phi vật thể*

Tài nguyên văn hóa vật thể	Tài nguyên văn hóa phi vật thể
Kiến trúc	Tôn giáo, tín ngưỡng
Điêu khắc	Phong tục, tập quán
Hội họa	Lễ hội
Trang phục	Ngôn ngữ



Tài nguyên văn hóa vật thể	Tài nguyên văn hóa phi vật thể
Trang sức Ẩm thực Công cụ lao động, sản xuất Vũ khí chiến đấu Phương tiện sinh hoạt	Văn học nghệ thuật Âm nhạc Vũ đạo Võ thuật Nghề thủ công truyền thống Các di sản truyền khẩu dân gian Nghệ thuật diễn xướng

(Nguồn: Nguyễn Phạm Hùng (2013), *Nghiên cứu phát triển du lịch văn hóa vùng đồng bằng sông Hồng. Những vấn đề lý luận. Đề tài khoa học trọng điểm nhóm A, Đại học Quốc gia Hà Nội*)

Không phải tất cả tài nguyên văn hóa đều là tài nguyên du lịch văn hóa. Nó phải đáp ứng đủ các điều kiện khách quan và chủ quan. Tài nguyên du lịch văn hóa là toàn bộ tài nguyên văn hóa có khả năng kết hợp với các loại dịch vụ du lịch tương ứng để tạo thành sản phẩm du lịch.

Các giá trị di sản vật thể hay phi vật thể chỉ được phát huy khi nó thực sự đóng vai trò nhất định tác động đến tâm lý, tình cảm và tri thức của con người. Như vậy, chỉ những giá trị văn hóa nào được phép khai thác đưa vào trong hoạt động du lịch và có tính hấp dẫn du khách thì mới trở thành tài nguyên du lịch văn hóa. Du lịch văn hóa khai thác các giá trị di sản và giá trị truyền thống của dân tộc làm nguồn tài nguyên cho mình và nguồn tài nguyên này là cốt lõi của chương trình du lịch văn hóa.

### 3. QUAN NIỆM VỀ SẢN PHẨM DU LỊCH VĂN HÓA

Trong quá trình sống con người đã tạo ra văn hóa và sự sáng tạo của con người là biết vận dụng các giá trị văn hóa để tạo các sản phẩm du lịch văn hóa nhằm thỏa mãn những yêu cầu và khát vọng tìm hiểu của con người. Sản phẩm du lịch văn hóa là tập hợp các dịch vụ cần thiết để thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch văn hóa trong chuyến đi du lịch.

Các sản phẩm du lịch văn hóa bao gồm: du lịch phong tục tập quán, du lịch lễ hội, du lịch tìm hiểu các di tích văn hóa - lịch sử, du lịch làng nghề, du lịch nông nghiệp, du lịch ẩm thực... Sản phẩm văn hóa tham gia vào quá trình kinh doanh du lịch trở thành sản phẩm du lịch văn hóa. Sản phẩm du lịch văn hóa do con người tạo ra và nó luôn chịu sự chi phối của con người. Sự sáng tạo và vận dụng của con người có khả năng làm các giá trị văn hóa mất đi bản sắc của nó. Tuy nhiên, chính con người đã đưa các giá trị văn hóa đến gần hơn nữa với nhân loại và tôn vinh giá trị của nó thông qua con đường du lịch.

Bảng 2: So sánh sản phẩm du lịch và sản phẩm văn hóa

Sản phẩm văn hóa	Sản phẩm du lịch
- Bền vững, tính bất biến cao.	- Thích ứng, tính khả biến cao.
- Mang nặng dấu ấn của cộng đồng cư dân bản địa.	- Mang nặng dấu ấn của các cá nhân, các nhà tổ chức, khai thác.
- Dùng cho tất cả các đối tượng khác nhau, phục vụ mọi người.	- Chỉ dùng cho khách du lịch, phục vụ những đối tượng sử dụng dịch vụ du lịch.
- Sản xuất ra không phải để bán, chủ yếu phục vụ đời sống sinh hoạt văn hóa - tinh thần của cư dân bản địa.	- Sản xuất ra phải được bán ra thị trường, bán cho du khách, phục vụ nhu cầu của các đối tượng du khách là cư dân của các vùng miền khác nhau.
- Chú trọng giá trị tinh thần, giá trị không đo được hết bằng giá cả.	- Giá trị văn hóa đi kèm giá trị kinh tế - xã hội. Giá trị được đo bằng giá cả.

Sản phẩm văn hóa	Sản phẩm du lịch
- Quy mô hạn chế, thời gian và không gian xác định.	- Quy mô không hạn chế, thời gian và không gian không xác định.
- Sản phẩm mang nặng định tính, khó xác định định lượng. Giá trị của sản phẩm mang tính vô hình thể hiện qua ấn tượng, cảm nhận,...	- Định tính, định lượng được thể hiện qua thời gian hoạt động. Giá trị của sản phẩm là hữu hình, biểu hiện thông qua những chỉ số kinh tế thu được.

(Nguồn: Dương Văn Sáu, *Phát triển sản phẩm du lịch ở Việt Nam*, Tạp chí Du lịch Việt Nam, số 3/2010)

Tuy nhiên, nếu xem sản phẩm du lịch chỉ là dịch vụ thì mới chỉ chú ý đến sự tham gia của yếu tố chủ thể là con người, người phục vụ nhu cầu của du khách, hay các hình thức phục vụ nhu cầu của du khách. Sản phẩm du lịch bắt buộc phải cần tới đối tượng khách thể, nằm ngoài người phục vụ, hay hình thức dịch vụ, chi phối nhu cầu của du khách, để có khả năng và hình thức phục vụ thích hợp, đó là tài nguyên du lịch. Tài nguyên du lịch nào thì dịch vụ du lịch ấy, sản phẩm du lịch ấy. Không có tài nguyên du lịch thì không có sản phẩm du lịch. Vì vậy, sản phẩm du lịch phải là sự kết hợp giữa toàn bộ các loại tài nguyên du lịch và toàn bộ các loại dịch vụ du lịch thích hợp nhằm phục vụ nhu cầu thưởng thức, khám phá, trải nghiệm về những điều khác biệt, mới lạ của du khách. Sản phẩm du lịch văn hóa phải là sự kết hợp giữa tài nguyên du lịch văn hóa và các dịch vụ du lịch văn hóa thích hợp phục vụ nhu cầu thưởng thức, khám phá, trải nghiệm của du khách về những điều khác biệt, mới lạ của các nền văn hóa khác nhau.

#### 4. THỰC TRẠNG TÀI NGUYÊN DU LỊCH VĂN HÓA CỦA TUYÊN QUANG

Toàn tỉnh hiện có hơn 653 di tích lịch sử, văn hóa, trong đó có 3 di tích cấp quốc gia đặc biệt, 138 di tích lịch sử cấp quốc gia; 425 di sản văn hóa phi vật thể, trong đó có 10 di sản văn hóa phi vật thể cấp quốc gia.

Nổi bật nhất là khu di tích Quốc gia đặc biệt Tân Trào với quy mô hơn 3100ha, có tổng số 177 di tích, trong đó 40 di tích đã được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cấp bằng công nhận Di tích lịch sử Quốc gia; 30 di tích được cấp bằng di tích lịch sử cấp tỉnh...

Ngoài ra, còn nhiều điểm du lịch lịch sử đang thu hút nhiều du khách đến tham quan, tìm hiểu: Di tích di tích Nha Công an Trung ương (Sơn Dương); Di tích quốc gia đặc biệt địa điểm tổ chức Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ 2 của Đảng (Chiêm Hóa); Khu di tích cách mạng Lào tại Đá Bàn (Yên Sơn); Di tích Bình Ca (Vĩnh Lợi, Sơn Dương); Khu di tích Chiến thắng Khe Lau (Yên Sơn)...

Theo thống kê, trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang hiện có hơn 70 đền, chùa không chỉ nổi tiếng linh thiêng, mà còn có bề dày lịch sử, kiến trúc độc đáo cổ xưa, với phong cảnh hữu tình, nguyên sơ, huyền bí như đền Lâm Sơn, đền Cảnh Xanh, đền Mỏ than, chùa An Vinh, chùa Hang, đền Pác Tạ, đền Thác Cái, chùa Phúc Lâm, đền Bách Thần, đền thờ Bác Hồ... Cùng với hệ thống đền, chùa là các lễ hội truyền thống độc đáo, hấp dẫn như Lễ hội đền Hạ, đền Thượng, đền Ý La... Đặc biệt, Lễ hội thành Tuyên được tổ chức thường niên vào dịp Trung thu hằng năm đã trở thành một sản phẩm du lịch nổi tiếng của Tuyên Quang. Lễ hội thành Tuyên - Lễ hội được Kỷ lục Guinness Việt Nam xác nhận có mâm cỗ Trung thu lớn nhất và Lễ hội có nhiều mô hình đèn Trung thu độc đáo, hấp dẫn, lớn nhất Việt Nam, được đông đảo du khách trong và ngoài nước yêu thích. Mục tiêu trong những năm tới của tỉnh Tuyên Quang là xây dựng Lễ hội thành Tuyên trở thành sản phẩm du lịch mang tầm thương hiệu quốc gia và quốc tế.

## 5. THỰC TRẠNG SẢN PHẨM DU LỊCH VĂN HÓA TẠI TỈNH TUYÊN QUANG

Du lịch văn hóa là điểm nổi trội của hoạt động du lịch ở Tuyên Quang bởi sự đa dạng của nguồn tài nguyên văn hóa vật thể và phi vật thể đã, đang khai thác và nguồn tài nguyên tiềm năng chưa được khai thác. Dựa trên nguồn tài nguyên du lịch văn hóa của tỉnh, ngành Du lịch Tuyên Quang xây dựng một số sản phẩm du lịch văn hóa tiêu biểu như:

### - Sản phẩm du lịch tham quan các di tích văn hóa lịch sử

Tuyên Quang có cả một quần thể hệ thống di tích lịch sử. Đó chính là những chứng tích ghi dấu lại trận đấu hào hùng của quân và dân ta.

#### + Khu di tích quốc gia Tân Trào

Tân Trào là xã nằm ở Đông Bắc huyện Sơn Dương, gắn liền với tên tuổi sự nghiệp vị lãnh tụ vĩ đại của Cách mạng Việt Nam, danh nhân văn hóa thế giới, Hồ Chí Minh. Tổng diện tích tự nhiên của toàn khu là 561,1km<sup>2</sup>, với 18 di tích và cụm di tích tiêu biểu, đã được xếp hạng di tích quốc gia: Cụm di tích Nà Lừa gồm: lán Nà Lừa - nơi Chủ tịch Hồ Chí Minh ở và làm việc từ cuối tháng 5 đến ngày 22/8/1945, nằm ở sườn Tây núi Nà Lừa; lán Cảnh vệ, cách lán Nà Lừa khoảng 20m về hướng Tây, là nơi ở của các đồng chí cảnh vệ, để đảm bảo an toàn cho Bác; lán Điện Đài - nơi thông tin liên lạc giữa Mặt trận Việt Minh và quân Đồng Minh (tại Côn Minh - Trung Quốc); lán Đồng Minh - nơi ghi dấu sự hợp tác giữa Mặt trận Việt Minh và Phái đoàn Đồng Minh; lán họp Hội nghị Cán bộ Toàn quốc của Đảng, cách lán Nà Lừa 20m về hướng Bắc, được dựng lên để phục vụ Hội nghị Toàn quốc của Đảng, diễn ra trong 03 ngày (từ ngày 13 đến ngày 15/8/1945).

Ngoài ra, trong khu vực di tích hiện nay còn là nơi diễn ra nhiều sinh hoạt văn hóa đặc sắc của đồng bào các dân tộc, nơi lưu giữ nhiều hiện vật liên quan đến quá trình hoạt động cách mạng của Chủ tịch Hồ Chí Minh và các cơ quan Trung ương trong thời kỳ tiền khởi nghĩa và thời kỳ kháng chiến chống thực dân Pháp...

#### + Khu di tích Làng Ngòi và Đá Bàn

Hai thôn Làng Ngòi và Đá Bàn tại xã Mỹ Bằng, huyện Yên Sơn đã trở thành địa danh lịch sử được biết đến bởi mối tình đoàn kết gắn bó, cùng sẻ chia của 2 nước Việt - Lào. Nơi đây, trong thời gian hơn 1 năm, là nơi ở, làm việc và lãnh đạo sự nghiệp cách mạng Lào của Hoàng thân Xu-pha-nu-vông, đồng chí Cay-xôn-phôn-vi-hản và nhiều đồng chí lãnh đạo cấp cao của Lào. Giờ đây, tại Tuyên Quang, hai thôn Làng Ngòi và Đá Bàn, xã Mỹ Bằng, huyện Yên Sơn đã trở thành địa chỉ đỏ ghi dấu và giáo dục các thế hệ trẻ về mối đoàn kết hai Đảng, hai Nhà nước, hai dân tộc Việt - Lào, cùng vun đắp và xây dựng tình hữu nghị bền vững.

#### + Khu di tích lịch sử Công an nhân dân

Khu di tích lịch sử Công an nhân dân thuộc thôn Đồng Đơn, xã Minh Thanh, huyện Sơn Dương được tôn tạo, khôi phục và khánh thành vào ngày 19/8/2000. Nơi đây là địa điểm nơi đặt trụ sở của Nha Công an Trung ương (cơ quan tiền thân của Bộ Công an ngày nay) từ tháng 4/1947 đến tháng 9/1950. Đây cũng là nơi bảo tồn, lưu giữ, giới thiệu những dấu tích và kỷ vật lưu niệm của lực lượng công an nhân dân. Khu di tích có ý nghĩa sâu sắc đối với các thế hệ cán bộ, chiến sỹ trong lực lượng công an và toàn thể nhân dân trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ tổ quốc. Được biết, nơi đây lưu giữ trên 2000 hiện vật, là một kho tư liệu vô giá của lực lượng Công an nhân dân qua các thời kỳ. Hằng năm, khu di tích đón hàng chục nghìn lượt khách tới tham quan.

### - Sản phẩm du lịch văn hóa phi vật thể

Tính đến nay, tỉnh Tuyên Quang có 8 di sản văn hóa phi vật thể được đưa vào danh mục Di sản văn hóa phi vật thể Quốc gia. Mỗi di sản đều có những nét đặc trưng riêng.

#### *Tín ngưỡng thờ Mẫu*

Tín ngưỡng thờ Mẫu ở Tuyên Quang có từ rất sớm được hình thành vào khoảng đầu thế kỷ XVII phát triển mạnh vào thế kỷ XVIII, nơi đây còn được cho là nơi phát tích của mẫu Đệ Tam (Mẫu Thoải) - Vị thần cai quản vùng sông nước. Hằng năm, lễ hội rước Mẫu diễn ra từ ngày 11 đến ngày 16 tháng Hai (âm lịch). Phần lễ, gồm lễ rước Mẫu từ đền Ý La, đền Thượng về đền Hạ hợp tế nhập cung: Khai mạc, lễ tế Thánh Mẫu và các vị Thần: lễ dâng hương, dâng rượu, lễ hiến sinh; lễ hoàn cung (lễ rước Thánh Mẫu từ đền Hạ hoàn cung tại đền Thượng và đền Ý La). Phần hội, gồm màn múa lân mở đầu, tiếp đó tổ chức đấu vật dân tộc, đánh cờ người, kéo co, chọi gà, hát chầu văn...

Ngoài việc thờ mẫu là chính, tại các đền còn thờ Đức Thánh Trần (Tức Quốc công Tiết chế Hưng Đạo Đại Vương Trần Quốc Tuấn), đây là một danh nhân lịch sử có công lớn trong ba cuộc kháng chiến chống quân Nguyên - Mông xâm lược dưới thời Trần (Thế kỷ XIII), được nhân dân tôn là một trong “Tứ bất tử” (gồm Mẫu Liễu, Chủ Động Tử, Thánh Tản Viên và Đức Thánh Trần). Việc thờ Đức Thánh Trần là sự thể hiện đạo lý “Uống nước nhớ nguồn” của người dân miền sơn cước. Hiện nay chỉ có đền Kiếp Bạc và đền Cảnh Sanh (Thành phố Tuyên Quang) là thờ riêng Trần Hưng Đạo.

Cùng với việc thờ Mẫu ở một số ngôi đền, Tuyên Quang còn có một số ngôi chùa thờ Phật như: An Vinh, Trùng Quang, Linh Thông, Hương Nghiêm, Phổ Linh, Núi Man, Phúc Lâm... Ở Tuyên Quang chùa chiền được xây dựng không nhiều nhưng người đi chùa lại rất đông đảo. Điều đó minh chứng người dân luôn có lòng hướng thiện, đó là một trong những đạo lý quan trọng của Phật giáo.

Bên cạnh nghi lễ thờ mẫu Tuyên Quang còn nổi tiếng với nghi lễ hát Then là “đặc sản” của dân tộc Tày, lễ Cấp sắc, hát Páo của dân tộc Dao, hát Soọng của dân tộc Sán Dìu, hát Sinh ca của cộng đồng người Cao Lan.

### - Sản phẩm du lịch lễ hội

Lễ hội vốn là một thể mạnh của Tuyên Quang và được nhìn nhận như một “bảo tàng sống” về đời sống dân cư văn hóa bản địa. Hiện toàn tỉnh có 43 lễ hội, trong đó có 24 lễ hội dân gian, 2 lễ hội lịch sử cách mạng, 13 lễ hội tôn giáo và 4 lễ hội văn hóa du lịch. Trong số này có nhiều lễ hội văn hóa truyền thống mang bản sắc riêng. Một số lễ hội cấp làng, xã nhưng có sức lan tỏa lớn, thu hút nhiều du khách trong và ngoài nước.

Đến Tuyên Quang du khách không chỉ được chiêm ngưỡng cảnh sắc thiên nhiên tươi đẹp mà còn hiểu thêm những giá trị về văn hóa, truyền thống của một vùng quê cách mạng qua các di tích lịch sử - văn hóa, các công trình kiến trúc nghệ thuật, được thưởng thức các hoạt động văn hóa mang sắc thái riêng như: Lễ hội Lồng tồng, Lễ hội Động Tiên, Lễ hội đua thuyền, Lễ hội chùa Hương Nghiêm, Lễ hội đền Hạ, Lễ Hội đền lồng...

#### *+ Lễ hội Lồng tồng*

Đã trở thành thường niên, Hội bắt cá được tổ chức gắn liền với Lễ hội Lồng tồng của xã Năng Khả (Na Hang) vào ngày mùng 10 Tết âm lịch. Đây là phần hội hết sức độc đáo, thu hút đông đảo người dân và du khách tham gia, tạo không khí vui tươi, phấn khởi trong những ngày

đầu xuân mới. Ban tổ chức Hội bắt cá xã Năng Khả đã thả 300kg cá các loại xuống ao. Trong đó có 3 con cá to nhất trọng lượng từ 5 đến 7kg, mỗi con đều được buộc sợi chỉ đỏ vào mang. Người nào bắt được một trong 3 con cá trên sẽ được Ban tổ chức trao phần thưởng. Theo quy định, người tham gia bắt cá phải bắt bằng tay, không được sử dụng bất cứ dụng cụ hỗ trợ nào.

+ *Lễ hội Nhảy lửa của người Dao Đỏ*

Cùng với các hoạt động mừng Đảng, mừng xuân, mừng đất nước đổi mới. Đến với huyện Na Hang trong những ngày đầu xuân, du khách không chỉ được khám phá vẻ đẹp do thiên nhiên ban tặng, thưởng thức những món ăn ngon mà còn được trải nghiệm và tìm hiểu về những phong tục, tập quán truyền thống của các dân tộc nơi đây, đặc biệt là tục nhảy lửa của người Dao Đỏ ở xã Đà Vị.

+ *Lễ hội Đình Minh Cầm*

Lễ hội diễn ra với các hoạt động: Rước nước từ giếng làng lên đình để tắm tượng, rước sắc phong vua ban từ đền Thượng trên đỉnh núi xuống đình, tế lễ; các màn hát, múa đậm đà bản sắc dân tộc Cao Lan và nhiều trò chơi dân gian như đánh đu, ném còn, kéo co, bóng chuyền hơi... Du khách còn được thưởng thức miễn phí bánh dày, bánh nẳng, ẩm thực đặc trưng của người Cao Lan.

+ *Lễ hội Động Tiên - Chợ quê huyện Hàm Yên*

Lễ hội diễn ra với nhiều hoạt động hấp dẫn như: Lễ tế Đình, dâng hương Động Tiên và rước lễ từ Động Tiên xuống núi theo nghi lễ cổ truyền; triển lãm, giới thiệu, trưng bày, mua bán các sản phẩm của các xã, thị trấn; các hoạt động văn hóa, thể thao, trò chơi dân gian như bóng chuyền hơi, cờ kéo, tung còn, bịt mắt bắt vịt, bịt mắt đập niêu... tạo không khí tươi vui, phấn khởi cho nhân dân và du khách.

- *Các nghề thủ công truyền thống*

Tuyên Quang là nơi sinh sống của rất đông dân tộc với những sắc thái văn hóa độc đáo đa dạng. Những sắc thái văn hóa ấy được thể hiện qua nhiều khía cạnh khác nhau trong đời sống, trong đó có những sản phẩm thủ công mỹ nghệ do bàn tay của bà con các dân tộc chế tác. Đa số các sản phẩm truyền thống trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang đều mang tính đặc trưng riêng của từng dân tộc, như quần, áo, khăn túi thổ cẩm; bàn, ghế mây tre đan. Các sản phẩm truyền thống được làm khá công phu, có chất lượng tốt, mang nhiều ý nghĩa và giá trị đối với cộng đồng một số dân tộc hiện đã được đông đảo bạn bè và khách du lịch trong và ngoài nước biết đến, quan tâm như: nghề dệt sợi Hàm Yên (Tuyên Quang), nghề thêu của người Dao (xã Phúc Sơn, huyện Chiêm Hóa).

Điểm thu hút của du lịch làng nghề ở Tuyên Quang là khách du lịch nhìn tận mắt nhìn người dân làm ra các sản phẩm thủ công đặc sắc.

- *Sản phẩm du lịch ẩm thực*

Tuyên Quang cũng là nơi khởi nguồn của rất nhiều món ăn ngon nổi tiếng của người Tày góp phần tạo nên một nền văn hóa ẩm thực hấp dẫn của đồng bào vùng cao. Khi ở Tuyên Quang, du khách thường muốn thưởng thức món ăn truyền thống dân tộc, dân dã mà lắng đọng bởi những hương vị đậm đà được truyền từ ngàn đời của các dân tộc. Một số các đặc sản nổi tiếng như: Bánh gai Chiêm Hóa, na Yên Sơn, bánh dày nhân vùng đen của người Tày, cam sành Hàm Yên, bánh nếp nhân trứng kiến, mắm cá ruộng của người Tày, bánh đúc chợ Đà Vị, Rau dớn Na Hang, hạt dổi, măng rừng, rượu ngô, chè Bát Tiên...

Đặc trưng nhất là món Xôi ngũ sắc là món đặc trưng của dân tộc Tày Tuyên Quang, thường được làm trong các dịp lễ tết để dâng cúng thần linh. Xôi được nấu bằng gạo nếp cái hoa vàng, rất thơm và có năm màu: trắng, vàng, xanh, đỏ, tím; tượng trưng cho Kim, Mộc, Thủy, Hỏa, Thổ; tượng trưng cho Đất, Nước, Mây, Mưa, Năng thuận hòa. Xôi màu trắng là loại được dùng gạo nếp đồ bình thường, màu đỏ dùng lá cơm đỏ, màu xanh dùng lá gừng, lá giềng, màu vàng dùng củ nghệ, màu tím dùng lá cơm tím. Tất cả những nguyên liệu này đều có sẵn trong vườn nhà của người dân tộc Tày. Người Tày cũng dùng những chõ đồ xôi loại đặc biệt, chõ cao được làm bằng gỗ. Khi đồ xôi, cho gạo vào chõ, vẩy thêm chút rượu trắng rồi đặt vào chảo nước sôi, đến khi nào có mùi thơm tỏa ra là xôi đã chín.

## 6. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG DU LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH TUYÊN QUANG

### \* *Hiện trạng khách du lịch đến Tuyên Quang*

*Số lượng khách du lịch đến Tuyên Quang từ năm 2015-2018*

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2015	Năm 2016	Năm 2017	Năm 2018
Lượt khách	Nghìn lượt khách	1.300	1.440	1.590	1.760
Doanh thu	Tỷ đồng	1.125	1.239	1.362	1.556

(Nguồn: Tổng cục thống kê Tuyên Quang)

Trong những năm gần đây số lượng khách du lịch đến Tuyên Quang không ngừng tăng: nếu như năm 2015 mới chỉ có khoảng 1,3 triệu lượt khách thì sau 4 năm đến năm 2018 số lượng khách đã tăng lên 1,76 triệu lượt với tốc độ tăng trưởng trung bình hằng năm là gần 12%, năm sau tăng cao hơn năm trước. Doanh thu trong giai đoạn từ 2015-2018 cũng tăng từ 1.125 tỷ đồng lên 1.556 tỷ đồng với mức tăng là 12,8%.

### \* *Cơ sở vật chất kỹ thuật của du lịch của Tuyên Quang*

Về cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch của Tuyên Quang cũng không ngừng được đầu tư phát triển cả về số lượng, quy mô, nâng cao chất lượng phục vụ, đủ năng lực đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách du lịch.

*Tình hình cơ sở vật chất phục vụ du lịch tại tỉnh Tuyên Quang từ năm 2015-2018*

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2015	Năm 2016	Năm 2017	Năm 2018
Cơ sở lưu trú du lịch	Cơ sở	225	275	285	288
Số phòng	Phòng	2.200	2.673	2.905	2.946
Số giường	Giường	3.500	4.180	4.134	4.116

(Nguồn: Tổng cục thống kê Tuyên Quang)

Số lượng cơ sở lưu trú tăng chậm nhưng vẫn đảm bảo đủ số lượng buồng phòng phục vụ nhu cầu khách du lịch. Có thể nói, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch của tỉnh Tuyên Quang có chất lượng chưa cao, khả năng đáp ứng nhu cầu cao cấp của khách du lịch kém. Đến năm 2018, trên địa bàn tỉnh mới chỉ có 01 khách sạn đạt tiêu chuẩn 4 sao, 37 khách sạn đạt tiêu chuẩn từ 1 - 2 sao, các cơ sở lưu trú khác đa phần đều nhỏ lẻ, tiện nghi, thiết bị chỉ ở mức trung bình. Số điểm vui chơi và sinh hoạt văn hóa còn ít, chất lượng tiện nghi, thiết bị không cao.

Cuối năm 2018, trên địa bàn tỉnh có trên 200 nhà hàng ẩm thực có quy mô lớn; 7 công ty lữ hành đang hoạt động đưa, đón phục vụ khách du lịch đến Tuyên Quang; dịch vụ vận chuyển khách du lịch đã có sự tham gia của doanh nghiệp, cá nhân trong và ngoài tỉnh.

Năm 2017, Ủy ban nhân dân tỉnh khởi công xây dựng cầu Tình Húc và hai tuyến đường dọc hai bờ sông Lô tại thành phố Tuyên Quang. Cầu có tổng chiều dài là 907,6m có trụ tháp cao 29m hình bó đước có cáp dây văng, lan can hai bên được mở rộng và trang trí biểu tượng cây đa Tân Trào. Toàn bộ cầu được bố trí hệ thống chiếu sáng mỹ thuật bằng đèn led có lập trình điều khiển tự động thay đổi màu. Việc xây dựng cầu Tình Húc tạo thêm không gian thơ mộng cho thành phố Tuyên Quang gắn với quy hoạch phát triển du lịch, tạo điểm nhấn thu hút du khách. Dự án đầu tư xây dựng hai tuyến đường dọc sông Lô đầu nối với cao tốc Nội Bài - Lào Cai, góp phần phục vụ khách du lịch về nguồn giữa Tuyên Quang - Thủ đô kháng chiến và đất tổ Phú Thọ.

Trong thời gian tới, tập đoàn Vingroup xây dựng dự án Khu du lịch nghỉ dưỡng Vinpearl tại xã Phú Lâm và Trung tâm thương mại Vincom Plaza Tuyên Quang, được cấp biển hiệu đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch; Tập đoàn FLC với dự án khu du lịch nghỉ dưỡng, thể thao và giải trí huyện Sơn Dương, được xây dựng với quy mô 1.400ha tại xã Tú Thịnh và Minh Thanh tập trung phát triển khách sạn, resort, sân golf, các trò chơi mạo hiểm khai thác địa hình núi cao; Dự án trung tâm lễ hành và dịch vụ du lịch Tuyên Quang của Công ty TNHH Thành Tín; Công ty TNHH Nga Viên tại Khu du lịch sinh thái Na Hang; Công ty TNHH Sông Gâm tại Khu du lịch sinh thái Bản Ba,...

#### \* *Số lượng lao động trong ngành Du lịch*

Hiện nay, toàn tỉnh có khoảng 13.000 lao động tham gia trong các hoạt động, dịch vụ du lịch. Trong đó, lượng lao động trực tiếp có trên 3.000 người. Với việc triển khai đề án “Phát triển nguồn nhân lực du lịch”, hằng năm tỉnh đã phối hợp với Tổng cục Du lịch, trường Cao đẳng Du lịch Hà Nội tổ chức các lớp bồi dưỡng về nghiệp vụ cho các lao động tại nơi đây. Điển hình như bồi dưỡng nghiệp vụ hướng dẫn viên du lịch, buồng bàn bar, lễ tân, du lịch cộng đồng, quản lý khách sạn, nhà hàng. Trung bình mỗi năm, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã mở từ 3 đến 5 lớp tập huấn bồi dưỡng nghiệp vụ với sự tham gia của trên 300 lượt học viên là lao động trực tiếp trong ngành Du lịch.

Số lượng lao động du lịch còn thiếu, nhất là đội ngũ nhân lực qua đào tạo. Lao động du lịch của tỉnh nhiều nơi còn thiếu chuyên nghiệp, yếu về kỹ năng giao tiếp, tinh thần, thái độ phục vụ. Lao động có trình độ ngoại ngữ để giao tiếp với khách du lịch nước ngoài còn ít.

## **7. MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH VĂN HÓA TẠI TỈNH TUYẾN QUANG**

Để từng bước đưa ngành Du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, trong đó du lịch văn hóa đóng vai trò quan trọng, Tuyên Quang cần phải có quy hoạch tổng thể, thi hành những chính sách cụ thể và hợp lý để đánh thức được tiềm năng. Bên cạnh đó, tỉnh cũng cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá về các điểm du lịch văn hóa trên các phương tiện truyền thông, hoặc biên soạn các ấn phẩm du lịch, tham gia các hội chợ, triển lãm về du lịch trong nước và quốc tế, gắn kết các loại hình, xây dựng nhiều sản phẩm du lịch độc đáo để thu hút khách.

Ưu tiên đầu tư xây dựng sản phẩm du lịch có thương hiệu riêng, phục vụ cho nhu cầu du lịch ngày càng cao của du khách như Khu du lịch lịch sử, văn hóa và sinh thái Tân Trào, Lễ hội thành Tuyên, Lễ hội Động Tiên, Lễ hội rước Mẫu đền Hạ, Lễ hội Lồng tồng... Tận dụng đầu tư từ nguồn vốn ngân sách Nhà nước theo hướng đồng bộ, có trọng tâm, trọng điểm làm cơ sở kích thích phát triển du lịch. Bên cạnh đó, kêu gọi vốn đầu tư nước ngoài, vốn đầu tư của các tổ chức, cá nhân, thực hiện xã hội hóa phát triển du lịch để thu hút sự tham gia và phát huy sự đóng góp của các tổ chức, cá nhân để phát triển du lịch.

Về phát triển nguồn nhân lực, chú trọng công tác bồi dưỡng, đào tạo nâng cao trình độ quản lý, chuyên môn nghiệp vụ cho các cán bộ quản lý nhà nước về du lịch; định kỳ tổ chức thi tay nghề... Đào tạo, bồi dưỡng lực lượng lao động ngành Du lịch đáp ứng yêu cầu và chất lượng, hợp lý về cơ cấu ngành nghề và trình độ đào tạo để đảm bảo tính chuyên nghiệp, đủ sức cạnh tranh và hội nhập, nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch.

Đẩy mạnh thu hút đầu tư, liên kết vùng để phát triển du lịch, nâng cao hiệu quả cải cách hành chính, tạo môi trường đầu tư hấp dẫn; đổi mới công tác xúc tiến, quảng bá du lịch, mời các nhà đầu tư chiến lược đầu tư xây dựng hệ thống cơ sở hạ tầng đồng bộ, hiện đại; chủ động liên kết và hợp tác du lịch, kết nối các tour, tuyến trong vùng và liên vùng; xây dựng và triển khai cơ chế, chính sách khuyến khích các tổ chức, cá nhân trong và ngoài tỉnh tham gia các hoạt động phát triển du lịch. Khuyến khích các tổ chức, cá nhân thành lập các doanh nghiệp, đặt chi nhánh đại diện, đầu tư vào lĩnh vực phát triển du lịch tỉnh.

Về tăng cường hiệu quả quản lý, cần phát huy vai trò của Ban Chỉ đạo phát triển du lịch của tỉnh, thành lập Hiệp hội Du lịch tỉnh Tuyên Quang, thiết lập các đường dây nóng nhằm hỗ trợ du khách.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Tổng cục thống kê Tuyên Quang, Tình hình kinh tế - xã hội tháng 12 và 12 tháng năm 2015 tỉnh Tuyên Quang.
2. Tổng cục thống kê Tuyên Quang, Tình hình kinh tế - xã hội tháng 12 và 12 tháng năm 2016 tỉnh Tuyên Quang.
3. Tổng cục thống kê Tuyên Quang, Tình hình kinh tế - xã hội tháng 12 và 12 tháng năm 2017 tỉnh Tuyên Quang.
4. Tổng cục thống kê Tuyên Quang, Tình hình kinh tế - xã hội tháng 12 và 12 tháng năm 2018 tỉnh Tuyên Quang.
5. Trần Thúy Anh (Chủ biên, 2014), Giáo trình du lịch văn hóa - Những vấn đề lý luận và nghiệp vụ, NXB Giáo dục Việt Nam.
6. Dương Hồng Hạnh (2015), Du lịch văn hóa Việt Nam trong thời kỳ toàn cầu hóa, in trong Toàn cầu hóa du lịch và Địa phương hóa du lịch, Txb. Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
7. Nguyễn Phạm Hùng (2012), Cần bảo tồn văn hóa đúng cách, Tạp chí du lịch Việt Nam, số 10/2012.
8. Nguyễn Phạm Hùng (2013), Nghiên cứu phát triển du lịch văn hóa vùng đồng bằng sông Hồng. Những vấn đề lý luận. Đề tài khoa học trọng điểm nhóm A, Đại học Quốc gia Hà Nội.
9. Nguyễn Phạm Hùng (2012), Bảo tồn văn hóa như một hoạt động phát triển du lịch. Hội thảo khoa học “Phát triển du lịch trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế”, Trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
10. Trần Ngọc Thêm 2004: Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam, NXB Tổng hợp TP. HCM.
11. Dương Văn Sáu (2013): “Phát triển sản phẩm du lịch trên nền tảng các di sản văn hóa: Công cụ hữu hiệu để quảng bá Việt Nam”, in trong Vấn đề phát triển văn hóa (qua văn kiện Đại hội Đảng lần XI), NXB Văn hóa - Thông tin.



12. Dương Văn Sáu, Phát triển sản phẩm du lịch ở Việt Nam, Tạp chí Du lịch Việt Nam, số 3/2010, tr.33.

## **CULTURAL TOURISM DEVELOPMENT IN TUYEN QUANG PROVINCE**

**Nguyen Thi Thanh Mai, Do Thi Phuong, Vu Thi Thao**  
*Ha Noi University of Natural Resources and Environment*

### **Abstract**

Tuyen Quang is a mountainous province in the Northeast of our country. With over 653 historical and cultural sites, Tuyen Quang is considered as a museum of revolution of the whole country. Recently, the number of tourists visiting Tuyen Quang has been constantly increasing over the years. However, Tuyen Quang cultural tourism has not fully promoted its strengths and potentials, thus, it has not really become a key economic sector of the province. Through researching the actual situation of cultural tourism resources, cultural tourism products and cultural tourism activities in Tuyen Quang province, the author offers outstanding solutions to develop cultural tourism in Tuyen Quang province.

### **Keywords**

Tourism, cultural tourism, tourism development.

## DU LỊCH CỘNG ĐỒNG - BẢN CHẤT VÀ ỨNG DỤNG TẠI TỈNH TUYÊN QUANG

Phạm Thị Nga

Trường Đại học Kinh tế & QTKD - Đại học Thái Nguyên

Phạm Thị Thu Hương

Trường Đại học Hùng Vương

### Tóm tắt

Du lịch cộng đồng đang được coi là loại hình du lịch có vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế - xã hội địa phương. Về bản chất, du lịch cộng đồng là một loại hình du lịch bền vững bởi nó không chỉ giúp người dân bảo vệ tài nguyên môi trường sinh thái, mà còn là dịp để bảo tồn và phát huy được thế mạnh những nét văn hóa độc đáo của địa phương. Mặt khác, loại hình du lịch này còn góp phần quan trọng trong xóa đói giảm nghèo, nâng cao đời sống của nhiều người dân địa phương. Trong thực tế nhiều mô hình du lịch cộng đồng phát triển khá thành công ở các vùng miền núi có đông đồng bào dân tộc thiểu số sinh sống như ở Lào Cai, Hà Giang... Tuy nhiên, ở Tuyên Quang, việc xây dựng mô hình này còn nhiều hạn chế. Bài viết nghiên cứu bản chất của mô hình du lịch cộng đồng, từ đó, đề xuất các giải pháp nhằm xây dựng mô hình này trên cơ sở những tiềm năng, lợi thế của tỉnh Tuyên Quang.

### Từ khóa

Du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái, du lịch bền vững, tỉnh Tuyên Quang.

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong những năm qua, du lịch cộng đồng là hình thái du lịch có nhiều đóng góp quan trọng về kinh tế - xã hội tại nhiều địa phương bởi những lợi ích mà loại hình du lịch này mang lại là khá cao và có tính thiết thực. Việc phát triển mô hình du lịch này ngày càng được nhân rộng tại nhiều địa phương dựa trên lợi thế vùng miền và sự tham gia một cách chủ động trực tiếp của người dân tại địa phương đó. Tuyên Quang là một tỉnh có nhiều tiềm năng, lợi thế để phát triển loại hình du lịch cộng đồng. Tuy nhiên, làm thế nào để loại hình du lịch này đem lại hiệu quả cao nhất, tránh tình trạng phát triển nhỏ lẻ, tự phát, thiếu tính chuyên nghiệp và không đảm bảo tính bền vững. Đây là một bài toán đặt ra cho tỉnh Tuyên Quang trong chiến lược phát triển du lịch cộng đồng thời gian tới. Trong phạm vi bài viết, tác giả tập trung phân tích thực trạng phát triển du lịch cộng đồng, trải nghiệm (homestay) tại một số huyện của tỉnh Tuyên Quang.

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

### 2.1. Bản chất của du lịch cộng đồng

Hiện nay, có nhiều cách hiểu khác nhau về du lịch cộng đồng:

Theo Nicole Hausle và Wolfgang Strasdas (2009) cho rằng: “*Du lịch cộng đồng là mô hình phát triển du lịch trong đó chủ yếu là người dân địa phương đứng ra phát triển và quản lý*”. Theo cách hiểu này thì người dân địa phương đóng vai trò chủ đạo trong phát triển du lịch cộng đồng. Những giá trị kinh tế đem lại từ hoạt động này vì vậy cũng chủ yếu đóng góp vào khu vực kinh tế của địa phương.

Còn theo quan niệm của Viện Miền núi: “*Du lịch cộng đồng là một quá trình tương tác giữa cộng đồng (chủ) và khách du lịch mà sự tham gia có ý nghĩa của cả hai phía mang lại các lợi ích kinh tế, bảo tồn cho cộng đồng và môi trường địa phương*”.

Theo cách hiểu này thì du lịch cộng đồng hướng tới vai trò của người dân địa phương trong việc bảo tồn và phát huy những giá trị văn hóa, lịch sử cũng như tiềm năng, thế mạnh của địa phương. Tuy nhiên, quan niệm này nhấn mạnh đến sự tương tác giữa người thực hiện việc phát triển các hoạt động du lịch cộng đồng với khách du lịch trên cả khía cạnh về lợi ích kinh tế và các lợi ích khác.

Có thể khái quát, du lịch cộng đồng là một mô hình phát triển du lịch, trong đó cộng đồng dân cư là người cung cấp các sản phẩm dịch vụ cho khách du lịch. Cộng đồng dân cư cũng chính là người có trách nhiệm bảo vệ tài nguyên du lịch và họ được chia sẻ các nguồn lợi kinh tế do phát triển du lịch tạo ra. Phát triển du lịch cộng đồng sẽ tạo ra thêm công ăn việc làm và tăng thêm thu nhập cho cộng đồng dân cư bản địa, góp phần cho việc xóa đói giảm nghèo của địa phương<sup>203</sup>.

## **2.2. Vai trò của du lịch cộng đồng đối với sự phát triển kinh tế - xã hội địa phương**

Du lịch cộng đồng là loại hình du lịch không chỉ mang lại lợi ích về kinh tế, xã hội cho người dân mà còn góp phần vào công tác bảo tồn các nét văn hóa bản địa và giữ gìn cảnh quan tự nhiên của từng khu dân cư, từng địa phương. Hiện nay, du lịch cộng đồng là một trong những loại hình du lịch đang thu hút đông khách tham gia, nhất là du khách nước ngoài bởi những lợi thế mà loại hình du lịch này mang lại là khá cao xét cả trên khía cạnh kinh tế - xã hội - môi trường. Cụ thể:

*Thứ nhất*, du lịch cộng đồng là một loại hình du lịch do chính cộng đồng người dân phối hợp tổ chức, quản lý và làm chủ để đem lại lợi ích kinh tế và bảo vệ được môi trường chung, thông qua việc giới thiệu với du khách các nét đặc trưng của địa phương (phong cảnh, văn hóa...).

*Thứ hai*, mô hình du lịch cộng đồng tạo điều kiện cho du khách trải nghiệm cuộc sống của người dân bản địa với những sinh hoạt rất đời thường và những món ăn dân dã đậm chất địa phương. Điều này góp phần hình thành các sản phẩm du lịch đặc trưng và bảo tồn, phát huy các giá trị truyền thống văn hóa cũng như các di sản thiên nhiên tại địa phương.

*Thứ ba*, du lịch cộng đồng góp phần thúc đẩy các chiến lược xóa đói giảm nghèo, tạo ra sinh kế cho người dân địa phương.

## **2.3. Phương pháp nghiên cứu**

Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng một số phương pháp nghiên cứu sau:

<sup>203</sup> Đoàn Mạnh Cường, “*Phát triển du lịch cộng đồng góp phần xóa đói giảm nghèo theo hướng bền vững*”, Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch, ngày 6/8/2018.

(i) Phương pháp nghiên cứu tiếp cận hệ thống: Theo đó, du lịch cộng đồng tại tỉnh Tuyên Quang được xem xét dưới góc độ bền vững trên ba khía cạnh: kinh tế - xã hội và môi trường và được đặt trong mối quan hệ với chiến lược phát triển du lịch cộng đồng của cả nước.

(ii) Phương pháp thu thập và xử lý dữ liệu: Nghiên cứu sử dụng các dữ liệu được thu thập từ các nguồn như: Tổng cục Du lịch Việt Nam, Tổng cục thống kê, Cục thống kê tỉnh Tuyên Quang, Viện Nghiên cứu phát triển du lịch, Sở Văn hóa Thể Thao du lịch tỉnh Tuyên Quang, Ủy ban nhân dân tỉnh Tuyên Quang, các Tạp chí chuyên ngành liên quan...

(iii) Phương pháp phân tích dữ liệu: Thông qua các dữ liệu thu thập được, nghiên cứu tiến hành đánh giá, phân tích về thực trạng phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Tuyên Quang thời gian qua và đề xuất hệ thống giải pháp góp phần phát loại hình du lịch này thời gian tới.

### 3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

#### 3.1. Chính sách phát triển du lịch cộng đồng của tỉnh Tuyên Quang

Là một tỉnh được đánh giá có nhiều tiềm năng, lợi thế để phát triển các loại hình du lịch lịch sử văn hóa, du lịch nghỉ dưỡng sinh thái và du lịch tâm linh. Với phương châm phát triển du lịch dựa trên việc khai thác các giá trị văn hóa địa phương nhằm duy trì, bảo tồn và phát huy được thế mạnh của những nét văn hóa độc đáo đó, đồng thời góp phần tạo công ăn việc làm, nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân địa phương. Thời gian qua, tỉnh Tuyên Quang đã có nhiều chính sách chú trọng và khuyến khích phát triển du lịch cộng đồng homestay và du lịch cộng đồng đang thu hút được sự quan tâm của du khách trong và ngoài nước khi đến với Tuyên Quang:

Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang lần thứ XV, nhiệm kỳ 2010-2015 đã xác định: “Phát triển kinh tế du lịch là một trong 4 lĩnh vực đột phá, từng bước đưa ngành Du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh”, Nghị quyết Đại hội Đại biểu Đảng bộ tỉnh lần thứ XVI, nhiệm kỳ 2015-2020 tiếp tục xác định “Khai thác tiềm năng để phát triển du lịch” là 1 trong 3 khâu đột phá với mục tiêu đến năm 2020: Thu hút trên 1,7 triệu lượt khách du lịch; phần đầu xây dựng Khu du lịch lịch sử, văn hóa sinh thái Tân Trào trở thành Khu du lịch quốc gia...

Định hướng phát triển đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030, ngành Du lịch tỉnh Tuyên Quang sẽ đẩy mạnh khai thác tiềm năng du lịch sinh thái, văn hóa sắc tộc tại các khu vực có lợi thế và điều kiện phát triển loại hình du lịch này là huyện Na Hang, huyện Lâm Bình và phía Bắc huyện Chiêm Hóa với hình thức du lịch chính: Du lịch lòng hồ thủy điện Na Hang; Du lịch sinh thái gắn với cảnh quan, hang động, khu bảo tồn thiên nhiên; Du lịch văn hóa sắc tộc gắn với sinh thái nông nghiệp, văn hóa dân tộc ít người...

Hiện nay, toàn tỉnh đã hoàn thành quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang và quy hoạch tổng thể 3 khu du lịch: Khu du lịch lịch sử, văn hóa và sinh thái Quốc gia Tân Trào, Khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm, Khu du lịch sinh thái Na Hang. Các phân khu chức năng trong khu du lịch đang triển khai hoàn thiện. Cùng với đó, tỉnh đã ban hành nhiều cơ chế, chính sách ưu đãi đầu tư, tập trung đẩy mạnh kinh tế phát triển; thành lập Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang tạo điều kiện thuận lợi cho các tổ chức, các nhân được hỗ trợ kinh phí trong triển khai một số nội dung thực hiện các chương trình, dự án phát triển du lịch...

Thông qua thực hiện các hoạt động xúc tiến, thu hút đầu tư trong lĩnh vực du lịch, đến nay bước đầu đã có một số nhà đầu tư chiến lược bắt đầu thực hiện nhiều dự án phát triển du lịch,

xây dựng cơ sở lưu trú đạt chất lượng cao tại Tuyên Quang như: Trung tâm Thương mại, nhà phố thương mại Vincom shophouse, Dự án Vinpearl Tuyên Quang của Tập đoàn Vingroup, Khách sạn Mường Thanh Grand Tuyên Quang của Tập đoàn Mường Thanh, Dự án đầu tư vào khu du lịch sinh thái Na Hang, Lâm Bình và Dự án đường cao tốc kết nối Tuyên Quang với đường cao tốc Lào Cai - Nội Bài của Doanh nghiệp tư nhân xây dựng Xuân Trường... Cùng với đó, trong số 15 dự án đầu tư trọng điểm của tỉnh Tuyên Quang giai đoạn 2017-2020 cũng có nhiều dự án về phát triển du lịch như dự án xây dựng Khu đô thị nghỉ dưỡng Sông Lô; Khu du lịch sinh thái Phiêng Bung; Khu du lịch sinh thái Núi Dùm... Đây được xem là điều kiện thuận lợi để du lịch Tuyên Quang tiếp tục có những bước phát triển ấn tượng, bền vững; hướng đến mục tiêu thu hút trên 2,2 triệu lượt khách du lịch vào năm 2020; tạo việc làm cho trên 16 nghìn lao động...

Như vậy, từ chủ trương đến hành động đều cho thấy tỉnh Tuyên Quang đang rất quyết liệt nhằm phát triển du lịch dựa trên những tiềm năng, lợi thế của tỉnh.

### 3.2. Thực trạng phát triển du lịch cộng đồng tại một số huyện của tỉnh Tuyên Quang

Với những tiềm năng phong phú về cả tự nhiên, văn hóa, xã hội, thời gian qua, ngành Du lịch tỉnh Tuyên Quang đã có nhiều bước phát triển mạnh mẽ. Hiệu quả phát triển du lịch vừa giúp nâng cao thu nhập người dân, vừa góp phần thúc đẩy kinh tế - xã hội địa phương phát triển... Một trong những loại hình du lịch cộng đồng điển hình tại tỉnh Tuyên Quang là du lịch trải nghiệm homestay. Đây là loại hình du lịch cộng đồng dành cho những du khách thích khám phá, trải nghiệm và tìm hiểu về phong tục tập quán của người dân địa phương. Tuy mới hình thành trong thời gian ngắn nhưng cũng khá hấp dẫn đối với du khách. Toàn tỉnh 22 dân tộc anh em cùng sinh sống với truyền thống văn hóa đa dạng, phong phú và giàu bản sắc. Thông qua các hoạt động “cùng ăn, cùng ở, cùng làm” với hộ gia đình, du khách đã được trải nghiệm và hiểu về đời sống cũng như văn hóa của người dân địa phương.

Toàn tỉnh hiện có 35 hộ gia đình phát triển dịch vụ homestay, trong đó tập trung chủ yếu ở các huyện Lâm Bình, Sơn Dương, Na Hang, Yên Sơn. Loại hình này đang thu hút khách du lịch tham quan và khám phá. Đây là loại hình du lịch gắn với đời sống của người dân, trong đó có các dịch vụ như: Du lịch nông thôn, du khách sẽ được sống cùng người dân, hòa mình vào những công việc thường ngày của họ và tìm hiểu văn hóa truyền thống dân tộc tại địa phương; du lịch ẩm thực, văn hóa, du khách sẽ được thưởng thức các món ăn đặc sắc, hòa mình vào những điệu múa, hát truyền thống...

Khi tham gia các loại hình du lịch này, du khách sẽ cùng sống, sinh hoạt trong các gia đình để tìm hiểu những phong tục tập quán của người dân nơi đây, cùng tham gia vào các hoạt động của người dân. Tối đến, trong những nếp nhà sàn truyền thống, du khách có thể thưởng thức những món ăn truyền thống của người dân bản địa vô cùng hấp dẫn như: Thịt trâu hun khói, cá nướng, măng đắng, lợn rừng quay... trong tiếng hát Then, đàn Tính, ngắt ngây trong men rượu ngô thơm ngọt... Từ đầu năm đến nay, riêng dịch vụ homestay, toàn tỉnh đã thu hút trên 20 nghìn lượt khách du lịch. Qua đó, góp phần nâng cao thu nhập cho người dân địa phương.<sup>204</sup>

Có thể coi năm 2017 là một năm thành công trong việc đẩy mạnh phát triển các loại hình du lịch của tỉnh miền núi Tuyên Quang với những bước tiến mới về cả khai thác tuyến, điểm du lịch; thu hút đầu tư, phát triển hệ thống hạ tầng du lịch. Theo Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

<sup>204</sup> Minh Hoa, “Du lịch homestay, giải pháp để phát triển bền vững”, Báo Tuyên Quang on line, ngày 07/11/2018.

tỉnh Tuyên Quang, đến nay, trên địa bàn toàn tỉnh đang có 285 cơ sở kinh doanh lưu trú du lịch; trong đó đã có khách sạn tương ứng với 4 sao, gần 200 nhà hàng lớn, 7 chi nhánh, công ty lữ hành du lịch, hàng trăm doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ và du lịch khác như vận chuyên, bán vé máy bay... Trong năm 2017, ngành Du lịch tỉnh Tuyên Quang đã thu hút gần 1,6 triệu lượt du khách, đạt 105,3% kế hoạch, tăng 9,7%; doanh thu xã hội từ du lịch đạt hơn 1.343 tỷ đồng, đạt 105,8% kế hoạch, tăng 9,5% so với năm 2016.

Những năm gần đây, loại hình du lịch homestay khá phát triển trên địa bàn tỉnh, tiêu biểu như ở các huyện Lâm Bình, Chiêm Hóa, Sơn Dương, Tân Trào... đã thu hút đông đảo du khách trong và ngoài nước.

Lâm Bình là huyện có tiềm năng phát triển du lịch, nhất là du lịch sinh thái kết hợp du lịch cộng đồng (homestay). Là huyện vùng cao mới thành lập, hạ tầng cơ sở phục vụ ngành Du lịch hầu như rất sơ khai. Tuy nhiên, huyện đã nhanh chóng tìm ra và tận dụng được những lợi thế riêng có của địa phương: Hồ thủy điện Tuyên Quang rộng hơn 8.000ha, trong đó huyện Lâm Bình có hơn 4.000ha, đã trở thành một vùng hồ rộng lớn với nhiều cảnh quan thiên nhiên đẹp hiếm có trong khu vực miền núi phía Bắc: Đát Thượng Lâm với danh thắng 99 ngọn núi được ví như vườn treo Babilon. Vùng sinh thái với những thắng cảnh như núi Cọc Vài, thác Khuổi Slung, động Song Long, hang Phia Vài... giống như Vịnh Hạ Long giữa đại ngàn. Nơi đây có rừng nguyên sinh với thảm thực vật phong phú, bảo tồn được nhiều loại động vật quý hiếm. Vùng đất Lâm Bình đậm đà bản sắc dân tộc, nhiều phong tục tập quán hết sức độc đáo của đồng bào dân tộc Tày, Dao, Mông còn được lưu giữ. Lễ hội Lồng tồng của dân tộc Tày được công nhận là di sản văn hóa phi vật thể cấp Quốc gia.<sup>205</sup>

Đây là điều kiện thuận lợi cho huyện phát triển các loại hình du lịch: mạo hiểm, văn hóa, sinh thái, lịch sử, đồng thời xây dựng và hình thành các tour du lịch của huyện kết nối với một số điểm du lịch của tỉnh và các tỉnh bạn như Bắc Kạn, Cao Bằng, Hà Giang<sup>206</sup>.

Với tiềm năng du lịch phong phú, những năm gần đây cấp ủy, chính quyền xã Thượng Lâm, huyện Lâm Bình đã chú trọng đến việc phát huy lợi thế của các điểm du lịch sinh thái để phát triển du lịch địa phương. Được sự quan tâm của chính quyền địa phương, mô hình du lịch này đã từng bước được chuyên nghiệp hóa, thu hút ngày càng nhiều khách du lịch đến khám phá. Năm 2017, huyện đã thu hút trên 35.000 lượt khách du lịch, đạt 291,7% kế hoạch, tăng 161,2% so với cùng kỳ năm 2016, doanh thu xã hội về du lịch 21 tỷ đồng, đạt 350% kế hoạch. Có được sự khởi sắc này là nhờ huyện đã mạnh dạn triển khai thực hiện mô hình du lịch cộng đồng homestay.

Từ lợi thế về thiên nhiên, con người và bản sắc văn hóa cộng đồng dân tộc thiểu số nên ngay sau khi thành lập, huyện Lâm Bình đã thực hiện công tác quy hoạch phát triển tổng thể du lịch của huyện đến năm 2015, định hướng đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030. Theo đó, huyện đã triển khai khôi phục và duy trì và tổ chức các sự kiện văn hóa như Lễ hội Lồng tồng - Ngày hội văn hóa các dân tộc, nhảy lửa, các nét văn hóa truyền thống của dân tộc.

Phát triển du lịch sinh thái gắn với du lịch cộng đồng homestay đã và đang được Lâm Bình quan tâm hàng đầu. Năm 2017, huyện thực hiện đề án “Xây dựng và vận hành mô hình du lịch cộng đồng”. Đề án nhằm bảo tồn và phát triển bền vững Làng văn hóa dân tộc Tày các thôn Nà Đông và Nà Tông (xã Thượng Lâm), Nà Muông (xã Khuôn Hà) và Nặm Đíp (xã Lăng Can) với 15 hộ tham gia. Thực hiện đề án, huyện đã tổ chức cho các hộ dân tham quan, học tập kinh nghiệm, làm du lịch cộng đồng tại một số tỉnh bạn; tổ chức các lớp tập huấn nâng cao năng lực, kỹ năng làm du lịch cộng đồng; hoàn thành việc chỉnh trang khuôn viên nhà cửa, thành lập các

<sup>205</sup> Thanh Trà, Triển vọng phát triển du lịch cộng đồng, Báo Tuyên Quang online, ngày 01/02/2018.

<sup>206</sup> Hải Chung, Phát triển du lịch cộng đồng, Báo Nhân dân điện tử, ngày 21/11/2018.

đội văn nghệ, tổ chức tập luyện các tiết mục để phục vụ khách du lịch; hoàn thành xây dựng bản đồ, tour, tuyến du lịch, tập huấn hướng dẫn viên du lịch, bổ sung dịch vụ du lịch như: chèo thuyền kayak, xe đạp, xe máy, bè mảng, câu cá,... phục vụ du khách.<sup>207</sup>

Với những nỗ lực của Đảng, Chính quyền và người dân, số lượng khách du lịch đến với huyện Lâm Bình ngày càng đông. Ngoài các hộ làm du lịch cộng đồng homestay ở thôn Nà Tông và thôn Nà Đông thì hiện nay trên địa bàn xã Thượng Lâm đã có thêm một số doanh nghiệp, Hợp tác xã và hộ gia đình đầu tư vào làm du lịch. Qua đó đã từng bước đưa phong trào phát triển kinh tế du lịch ở xã Thượng Lâm ngày càng trở nên sôi nổi với nhiều dịch vụ và sản phẩm du lịch mới mẻ, hấp dẫn đáp ứng nhu cầu của khách du lịch trong và ngoài nước.

Nhận thấy tiềm năng phát triển du lịch của địa phương rất phong phú, bắt đầu từ cuối năm 2018 Hợp tác xã thanh niên Thượng Lâm đã quyết định đầu tư vào làm du lịch. Quy mô đầu tư phát triển du lịch của HTX là xây dựng cơ sở homestay gắn với không gian văn hóa dân tộc Tày như: Nhà sàn, khu trưng bày các vật dụng, công cụ lao động, trang phục dân tộc Tày; các dịch vụ nghỉ dưỡng, ẩm thực, du lịch lòng hồ,... Hiện nay HTX đã xây dựng xong khu nhà sàn và đang tập trung hoàn thành một số hạng mục phụ trợ để đón khách trong mùa hè này.

Bước sang năm 2019 trên địa bàn xã Thượng Lâm huyện Lâm Bình đã có thêm một số doanh nghiệp, hộ gia đình đầu tư vào làm du lịch cộng đồng homestay. Đến nay trên địa bàn xã Thượng Lâm đã có 9 hộ gia đình và HTX đầu tư vào làm dịch vụ du lịch cộng đồng homestay. Với việc cả cộng đồng cùng bắt tay vào làm du lịch, những tiềm năng du lịch ở huyện Lâm Bình nói chung, xã Thượng Lâm nói riêng sẽ được khai thác có hiệu quả. Qua đó, góp phần quan trọng thúc đẩy triển kinh tế du lịch của địa phương ngày càng phát triển<sup>208</sup>.

Cùng với Lâm Bình, huyện Chiêm Hóa cũng là một trong những huyện có tiềm năng phát triển loại hình du lịch này.

Chiêm Hóa là một trong những huyện có tiềm năng về du lịch, với những điều kiện, lợi thế về phát triển du lịch. Những năm gần đây, mô hình du lịch cộng đồng homestay đã và đang được triển khai ở huyện Chiêm Hóa đã thực sự thu hút du khách. Đến với Chiêm Hóa, du khách trong nước và nước ngoài đã được hòa mình vào cuộc sống thực tế, tham gia sinh hoạt văn hóa, được trải nghiệm các hoạt động cùng với người dân bản địa như đánh cá, chăm sóc vườn rau, nấu nướng và thưởng thức các món ăn truyền thống của các dân tộc nơi đây. Tham gia sinh hoạt văn hóa, tìm hiểu về cây đàn tính, làn điệu hát then, hát cọi, ngôi nhà sàn của đồng bào dân tộc Tày. Đi du lịch khám phá Chiêm Hóa, du khách sẽ được tham quan các địa danh được biết đến nhiều như thác Bản Ba, xã Trung Hà, hang Thắm Hóc, Thắm Vài, Bó Ngoặng, xã Phúc Sơn, hang Núi Chùa, hang Mỏ Bài, động Bản Pài thuộc xã Minh Quang, thác Lụa xã Hà Lang, cùng nhiều thác nước, hang động khác... Những địa danh trên đã góp phần tạo nên bước phát triển mạnh về du lịch, thu hút lượng khách du lịch đến với huyện Chiêm Hóa<sup>209</sup>.

Nhằm khai thác có hiệu quả tiềm năng phát triển du lịch của huyện, đặc biệt là loại hình du lịch cộng đồng, Chiêm Hóa đã và đang xây dựng nhiều cơ chế chính sách nhằm khuyến khích phát triển du lịch địa phương, trong đó tập trung vào các chính sách đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng du lịch, giới thiệu các sản phẩm truyền thống, đặc sản của địa phương đến với du khách, đặc

<sup>207</sup> Chí Cường, “Du lịch Lâm Bình tiềm năng và định hướng phát triển”, Cổng Thông tin điện tử huyện Lâm Bình”, ngày 09/8/2018.

<sup>208</sup> Hà Khánh, “Thượng Lâm, đẩy mạnh phát triển kinh tế du lịch cộng đồng homestay”, Cổng Thông tin Điện tử huyện Lâm Bình.

<sup>209</sup> <http://chiemhoa.gov.vn>

biệt tại các điểm du lịch trọng điểm, phục vụ khách thăm quan du lịch. Ngoài ra, chính quyền địa phương và một số doanh nghiệp đã đầu tư phát triển loại hình cộng đồng homestay, tạo mọi điều kiện, khuyến khích cho doanh nghiệp đầu tư phát triển, nhờ thế mà chất lượng phục vụ du khách của du lịch cộng đồng ngày càng được nâng cao và thu hút được khách du lịch trong nước và quốc tế chọn du lịch cộng đồng để trải nghiệm.

Bên cạnh đó, đẩy mạnh liên kết giữa các điểm khu du lịch để hình thành tour du lịch nội huyện, hoặc liên kết với các huyện bạn; tăng cường xúc tiến, quảng bá tiềm năng, lợi thế phát triển du lịch của huyện, khuyến khích các địa phương, người dân phát triển sản phẩm du lịch để tạo được những ấn tượng với du khách khi đến với huyện Chiêm Hóa. Và du lịch cộng đồng đang là hướng đi mới để góp phần đưa du lịch ở huyện Chiêm Hóa ngày càng phát triển, tạo việc làm và tăng thu nhập cho người dân từ du lịch.

Được biết đến là điểm du lịch văn hóa lịch sử nổi tiếng của tỉnh Tuyên Quang, những năm gần đây, Khu di tích Quốc gia đặc biệt Tân Trào đã được quan tâm đầu tư, tôn tạo, qua đó tăng sức hấp dẫn đối với du khách thập phương. Với quy mô hơn 3.100ha, Khu di tích Quốc gia đặc biệt Tân Trào có tổng số 177 di tích, trong đó 40 di tích đã được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cấp bằng công nhận Di tích lịch sử Quốc gia; 30 di tích được cấp bằng di tích lịch sử cấp tỉnh... Nhờ phát triển du lịch nên đời sống đồng bào các dân tộc trên địa bàn 11 xã nằm trong phạm vi Khu di tích đã được cải thiện rõ rệt. Loại hình du lịch cộng đồng (homestay) đang từng bước đem lại thu nhập ổn định cho người dân; những ngôi nhà sàn của bà con được tu sửa khang trang hơn nhưng vẫn giữ vẻ đẹp truyền thống... Chỉ tính riêng trong năm 2017, Khu di tích Quốc gia đặc biệt Tân Trào đã đón gần 800 nghìn lượt khách trong nước và quốc tế, chiếm gần 50% lượng du khách đến với tỉnh Tuyên Quang.

Sơn Dương cũng được coi là một huyện khá thành công trong chiến lược phát triển du lịch cộng đồng. Hiện nay, trên địa bàn huyện đã xây dựng được một làng văn hóa - du lịch tại thôn Tân Lập, xã Tân Trào với 182 hộ, trong đó có 13 hộ gia đình làm du lịch cộng đồng. Trung bình mỗi năm đón trên 2.000 lượt khách du lịch đến lưu trú.

Có thể thấy, các sản phẩm du lịch của tỉnh Tuyên Quang đã được phát triển theo hướng đa dạng, độc đáo và hấp dẫn, từ sản phẩm du lịch tâm linh, lễ hội; du lịch văn hóa lịch sử đến du lịch cộng đồng; du lịch sinh thái; du lịch trải nghiệm, khám phá... Đặc biệt, trong năm 2017 vừa qua, tỉnh Tuyên Quang đã hoàn thành quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh và quy hoạch tổng thể 3 khu du lịch: Khu du lịch lịch sử, văn hóa và sinh thái Quốc gia Tân Trào; Khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm; Khu du lịch sinh thái Na Hang. Qua đó, mở ra những điều kiện mới để tiếp tục thực hiện đa dạng hóa các sản phẩm du lịch của các địa phương trong tỉnh<sup>210</sup>.

### 3.3. Giải pháp phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Tuyên Quang

Thời gian qua, du lịch cộng đồng đã từng bước trở thành ngành kinh tế mũi nhọn góp phần phát triển kinh tế địa phương, giải quyết việc làm, tăng thu nhập cho người dân, đồng thời góp phần bảo vệ môi trường, giữ gìn và phát huy những giá trị văn hóa truyền thống của các vùng, miền.

Tuy nhiên, trong quá trình triển khai thực hiện phát triển loại hình du lịch này còn gặp phải một số khó khăn như: sản phẩm du lịch chưa phong phú và đơn điệu, chưa đáp ứng được nhu cầu khám phá, trải nghiệm của du khách. Điều này ít nhiều làm giảm lượng du khách thăm quan, trải nghiệm các loại hình du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh, hoặc làm giảm thời gian lưu trú của du khách.

<sup>210</sup> Trần Thị Chung, “Du lịch Tuyên Quang trên đường phát triển”, Báo Điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam, ngày 06/02/2018.



Do vậy, trong thời gian tới, để loại hình du lịch này tiếp tục đóng vai trò là một trong những ngành Du lịch mũi nhọn, góp phần quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh thì đòi hỏi sự quan tâm vào cuộc của toàn thể xã hội, từ các cấp ủy, chính quyền đến các doanh nghiệp lữ hành và cộng đồng địa phương - những người trực tiếp tham gia vào hoạt động du lịch này. Cụ thể:

**\* Đối với các cấp quản lý**

Các cấp quản lý đóng vai trò đòn bẩy quan trọng, hỗ trợ cho cộng đồng địa phương và các đơn vị kinh doanh lữ hành hoàn thiện và triển khai các hoạt động du lịch.

Các cấp chính quyền cần chú trọng đẩy mạnh công tác xúc tiến quảng bá du lịch cộng đồng đến với du khách trong nước và quốc tế, tăng cường tổ chức đoàn khảo sát giới thiệu sản phẩm cho các công ty lữ hành quốc tế và lữ hành nội địa, tăng cường quảng bá du lịch cộng đồng trên các báo, tạp chí, truyền hình trong và ngoài nước để thu hút khách du lịch, ngoài ra, có thể giới thiệu qua các mạng xã hội như: Facebook, Twitter, Google Plus hoặc Youtube... chú trọng phát triển và tái tạo lại các giá trị văn hóa của các dân tộc đã bị mai một.

Các cấp có thẩm quyền cần phối hợp khảo sát và đánh giá đúng năng lực của các cộng đồng nhằm phân cấp và dán nhãn chất lượng một cách thường xuyên, công bằng dựa trên một bộ tiêu chí phù hợp. Khảo sát, xây dựng, triển khai tổ chức các làng du lịch cộng đồng homestay trên từng địa bàn; xây dựng cơ sở vật chất, đảm bảo vệ sinh môi trường và các điều kiện cần thiết phục vụ du khách, gắn với tour, tuyến du lịch, sản xuất các sản phẩm lưu niệm đặc thù địa phương<sup>211</sup>.

Ngoài ra, cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền, hướng dẫn người dân phát triển du lịch theo hướng hiệu quả, bền vững; gắn phát triển du lịch với bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa truyền thống của cộng đồng các dân tộc trên địa bàn toàn tỉnh. Đồng thời, tăng cường các hoạt động quy hoạch phát triển du lịch; quảng bá, xúc tiến, thu hút các nhà đầu tư; thực hiện đa dạng hóa các loại hình du lịch, các sản phẩm du lịch phù hợp với tiềm năng du lịch của các địa phương; chú trọng làm tốt công tác đào tạo, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực làm du lịch... Qua đó, góp phần thúc đẩy kinh tế - xã hội trên địa bàn tỉnh ngày càng phát triển<sup>212</sup>.

Đồng thời, các cấp quản lý cần chú trọng đến công tác nâng cao năng lực cho cộng đồng địa phương; hỗ trợ các nguồn vốn vay ưu đãi cho các gia đình đủ năng lực tham gia du lịch cộng đồng; quản lý một cách chặt chẽ các hoạt động và sản phẩm du lịch nhằm hạn chế các vấn đề tiêu cực và chất chứa các nguy cơ gây tổn thương về mặt kinh tế, văn hóa - xã hội tại địa phương, từng bước biến du lịch cộng đồng trở thành ngành kinh tế mũi nhọn<sup>213</sup>.

**\* Đối với các doanh nghiệp lữ hành**

Các đơn vị kinh doanh lữ hành là cầu nối giữa du khách và cộng đồng địa phương. Vì vậy, các đơn vị lữ hành cần đẩy mạnh quảng bá để thu hút du khách trải nghiệm du lịch cộng đồng. Tuy nhiên, các thông tin quảng bá cần rõ ràng, chuẩn xác, tránh lạm dụng marketing quá mức khiến cho du khách hụt hẫng khi tiếp cận các sản phẩm không đúng với những gì được giới

<sup>211</sup> Nguyễn Thị Hồng Nhung, “Du lịch cộng đồng - con đường phát triển bền vững”, Tạp chí Du lịch, ngày 11/9/2015.

<sup>212</sup> Trần Thị Chung, “Du lịch Tuyên Quang trên đường phát triển”, Báo Điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam, ngày 06/02/2018.

<sup>213</sup> Lâm Bình (Tuyên Quang): Đẩy mạnh phát triển du lịch cộng đồng, Tintuc.vn, ngày 09/01/2018.

thiệt. Đồng thời, các đơn vị kinh doanh lữ hành cần tạo cơ hội cho cộng đồng địa phương tận dụng các điều kiện sẵn có để nâng cao thu nhập.

#### \* Đối với cộng đồng địa phương

Cộng đồng địa phương, đặc biệt là những người tham gia trực tiếp vào hoạt động du lịch phải tự ý thức một cách nghiêm túc về việc đảm bảo chất lượng sản phẩm du lịch phục vụ cho du khách, chất lượng của sản phẩm du lịch không chỉ thể hiện ở giá trị vật chất mà còn ở giá trị tinh thần. Cảm nhận tốt của du khách bắt nguồn từ chính thái độ thân thiện, tiếp đón ân cần, sự am hiểu về môi trường tự nhiên và nhân văn, sự chân thực của cộng đồng địa phương. Do vậy, cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền, vận động các hộ dân nâng cao ý thức gìn giữ không gian văn hóa đặc sắc của dân tộc, giữ nguyên hiện trạng, cảnh quan, kiến trúc truyền thống... không để các hộ xây dựng, chỉnh trang nhà cửa, các công trình phụ không đúng với bản sắc truyền thống, làm phá vỡ cảnh quan, môi trường xung quanh.

Bên cạnh đó, hiệu quả trong quá trình giao tiếp giữa du khách và cộng đồng là sự diễn đạt thông tin một cách chính xác và dễ hiểu. Vì vậy, rào cản về mặt ngôn ngữ cần được khắc phục từ chính sự nỗ lực của những người dân khi triển khai các hoạt động đón tiếp khách du lịch quốc tế. Để phá tan rào cản về ngôn ngữ, địa phương cần có nhiều biện pháp hỗ trợ việc dạy ngoại ngữ cho người dân bản địa nhằm thu hẹp khoảng cách ngôn ngữ với du khách nước ngoài. Bên cạnh đó, cần có chính sách thu hút thanh niên địa phương - lực lượng nòng cốt có nhiều lợi thế về nhiệt huyết, sức trẻ và lợi thế về ngôn ngữ tham gia phát triển du lịch cộng đồng. Điều này một mặt góp phần phát triển du lịch địa phương, mặt khác góp phần tạo công ăn việc làm cho thanh niên ngay trên địa bàn.

Để tạo nên những giá trị văn hóa đích thực, cộng đồng địa phương cần nhận thức sâu sắc việc gìn giữ, bảo tồn và thực hiện các thói quen văn hóa một cách đời thường chứ không phải trình diễn văn hóa. Đồng thời, cần nâng cấp, sửa chữa điều kiện cơ sở vật chất nhằm đảm bảo những điều kiện tối thiểu về sinh hoạt hàng ngày dành cho du khách, nhưng tránh làm mới hoàn toàn một cách máy móc gây nguy hại cho những giá trị vật chất truyền thống.

## 4. KẾT LUẬN

Thời gian qua, được sự quan tâm của Đảng ủy, chính quyền các cấp, ngành Du lịch nói chung và du lịch cộng đồng nói riêng đã dần vươn lên trở thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh Tuyên Quang. Nhờ thực hiện đa dạng hóa các sản phẩm du lịch trên cơ sở khai thác những tiềm năng của địa phương, hoạt động du lịch cộng đồng đã có nhiều đóng góp vào sự phát triển kinh tế xã hội; đồng thời giúp nâng cao thu nhập cho đồng bào các dân tộc trong tỉnh. Tuy nhiên, để loại hình du lịch này thực sự đem lại hiệu quả tương xứng với những tiềm năng lợi thế của tỉnh, đòi hỏi cần có sự chung tay của các cấp ủy, chính quyền đến các doanh nghiệp và đặc biệt và cộng đồng địa phương - những người tham gia trực tiếp làm du lịch. Sự phối hợp càng chặt chẽ, hiệu quả đem lại từ hoạt động du lịch này càng cao trên tất cả các khía cạnh: kinh tế - xã hội - môi trường.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đoàn Mạnh Cường, “Phát triển du lịch cộng đồng góp phần xóa đói giảm nghèo theo hướng bền vững”, Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch, ngày 6/8/2018.

2. Chí Cường, “Du lịch Lâm Bình tiềm năng và định hướng phát triển”, Cổng Thông tin điện tử huyện Lâm Bình”, ngày 09/8/2018.
3. Trần Thị Chung, “Du lịch Tuyên Quang trên đường phát triển”, Báo Điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam, ngày 06/02/2018.
4. Hải Chung, Phát triển du lịch cộng đồng, Báo Nhân dân điện tử, ngày 21/11/2018.
5. Trần Thị Chung, “Du lịch Tuyên Quang trên đường phát triển”, Báo Điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam, ngày 06/02/2018.
6. Minh Hoa, “Du lịch homestay, giải pháp để phát triển bền vững”, Báo Tuyên Quang online, ngày 07/11/2018.
7. Hà Khánh, “Thượng Lâm, đẩy mạnh phát triển kinh tế du lịch cộng đồng homestay”, Cổng Thông tin Điện tử huyện Lâm Bình.
8. Nguyễn Thị Hồng Nhung, “Du lịch cộng đồng - con đường phát triển bền vững”, Tạp chí Du lịch, ngày 11/9/2015.
9. Thanh Trà, Triển vọng phát triển du lịch cộng đồng, Báo Tuyên Quang online, ngày 01/02/2018.
10. <http://chiemhoa.gov.vn>
11. “Lâm Bình (Tuyên Quang): Đẩy mạnh phát triển du lịch cộng đồng”, Tintuc.vn, ngày 09/01/2018.

## COMMUNITY TOURISM - NATURE AND APPLICATION IN TUYEN QUANG PROVINCE

**Pham Thi Nga**

*Thai Nguyen University of Economics and Business Administration*

**Pham Thi Thu Huong**

*Hung Vuong University*

### Abstract

Community tourism is considered a type of tourism that plays an important role in local socio-economic development. In essence, community tourism is a form of sustainable tourism because it not only helps people protect ecological environment resources, but also an opportunity to preserve and promote the strengths of poisonous cultural features local origin. On the other hand, this type of tourism also plays an important role in poverty reduction, improving the lives of many local people. In fact, many community-based tourism models have developed quite successfully in mountainous areas with large ethnic minorities such as in Lao Cai and Ha Giang... However, in Tuyen Quang, tissue construction This picture is still limited. The paper studies the nature of the community tourism model, from which, proposing solutions to build this model based on the potentials and advantages of Tuyen Quang province.

### Keywords

Community tourism, eco-tourism, sustainable tourism, Tuyen Quang province.

## ĐỊNH HƯỚNG GIẢI PHÁP BẢO TỒN VÀ PHÁT HUY DI SẢN VĂN HÓA TỈNH TUYÊN QUANG THEO TƯ DUY 5W1H

Nguyễn Thị Hòa

Trường Đại học Sư phạm - Đại học Thái nguyên

### Tóm tắt

Di sản văn hóa là tài nguyên du lịch, là nguồn lực chiến lược, là nền tảng, trụ cột quan trọng để phát triển kinh tế du lịch bên cạnh các yếu tố về hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật chuyên ngành và nguồn nhân lực. Tuy nhiên, cũng chính quá trình phát triển du lịch thiếu kiểm soát ở nhiều nơi đang tác động tiêu cực tới di sản văn hóa. Vì vậy, các địa phương phải có những biện pháp kiểm soát thích đáng để bảo tồn và phát huy bền vững đối với di sản văn hóa trong phát triển du lịch. Đó cũng là vấn đề đặt ra đối với tỉnh Tuyên Quang trong quá trình xây dựng và phát triển du lịch, nhất là du lịch sinh thái cộng đồng ở địa phương.

Việc bảo tồn và phát huy các di sản văn hóa được định hướng xây dựng dựa trên cơ sở hợp tác của các thành phần và những vấn đề lý luận về tư duy quản lý. Chính vì vậy, trong phạm vi bài viết, tác giả nghiên cứu vận dụng kỹ thuật tư duy 5W1H trong quản lý di sản để đề xuất các giải pháp bảo tồn và phát huy di sản văn hóa ở tỉnh Tuyên Quang. Chúng tôi đã định hướng được các giải pháp và xây dựng mô hình 6 nhóm giải pháp để bảo tồn và phát huy di sản văn hóa tỉnh Tuyên Quang: Nhóm giải pháp về Quản lý nhà nước; nhóm giải pháp đối với Cộng đồng tự quản; nhóm giải pháp Bảo tồn môi trường sản sinh, nuôi dưỡng di sản văn hóa; nhóm giải pháp về Giáo dục; nhóm giải pháp về Văn hóa và ngôn ngữ; nhóm giải pháp về Hoạt động truyền thông.

### Từ khóa

Di sản văn hóa, du lịch, du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, Tuyên Quang.

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong các văn kiện Đại hội của Đảng, nhất là trong văn kiện Đại hội XII, Đảng ta thể hiện rõ quan điểm về vai trò của văn hóa, mối quan hệ giữa văn hóa và phát triển. Theo đó, văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội; không chỉ là mục tiêu mà còn là động lực thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội theo định hướng xã hội chủ nghĩa. Tại Nghị quyết số 33-NQ/TW ngày 09-6-2014 của Ban Chấp hành Trung ương khóa XI, Đảng đã xác định một trong những nhiệm vụ trọng tâm để xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước là: “*Xây dựng cơ chế để giải quyết hợp lý, hài hòa giữa bảo tồn, phát huy di sản văn hóa với phát triển kinh tế - xã hội. Bảo tồn, tôn tạo các di tích lịch sử - văn hóa tiêu biểu, phục vụ giáo dục truyền thống và phát triển kinh tế; gắn kết bảo tồn, phát huy di sản văn hóa với phát triển du lịch. Phục hồi và bảo tồn một số loại hình nghệ thuật truyền thống có nguy cơ mai một. Phát huy các di sản được UNESCO công nhận, góp phần quảng bá hình ảnh đất nước và con người Việt Nam...*” [1]. Như vậy, di sản văn hóa có ý nghĩa quan trọng đối với việc phát triển văn hóa dân tộc, sau đó là đối với phát triển kinh tế - xã hội, đặc biệt là ngành Du lịch.

Luật Di sản văn hóa đã xác định: “Di sản văn hóa Việt Nam là tài sản quý giá của cộng đồng các dân tộc Việt Nam và là một bộ phận của di sản văn hóa nhân loại, có vai trò to lớn trong sự nghiệp dựng nước và giữ nước của nhân dân” [2]. Nghị quyết Trung ương 5 (khóa VIII) đã chỉ rõ: “Di sản văn hóa là tài sản vô giá, gắn kết cộng đồng dân tộc, là cốt lõi của bản sắc dân tộc, cơ sở để sáng tạo những giá trị mới và giao lưu văn hóa” [3]. Tại Hướng dẫn thực hiện Công ước Di sản thế giới, UNESCO cũng xác định: “Di sản văn hóa và thiên nhiên là những tài sản vô giá và không thể thay thế được, không chỉ của một dân tộc, mà còn là của nhân loại nói chung. Bất kỳ di sản nào trong số đó nếu biến mất, do xuống cấp hoặc bị hủy hoại, cũng sẽ làm nghèo đi kho tàng di sản của tất cả các dân tộc trên thế giới” [4].

Riêng đối với phát triển kinh tế xã hội, di sản văn hóa có giá trị đặc biệt đối với dịch vụ du lịch. Di sản văn hóa là tài nguyên du lịch có sức hấp dẫn lớn, là động lực thu hút ngày càng nhiều khách tham quan trong và ngoài nước. Cũng chính sức cuốn hút của di sản văn hóa đã tạo nên những làn sóng đầu tư vào du lịch di sản, sự tham gia vào ngành Du lịch của đông đảo nhân dân. Hiện nay, ngành Du lịch xem di sản văn hóa là nguồn lực chiến lược, là nền tảng, trụ cột quan trọng để phát triển kinh tế du lịch bên cạnh các yếu tố về hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật chuyên ngành và nguồn nhân lực. Di sản văn hóa cũng là công cụ hỗ trợ tích cực trong việc định vị hình ảnh, xây dựng thương hiệu du lịch. Tuy nhiên, cũng chính quá trình phát triển du lịch thiếu kiểm soát ở nhiều nơi đang tác động tiêu cực tới di sản văn hóa. Vì vậy, để phát triển du lịch, các bên liên quan phải cùng hành động, có những biện pháp kiểm soát để bảo tồn và phát huy bền vững đối với di sản văn hóa.

Tuyên Quang là mảnh đất giàu tiềm năng, thế mạnh về du lịch, đã và đang được du khách trong nước và quốc tế biết đến. Sản phẩm du lịch nổi trội của tỉnh là du lịch lịch sử, văn hóa, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch sinh thái, du lịch lễ hội, du lịch tâm linh, du lịch cộng đồng. Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang lần thứ XVI đã xác định mục tiêu phát triển du lịch trở thành một trong 3 lĩnh vực đột phá trong nhiệm kỳ 2015-2020. Để thực hiện mục tiêu đó, Tuyên Quang chủ trương lấy nền tảng văn hóa, truyền thống cách mạng để phát triển kinh tế, xã hội bền vững, đặc biệt lấy văn hóa để phát triển du lịch.

Di sản văn hóa của Tuyên Quang phong phú, đa dạng ở loại hình văn hóa vật thể và văn hóa phi vật thể. Các di sản văn hóa này đã làm nên hồn cốt bản sắc dân tộc của người Tuyên Quang góp phần lớn trong phát triển kinh tế du lịch địa phương. Vì vậy, làm thế nào để bảo tồn và phát huy các giá trị của di sản văn hóa cũng là vấn đề then chốt trong phát triển kinh tế - xã hội bền vững của tỉnh Tuyên Quang.

## 2. GIẢI QUYẾT VẤN ĐỀ

Chúng tôi nghiên cứu vận dụng kỹ thuật tư duy 5W1H trong quản lý di sản để đề xuất các giải pháp bảo tồn và phát huy di sản văn hóa ở tỉnh Tuyên Quang góp phần phát triển bền vững du lịch sinh thái cộng đồng ở địa phương. 5W1H (Tiếng anh là Five Ws hay Five Ws and How) là một kỹ thuật tư duy. Đây là kỹ thuật tư duy dựa trên việc trả lời các câu hỏi bắt đầu từ: What (Cái gì)?, Why (Tại sao)?, Who (Ai? Nhân mạnh đến chủ thể), Where (ở đâu)?, When (Khi nào)? và How (Như thế nào?). Vì vậy, lý thuyết này theo chúng tôi sẽ giúp chúng ta xây dựng định hướng giải pháp: Cộng đồng và các nhân tố liên quan cần phải làm gì, làm như thế nào để

bảo tồn và phát huy các giá trị di sản văn hóa nói chung và tỉnh Tuyên Quang nói riêng trong bối cảnh hội nhập, phát triển du lịch hiện nay.

Để vận dụng kỹ thuật này vào việc xác định các giải pháp bảo tồn và phát huy di sản văn hóa ở Tuyên Quang góp phần phát triển du lịch sinh thái cộng đồng địa phương, chúng tôi xác định các câu hỏi cần trả lời tương ứng 5W1H như sau:

1. What: Bảo tồn và phát huy cái gì?
2. Why: Tại sao phải bảo tồn và phát huy?
3. Who: Bảo tồn và phát huy cho ai? Ai là người thực hiện việc bảo tồn và phát huy?
4. Where: Bảo tồn và phát huy ở đâu?
5. When: Bảo tồn và phát huy khi nào?
6. How: Bảo tồn và phát huy như thế nào?

Sau khi xác định các câu hỏi như trên, chúng tôi lập bảng các định hướng giải pháp bảo tồn và phát huy các di sản văn hóa của tỉnh Tuyên Quang để phát triển du lịch sinh thái cộng đồng từ lý thuyết tư duy quản lý 5W1H.

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

Từ việc trả lời các câu hỏi được đặt ra theo lý thuyết 5W1H, chúng tôi hoàn thành bảng các định hướng giải pháp bảo tồn và phát huy các di sản văn hóa của tỉnh Tuyên Quang để phát triển du lịch sinh thái cộng đồng như sau:

5W1H	Mục tiêu hướng tới	Kết quả đạt được
What?	Di sản văn hóa của tỉnh Tuyên Quang.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bảo tồn được các di sản văn hóa theo định hướng của Đảng và Chính phủ.</li> <li>- Bảo tồn được các di sản văn hóa theo nhu cầu của cộng đồng và yêu cầu để phát triển du lịch địa phương.</li> </ul>
Why?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bảo tồn và phát huy các di sản văn hóa nhằm bảo đảm cơ sở cho việc phát triển du lịch sinh thái cộng đồng, phát triển bền vững của tỉnh Tuyên Quang.</li> <li>- Bảo tồn và phát huy giá trị của các di sản văn hóa mang lại lợi ích cho cộng đồng chủ thể và các nhân tố liên quan khác dưới sự quản lý của nhà nước.</li> <li>- Bảo tồn và phát huy các di sản văn hóa hướng tới việc đảm bảo cơ sở xây dựng một nền văn hóa tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc theo định hướng của Đảng và Nhà nước.</li> <li>- Khẳng định giá trị của các di sản văn hóa đối với cộng đồng, phát triển du lịch.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bảo tồn các di sản văn hóa của tỉnh Tuyên Quang theo định hướng của nhà nước.</li> <li>- Bảo tồn được môi trường hình thành, tồn tại, phát triển, nuôi dưỡng các di sản văn hóa.</li> <li>- Bổ sung, hoàn thiện các chính sách văn hóa, chính sách dân tộc, Luật Di sản.</li> <li>- Xây dựng mô hình bảo tồn có tính chất điển hình.</li> <li>- Đưa ra được các nhóm giải pháp bảo tồn và phát huy mang lại lợi ích cho cộng đồng chủ thể.</li> </ul>

5W1H	Mục tiêu hướng tới	Kết quả đạt được
Who?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cộng đồng chủ thể các dân tộc tỉnh Tuyên Quang.</li> <li>- Nhà nước.</li> <li>- Các cơ quan, ban, ngành có liên quan tỉnh Tuyên Quang.</li> <li>- Các nhân tố xã hội khác.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cộng đồng chủ thể tự ý thức.</li> <li>- Nhà nước pháp quyền quản lý.</li> <li>- Các cơ quan, ban, ngành có liên quan tỉnh Tuyên Quang quản lý dưới cấp Nhà nước.</li> <li>- Các nhân tố xã hội khác: nghệ nhân, nhà khoa học, nhà giáo dục, nhà văn hóa, nhà kinh doanh văn hóa du lịch và những người dân tham gia.</li> </ul>
Where?	<p>Các hình thức bảo tồn và phát huy các giá trị di sản văn hóa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bảo tồn và phát huy trong đời sống.</li> <li>- Bảo tồn và phát huy trong bảo tàng.</li> <li>- Bảo tồn và phát huy tại địa điểm có di sản.</li> <li>- Bảo tồn và phát huy trong sách vở.</li> <li>- Bảo tồn và phát huy trong cộng đồng.</li> <li>- Bảo tồn và phát huy trong mỗi cá nhân.</li> </ul>
When?	<p>Thời gian bảo tồn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bảo tồn và phát huy di sản văn hóa tỉnh Tuyên Quang trong bối cảnh hội nhập và phát triển.</li> <li>- Hướng tới phát triển bền vững trong tương lai của tỉnh Tuyên Quang và cả nước.</li> </ul>
How?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Biện pháp bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa cổ truyền của Tuyên Quang trong bối cảnh hội nhập và phát triển.</li> <li>- Giá trị của các di sản văn hóa cần được bảo tồn và phát huy bằng sự sáng tạo bằng trí tuệ và sự đổi mới.</li> <li>- Cần có chiến lược mang tầm quốc tế trong việc tiếp cận bảo tồn và phát huy các giá trị di sản văn hóa hướng tới sự phát triển bền vững trong môi trường đa văn hóa toàn cầu.</li> <li>- Thúc đẩy việc sử dụng giá trị di sản văn hóa để phát triển cộng đồng DTTS, hòa những giá trị ấy trong dòng chảy văn hóa Việt Nam.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tổ chức, sưu tầm, dịch thuật giới thiệu, nghiên cứu các di sản văn hóa.</li> <li>- Phục dựng các lễ hội truyền thống, sinh hoạt văn hóa đặc sắc trong cộng đồng các DTTS. Khai thác các giá trị của di sản văn hóa trong các hoạt động văn hóa, du lịch cộng đồng.</li> <li>- Đưa kiến thức về di tích lịch sử - cách mạng và kháng chiến, nét văn hóa truyền thống của các DTTS vào quy trình phát triển chương trình giáo dục phổ thông, phát triển chương trình cao đẳng đại học, hoạt động giáo dục trải nghiệm.</li> <li>- Truyền dạy ngôn ngữ, truyền thống văn hóa (nghỉ thức lễ hội, hát Then của người Tày Nùng, hát Páo Dung của dân tộc Dao, hát Soọng Cô của dân tộc Sán Dìu; hát Sinh Ca của dân tộc Cao Lan... cho các DTTS, nhất là thế hệ trẻ.</li> <li>- Quảng bá giá trị văn hóa cổ truyền thông qua các hoạt động truyền thông.</li> <li>- Thực hiện theo luật của Nhà nước, Nghị định Chính phủ về danh hiệu “Nghệ nhân nhân dân” và “nghệ nhân ưu tú” trong lĩnh vực di sản văn hóa phi vật thể; về chế độ hỗ trợ đối với các nghệ nhân.</li> </ul>

Trên cơ sở những định hướng trên, chúng ta có thể xác định mô hình giải pháp bảo tồn và phát huy giá trị văn học cổ truyền các dân tộc thiểu số trong bối cảnh hội nhập và phát triển như sau:



*Mô hình nhóm giải pháp bảo tồn và phát huy di sản văn hóa tỉnh Tuyên Quang*

*Đối với Nhóm giải pháp về Quản lý nhà nước*

- Cần tiếp tục hoàn thiện hệ thống chính sách dân tộc về văn hóa các DTTS, chính sách về di sản văn hóa của Đảng và Nhà nước từ trung ương đến địa phương. Bổ sung hoàn thiện “Luật Di sản” của nhà nước, bổ sung, hoàn thiện dự án “Luật Dân tộc” của Ủy Ban dân tộc; các chính sách dân tộc của Đảng và Nhà nước về văn hóa các DTTS; Tiếp tục cân đối, phân bổ ngân sách Nhà nước, ngân sách tỉnh cho công tác bảo tồn và phát huy các giá trị di sản văn hóa; Xây dựng mô hình bảo tồn và phát huy di sản văn hóa một cách hệ thống từ trung ương đến địa phương.

- Ban hành công cụ pháp luật: Nhà nước sớm nghiên cứu ban hành các bộ luật liên quan đến việc bảo tồn và phát triển văn hóa, ngôn ngữ, điệu hát truyền thống của các DTTS. Chỉ khi có các văn bản công cụ đó thì những giá trị di sản văn hóa phi vật thể mới được bảo tồn, phổ biến rộng rãi.

- Ban hành chính sách cụ thể: Đảng và Nhà nước cần xây dựng những chính sách tác động để làm xuất hiện nhu cầu dùng chữ dân tộc, dùng tiếng nói dân tộc thì dân tộc đó mới thực sự phát triển. Có duy trì ngôn ngữ thì mới có thể phát triển văn hóa tộc người.

- Cần có hệ thống chính sách cho việc in ấn xuất bản các ấn phẩm, các tài liệu thông tin về các di sản văn hóa của tỉnh

*Đối với Nhóm giải pháp đối với Cộng đồng tự quản*

Cộng đồng chủ thể cần được ý thức là nhân tố giữ vai trò trung tâm trong mô hình bảo tồn và phát huy các di sản văn hóa của địa phương bằng hình thức tự quản. Mô hình này được xây dựng trên cơ sở mối quan hệ của các cấp độ trong nhu cầu bảo tồn và phát huy di sản văn hóa của từng dân tộc thiểu số, từng địa phương cấp thôn, xã, huyện. Bao gồm: *nhu cầu tự thể hiện, nhu cầu được tôn trọng, nhu cầu giao tiếp, nhu cầu an toàn trong bối cảnh hội nhập, nhu cầu phát triển tâm sinh, tính cách.* Cộng đồng chủ thể, bao gồm nghệ nhân, nhân sĩ trí thức, những người dân, đặc biệt là thế hệ trẻ người DTTS. Di sản văn hóa phi vật thể sinh ra trong cộng đồng, chỉ được nuôi dưỡng bởi chính cộng đồng đó nên phương thức bảo vệ thích hợp nhất là phát huy giá trị của di sản phục vụ cho sự phát triển của cộng đồng. Do vậy cần:



+ Nâng cao ý thức và thái độ tôn trọng đối với các giá trị văn hóa cổ truyền, di sản văn hóa của dân tộc mình, đặc biệt là thế hệ trẻ người dân tộc thiểu số.

+ Việc bảo tồn các giá trị văn hóa cổ truyền cần có sự tham gia nhiệt thành, cần được hướng dẫn trực tiếp bởi chính những người DTTS với sự tự hào về những di sản văn hóa. Đây cũng là một cách để người dân bản địa tự cân bằng và nâng cao vị thế của cộng đồng mình trong văn hóa truyền thống.

+ Nhận thức về trách nhiệm và quyền lợi gắn với di sản. Chỉ khi cộng đồng phát triển nhờ giá trị của di sản thì mới có động lực để tiếp tục bảo vệ di sản đó.

*Đối với Nhóm giải pháp bảo tồn môi trường sản sinh, nuôi dưỡng di sản văn hóa*

Giải pháp hướng tới bảo tồn môi trường sản sinh hình thành, nuôi dưỡng di sản văn hóa các DTTS như các hoạt động nghi lễ, tín ngưỡng, diễn xướng, sinh hoạt gia đình, làng bản, cộng đồng. Muốn bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa để phát triển du lịch trong bối cảnh hội nhập cần phải bảo tồn trước hết là môi trường sản sinh ra chúng.

*Đối với Nhóm giải pháp Giáo dục*

- Việc giáo dục các giá trị văn hóa truyền thống, di sản văn hóa là rất quan trọng. Việc này chỉ bắt đầu ở bậc đại học là chưa đủ, ta cần cho các em tiếp cận ở những cấp học thấp hơn để có thể tìm hiểu sớm và sâu sắc hơn những giá trị văn hóa truyền thống của các DTTS tỉnh Tuyên Quang. Vì vậy, nhóm giải pháp gắn với các hoạt động giáo dục của nhà trường các cấp trong việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, di sản văn hóa các DTTS trong bối cảnh hội nhập và phát triển kinh tế du lịch. Nâng cao nhận thức của toàn xã hội về việc bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống, di sản văn hóa của các DTTS ở địa phương. Củng cố lòng tin và niềm tự hào của đồng bào các DTTS về giá trị hóa truyền thống, di sản văn hóa của dân tộc mình.

- Nhóm giải pháp này đề xuất vấn đề phát triển chương trình ở các cấp học, xây dựng một chương trình riêng về giáo dục văn hóa truyền thống, di sản văn hóa các DTTS trong hệ thống nhà trường Việt Nam nói chung và tỉnh Tuyên Quang nói riêng. Cần xây dựng chương trình Nhà trường, chương trình địa phương, phải xử lý tốt mối quan hệ giữa dạy văn học, lịch sử, địa lý, văn hóa nghệ thuật của đất nước nói chung với dạy văn học, lịch sử, địa lý, văn hóa nghệ thuật của địa phương, của các DTTS; dựa vào Ngữ văn dân tộc DTTS tiến hành dạy tiếng Việt và văn học Việt Nam; Phải thực hiện cho được công việc bồi dưỡng giáo viên giảng dạy ở các trường thuộc vùng DTTS thông hiểu ngôn ngữ DTTS để thầy, cô có thể trao truyền những tinh hoa văn hóa dân tộc cho các thế hệ học sinh dân tộc.

*Đối với Nhóm giải pháp về Văn hóa và ngôn ngữ*

- Nhóm giải pháp gắn với đặc thù văn hóa, văn học và bảo tồn ngôn ngữ của từng DTTS trong việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, di sản văn hóa trong bối cảnh hội nhập và phát triển.

- Nhóm giải pháp hướng tới việc xây dựng môi trường đa văn hóa trong bối cảnh hội nhập và phát triển nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, di sản văn hóa các dân tộc thiểu số tỉnh Tuyên Quang.

- Giải pháp này cũng đặc biệt nhấn mạnh vào công tác sưu tầm, dịch thuật, nghiên cứu giới thiệu để bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, di sản văn hóa.

- Nhóm giải pháp xác định việc giáo dục trên sách vở cũng là chưa đủ, việc giáo dục văn hóa phải gắn liền với sân khấu diễn xướng, phục dựng lễ hội, sinh hoạt văn hóa cộng đồng trong đời sống hằng ngày để thể hiện trọn vẹn, sinh động hơn những giá trị của bản sắc các DTTS tỉnh Tuyên Quang.

#### *Đối với Nhóm giải pháp về hoạt động truyền thông*

Nhóm giải pháp thể gắn với vai trò của các hoạt động truyền thông như báo chí, Facebook, Internet trong việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, di sản văn hóa trong bối cảnh đổi mới, hội nhập và phát triển du lịch. Nhóm giải pháp này đặc biệt nhấn mạnh vào việc đề xuất giải pháp hình thành trang web về di sản văn hóa các DTTS tỉnh Tuyên Quang và các chuyên mục riêng trong mỗi trang web về hoạt động bảo tồn và phát huy di sản văn hóa ở các địa phương để lan tỏa cách làm hay, việc làm ý nghĩa.

Sáu nhóm giải pháp để bảo tồn và phát huy di sản văn hóa tỉnh Tuyên Quang nêu trên đã và đang được thực hiện tuy nhiên chưa thống nhất, đồng bộ và kết nối với nhau trong một mô hình chung. Cho đến nay, tuy đã nhận được rất nhiều sự quan tâm của Đảng và Nhà nước, chính quyền tỉnh Tuyên Quang nhưng do hoàn cảnh lịch sử để lại, kinh tế - xã hội của nhiều vùng DTTS tại địa phương còn kém phát triển, mang nặng tính tự cấp, tự túc, dựa nhiều vào tự nhiên. Nhiều dân tộc trình độ dân trí, văn hóa còn thấp, còn tồn tại nhiều phong tục cổ hủ, lạc hậu. Điều này gây trở ngại trong việc thực hiện các chính sách dân tộc nói chung và các chính sách bảo tồn, phát triển các di sản văn hóa tinh thần của đồng bào DTTS nói riêng. Trong khi đó, các cơ quan nghiên cứu và triển khai thực hiện chính sách dân tộc, đặc biệt là chính sách văn hóa nghệ thuật ở địa phương và Luật Di sản còn nhiều lúng túng, khó khăn, bất cập. Hầu hết các địa phương vùng DTTS trong tỉnh đều thiếu các cơ quan nghiên cứu để giúp đỡ, tham mưu cho chính quyền trong việc hoạch định và thực thi những chương trình cụ thể để bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, di sản văn hóa. Một số nội dung chính sách được đề xuất nhưng do chưa nghiên cứu một cách đầy đủ, hệ thống nên chưa phù hợp với đặc điểm, tập quán của đồng bào dẫn đến việc phải điều chỉnh, gây lãng phí và hiệu quả thấp. Cơ chế quản lý vẫn chưa thực sự khắc phục được tình trạng bình quân trong phân bổ nguồn lực. Kinh phí cho hoạt động tuyên truyền, bảo tồn di sản văn hóa còn nhiều hạn chế. Do vậy, việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa, di sản văn hóa của các DTTS Việt Nam nói chung và tỉnh Tuyên Quang nói riêng còn đang gặp rất nhiều khó khăn và trở nên cấp bách. Bản sắc văn hóa truyền thống, di sản văn hóa của nhiều dân tộc vẫn đang có nguy cơ mai một, bị ảnh hưởng theo nhiều chiều khác nhau, nhất là khi được khai thác vào phát triển kinh tế du lịch.

## **4. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ**

Di sản văn hóa có vai trò quan trọng trong xác lập bản sắc văn hóa dân tộc, là tài sản vô giá không thể thay thế. Đối với phát triển kinh tế - xã hội, di sản văn hóa là tài nguyên du lịch, là nguồn lực chiến lược, là nền tảng, trụ cột quan trọng để phát triển kinh tế du lịch. Việc đề xuất giải pháp, mô hình giải pháp bảo tồn và phát huy di sản văn hóa là cần thiết. Từ lý luận tư duy quản lý 5W1H, chúng tôi đã định hướng được các giải pháp và xây dựng mô hình 6 nhóm giải pháp để bảo tồn và phát huy di sản văn hóa tỉnh Tuyên Quang: Nhóm giải pháp về Quản lý nhà nước; nhóm giải pháp đối với Cộng đồng tự quản; nhóm giải pháp Bảo tồn môi trường sản sinh, nuôi dưỡng di sản văn hóa; nhóm giải pháp về Giáo dục; nhóm giải pháp về Văn hóa và ngôn ngữ; nhóm giải pháp về Hoạt động truyền thông.

Để đạt hiệu quả trong công tác bảo tồn và phát huy di sản văn hóa địa phương, lãnh đạo tỉnh Tuyên Quang cần tiếp tục chỉ đạo các cơ quan ban ngành, cộng đồng nghiên cứu sâu, cụ thể hóa các nhóm giải pháp và thực hiện đồng bộ các nhóm giải pháp trên.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nghị quyết số 33-NQ/TW ngày 9/6/2014 của Ban Chấp hành Trung ương khóa XI về Xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước.
2. Luật Di sản văn hóa, Số 10/VBHN-VPQH ngày 23 tháng 7 năm 2013.
3. Nghị quyết số 03-NQ/TW ngày 16/7/1998 của Ban chấp hành Trung ương Đảng Khóa VIII về Xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc.
4. Trung tâm Di sản Thế giới của UNESCO (2002), Hướng dẫn thực hiện Công ước Di sản thế giới.
5. Trung tâm xúc tiến đầu tư tỉnh Tuyên Quang, website: [www.dulichtuyenquang.gov.vn](http://www.dulichtuyenquang.gov.vn); [www.tuyenquangtourism.gov.vn](http://www.tuyenquangtourism.gov.vn)

## ORIENTATION THE SOLUTIONS FOR PRESERVING AND PROMOTING CULTURAL HERITAGE IN TUYEN QUANG PROVINCE BY “5W1H”

**Nguyen Thi Hoa**

*Thai Nguyen University of Education*

### Abstract

Cultural heritage is a tourism resource, a strategic resource, a foundation and an important pillar to develop tourism economy in addition to the elements of infrastructure, specialized technical and material facilities and human resources. However, the process of developing uncontrolled tourism in many places are negatively impacting cultural heritage. Therefore, the local authorities must have appropriate control measures to preserve and promote sustainable cultural heritage in tourism development. That is also a problem for Tuyen Quang province in the process of building and developing tourism, especially community ecotourism.

Preserving and promoting cultural heritage is oriented to build on the basis of cooperation of components and theoretical issues of management thinking. Therefore, in the scope of the article, the author studies applying "the five Ws and How" in heritage management to propose solutions to preserve and promote cultural heritage in Tuyen Quang province. We have identified solutions and built a model of 6 solutions groups to preserve and promote cultural heritage in Tuyen Quang province: Solutions group about State management; solution group for Autonomous Community; group of solutions to conserve the reproductive environment and cultivate cultural heritage; education solutions group; group of cultural and linguistic solutions; solution group about Communication activities.

### Keywords

Cultural heritage, tourism, eco-tourism, community tourism, Tuyen Quang.

## MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM KHAI THÁC TÀI NGUYÊN TỰ NHIÊN TRONG PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG DU LỊCH SINH THÁI TẠI TỈNH TUYÊN QUANG

**Đặng Như Thường**  
Trường Đại học Vinh

### Tóm tắt

Tuyên Quang là một trong những tỉnh thuộc Đông Bắc Việt Nam có tài nguyên du lịch tự nhiên phong phú, đa dạng như rừng, núi, hồ, thác, suối... đang được khai thác và phục vụ cho các hoạt động du lịch địa phương. Trong đó, phát triển du lịch sinh thái cộng đồng ngày càng đóng vai trò chủ đạo, thu hút lượng khách du lịch đông đảo và chiếm tỷ trọng ngày càng lớn trong nguồn thu của tỉnh. Tuy nhiên, so với tiềm năng và thế mạnh vốn có, kết quả kinh doanh loại tài nguyên du lịch tự nhiên hiện nay ở Tuyên Quang vẫn chưa cao và chưa khai thác được triệt để các loại tài nguyên du lịch tự nhiên trên địa bàn. Vì thế, trong khuôn khổ bài viết này, chúng tôi chỉ ra những thế mạnh và một số tồn tại trong phát triển du lịch sinh thái cộng đồng tại tỉnh Tuyên Quang, từ đó mạnh dạn đề xuất một số giải pháp nhằm khai thác hiệu quả tài nguyên du lịch tự nhiên theo hướng phát triển bền vững.

### Từ khóa

Tuyên Quang, tài nguyên du lịch tự nhiên, rừng, núi, hồ, suối, thác, bền vững.

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong những năm gần đây, phát triển du lịch sinh thái theo hướng bền vững là một trong những chủ đề được các nhà nghiên cứu và phát triển du lịch trên toàn thế giới và Việt Nam quan tâm sâu sắc. Bởi phát triển du lịch không đơn thuần chỉ dựa vào việc khai thác các yếu tố tự nhiên, văn hóa, xã hội và môi trường, mà nó còn có tác động rõ rệt đến kinh tế, văn hóa, xã hội và môi trường ở từng địa phương, từng quốc gia trong bối cảnh hiện nay.

Tuyên Quang là một trong những tỉnh thuộc Đông Bắc Việt Nam có nhiều tài nguyên du lịch tự nhiên phong phú, đa dạng như: rừng, núi, hồ, thác, suối... Trong đó, nổi bật nhất là các cụm du lịch: Khu du lịch sinh thái Na Hang; Khu du lịch sinh thái Bản Ba; Khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm; Khu bảo tồn thiên nhiên Tát Kè - Bản Bung; Khu du lịch rừng nguyên sinh Cham Chu... Các cụm du lịch trên trải dài trong một không gian rộng lớn, với nhiều điểm du lịch khác nhau là điều kiện thuận lợi để tỉnh Tuyên Quang phát triển du lịch sinh thái bền vững.

Có thể nói sự kết hợp giữa tài nguyên du lịch tự nhiên với tài nguyên du lịch nhân văn đã góp phần tạo nên một điểm đến du lịch Tuyên Quang vô cùng hấp dẫn. Xác định được những lợi thế trên, trong thời gian qua tỉnh Tuyên Quang đã có nhiều biện pháp để phát triển du lịch địa phương, cụ thể như: Hoàn thiện hồ sơ và được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Tân Trào đến năm 2030; Đẩy mạnh xúc tiến, quảng bá du lịch tỉnh; Thực hiện nhiều cơ chế, chính sách ưu đãi nhằm thu hút các doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực du lịch; Tăng cường liên kết vùng để phát triển du lịch; Chú trọng bảo quản, tu bổ, phục hồi các di tích lịch sử - văn hóa, di tích lịch sử cách mạng và kháng chiến An toàn khu; Đầu tư

xây dựng các làng văn hóa gắn với phát triển du lịch cộng đồng như Làng văn hóa thôn Giếng Tanh (xã Kim Phú, huyện Yên Sơn); Làng văn hóa thôn Khau Tràng (xã Hồng Thái, huyện Na Hang)...; Bên cạnh đó, tỉnh Tuyên Quang còn ký biên bản thỏa thuận và ban hành quy chế hoạt động của cụm hợp tác phát triển du lịch với các tỉnh, thành phố Cao Bằng, Bắc Kạn, Lạng Sơn, Thái Nguyên, Hà Giang, Phú Thọ, Vĩnh Phúc, Hà Nội và Châu Văn Sơn (Việt Nam - Trung Quốc), tỉnh Xiêng Khoảng (Lào)...<sup>214</sup>

Mặc dù có nhiều biện pháp và chính sách để đầu tư phát triển nhưng nhìn chung, hoạt động kinh doanh du lịch của tỉnh Tuyên Quang trong những năm qua chưa có những thay đổi lớn, mức tăng bình quân về lượng khách du lịch và doanh thu du lịch chưa tương xứng với tiềm năng và thế mạnh vốn có của tỉnh. Thực trạng này đã ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả kinh doanh và gây ra tình trạng lãng phí tài nguyên du lịch, trong đó có tài nguyên du lịch tự nhiên của tỉnh Tuyên Quang.

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

Để thực hiện bài viết này, chúng tôi trên cơ sở lý luận và các phương pháp cụ thể như sau:

### 2.1. Về cơ sở lý luận

Căn cứ vào *Luật Du lịch Việt Nam* do Quốc hội Việt Nam ban hành năm 2005, tài nguyên du lịch được định nghĩa một cách cụ thể, đó là: tài nguyên du lịch là cảnh quan thiên nhiên, yếu tố tự nhiên, di tích lịch sử - văn hóa, công trình lao động sáng tạo của con người và các giá trị nhân văn khác có thể được sử dụng nhằm đáp ứng nhu cầu du lịch, là yếu tố cơ bản để hình thành các khu du lịch, điểm du lịch, tuyến du lịch, đô thị du lịch.

Trong đó, tài nguyên du lịch được chia thành tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch nhân văn (đang được khai thác và chưa được khai thác). Cụ thể như sau:

- Tài nguyên du lịch tự nhiên gồm: các yếu tố địa chất, địa hình, địa mạo, khí hậu, thủy văn, hệ sinh thái, cảnh quan thiên nhiên (bờ biển, hải đảo, núi, sông, suối nóng, suối khoáng các khu vực tự nhiên có cảnh quan đẹp, hang động, vực sâu, chim thú quý hiếm...) có thể được sử dụng phục vụ mục đích du lịch.

- Tài nguyên du lịch nhân văn gồm: truyền thống văn hóa, các yếu tố văn hóa, văn nghệ dân gian, di tích lịch sử, cách mạng khảo cổ, kiến trúc, các công trình lao động sáng tạo của con người và các di sản văn hóa vật thể, phi vật thể khác có thể được sử dụng phục vụ mục đích du lịch<sup>215</sup>.

Xuất phát từ quan điểm khai thác, phát triển du lịch nhằm đảm bảo lợi ích về kinh tế, văn hóa và xã hội cho các bên tham gia, đồng thời có trách nhiệm gìn giữ môi trường sinh thái tự nhiên..., *Liên minh bảo tồn thế giới (WCU)* khuyến khích các quốc gia thực hiện chiến lược phát triển du lịch theo hướng bền vững, trên nguyên tắc di chuyển và tham quan các vùng du lịch tự nhiên một cách có trách nhiệm với môi trường để tận hưởng và đánh giá cao tự nhiên (*World Conservation Union, 1996*).

<sup>214</sup> Báo cáo tình hình hoạt động du lịch Tuyên Quang các năm 2017, 2018, lưu tại Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Tuyên Quang; <https://nhandan.com.vn/du-lich/item/40736502-tuyen-quang-chu-trong-quang-ba-phat-trien-du-lich.html>

<sup>215</sup> Quốc hội Việt Nam (2005), *Luật Du lịch Việt Nam*, <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Thuong-mai/Luat-du-lich-2005-44-2005-QH11-2659.aspx>

Theo quan điểm trên, năm 2005, Quốc hội Việt Nam đã ban hành *Luật Du lịch Việt Nam*, trong đó khẳng định: Du lịch bền vững là sự phát triển du lịch đáp ứng được các nhu cầu hiện tại mà không làm tổn hại đến khả năng đáp ứng nhu cầu về du lịch của tương lai. Vì thế, một trong những nguyên tắc phát triển du lịch của Việt Nam hiện nay là: phát triển du lịch bền vững, theo quy hoạch, kế hoạch, bảo đảm hài hòa giữa kinh tế, xã hội và môi trường; phát triển có trọng tâm, trọng điểm theo hướng du lịch văn hóa - lịch sử, du lịch sinh thái; bảo tồn, tôn tạo, phát huy giá trị của tài nguyên du lịch<sup>216</sup>.

Bên cạnh đó, theo *Hiệp hội Du lịch Sinh thái thế giới*, du lịch bền vững chính là sự hội tụ của ba yếu tố cơ bản, bao gồm: thân thiện với môi trường; gắn gũi về văn hóa xã hội; có kinh tế. Do vậy, một đơn vị kinh doanh du lịch nếu hội tụ đủ 3 tiêu chí trên sẽ nhanh chóng trưởng thành và đạt hiệu quả “kinh doanh tốt”. Từ đó, góp phần tăng cường bảo tồn nguồn lợi tự nhiên, đánh giá cao giá trị văn hóa và mang lợi tức đến cho đơn vị kinh doanh du lịch và cộng đồng.

Dựa theo những quan điểm phát triển du lịch bền vững của quốc tế và Việt Nam, chúng tôi cho rằng, để khai thác tài nguyên du lịch hiệu quả theo hướng bền vững cần đảm bảo 3 yếu tố cơ bản sau:

- Khai thác, sử dụng các nguồn tài nguyên du lịch một cách hợp lý và giảm thiểu chất thải ra môi trường; phát triển du lịch phải gắn liền với nỗ lực bảo tồn tính đa dạng của tài nguyên.
- Phát triển du lịch phải phù hợp với quy hoạch tổng thể kinh tế - xã hội vì du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, có tính liên ngành, liên vùng cao nên mọi phương án khai thác tài nguyên để phát triển du lịch phải phù hợp với quy hoạch chuyên ngành nói riêng và quy hoạch tổng thể kinh tế - xã hội nói chung ở phạm vi quốc gia, vùng và địa phương.
- Nâng cao nhận thức, vai trò, trách nhiệm, sự tham gia, ý kiến đóng góp của các đối tượng tham gia du lịch trong việc khai thác và bảo vệ tài nguyên du lịch; đồng thời tăng cường tính trách nhiệm trong hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch.

## 2.2. Về phương pháp nghiên cứu

Bài viết này được thực hiện dựa trên những thông tin và số liệu thu thập từ Quyết định số 28/QĐ-UBND phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang đến năm 2020, định hướng đến năm 2030; Báo cáo số lượng khách du lịch đến Tuyên Quang từ năm 2014 đến năm 2018; Báo cáo tình hình hoạt động du lịch Tuyên Quang các năm 2017, 2018 và một số nghiên cứu liên quan đăng trên các trang Web, các tạp chí chuyên ngành, kỷ yếu hội thảo khoa học...

Bên cạnh đó, chúng tôi sử dụng phương pháp duy vật biện chứng để xem xét các vấn đề liên quan đến phát triển du lịch sinh thái bền vững trong mối quan hệ biện chứng, thống nhất. Cụ thể là từ cơ sở lý thuyết về tài nguyên du lịch và phát triển du lịch bền vững, chúng tôi tiến hành thống kê khái quát tài nguyên du lịch của tỉnh Tuyên Quang, trình bày thực trạng hoạt động kinh doanh các loại tài nguyên du lịch tự nhiên ở một số khu du lịch tiêu biểu, kết hợp với đánh giá thế mạnh và những hạn chế trong hoạt động khai thác tài nguyên du lịch tự nhiên rừng, núi, hồ, thác, suối tại Tuyên Quang. Từ đó, đề xuất các giải pháp nhằm khai thác hiệu quả và phát triển bền vững du lịch sinh thái cộng đồng tại tỉnh Tuyên Quang trong giai đoạn hiện nay.

Ngoài các phương pháp trên, chúng tôi còn sử dụng kết hợp các phương pháp khác như phân tích, so sánh, đối chiếu, tổng hợp... nhằm làm rõ mục đích nghiên cứu và khai thác tài nguyên du lịch tự nhiên trong phát triển du lịch sinh thái theo hướng bền vững ở tỉnh Tuyên Quang hiện nay.

<sup>216</sup> Quốc hội Việt Nam (2005), *Luật Du lịch Việt Nam*, <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Thuong-mai/Luat-du-lich-2005-44-2005-QH11-2659.aspx>

### 3. THỰC TRẠNG KHAI THÁC TÀI NGUYÊN DU LỊCH TỰ NHIÊN TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI TẠI TỈNH TUYÊN QUANG

#### 3.1. Khái quát về tài nguyên du lịch của tỉnh Tuyên Quang

Dựa trên cách tiếp cận tài nguyên du lịch và phát triển du lịch bền vững trong *Luật Du lịch Việt Nam* năm 2005, ở phạm vi bài viết này, chúng tôi tiếp cận theo hai hướng chính sau đây:

- Tài nguyên du lịch núi, rừng, hồ, thác, suối là loại tài nguyên du lịch tự nhiên. Đây là cơ sở hình thành nên hoạt động du lịch nhằm thỏa mãn nhu cầu về với thiên nhiên của con người. Do vậy, khai thác du lịch núi, rừng, hồ, thác, suối dựa trên các vùng địa lý hay các địa phương có các tài nguyên du lịch đặc trưng này để hình thành các điểm du lịch nhằm phục vụ nhu cầu tham quan, giải trí, nghỉ dưỡng của du khách trong nước và quốc tế.

- Khai thác tài nguyên du lịch núi, rừng, hồ, thác, suối theo hướng phát triển bền vững nghĩa là tạo ra các dịch vụ du lịch nhằm tăng lượng khách, tăng doanh thu du lịch, tạo việc làm, phúc lợi cho người dân địa phương nhưng đồng thời cũng góp phần bảo tồn và duy trì tài nguyên du lịch cho tương lai.

Với nguồn tài nguyên du lịch đa dạng, trong bản *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang đến năm 2020, tầm nhìn 2030* đã xác định mục tiêu cụ thể như sau:

- Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh.
- Phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, có trọng tâm, trọng điểm; chú trọng phát triển theo chiều sâu, đảm bảo chất lượng và hiệu quả, khẳng định thương hiệu và khả năng cạnh tranh.
- Phát triển du lịch bền vững, gắn chặt với bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa dân tộc; giữ gìn cảnh quan, bảo vệ môi trường; bảo đảm quốc phòng, an ninh, trật tự an toàn xã hội.
- Đẩy mạnh xã hội hóa, huy động mọi nguồn lực đầu tư phát triển du lịch; phát huy tối đa tiềm năng, lợi thế của các huyện, thành phố; tăng cường liên kết phát triển du lịch<sup>217</sup>.

Với định hướng trên, trong thời gian qua, Tuyên Quang đã có rất nhiều chính sách ưu đãi nhằm tập trung xây dựng và phát triển du lịch địa phương, đưa Tuyên Quang trở thành một điểm đến du lịch hấp dẫn.

Qua khảo sát các nguồn tài liệu, chúng tôi đưa ra bản thống kê khái quát về tài nguyên du lịch chủ yếu của tỉnh Tuyên Quang như sau:

*Bảng 1. Tài nguyên du lịch của tỉnh Tuyên Quang*

TT	Tài nguyên du lịch	Nội dung chi tiết
1	Tài nguyên tự nhiên	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rừng, núi, động: Du lịch sinh thái rừng nguyên sinh Cham Chu; Khu sinh thái Núi Dùm; Khu bảo tồn thiên nhiên Tát Kê - Bản Bung; Thắng cảnh Thượng Lâm hệ thống núi đá, hang động - công viên địa chất Việt Nam; Động Tiên...</li> <li>- Hồ, thác, suối: Hồ thủy điện Na Hang; Hồ thủy điện Chiêm Hóa; Hồ Khôn; Thác Bản Ba; Suối nước khoáng Mỹ Lâm...</li> <li>- Hệ thống sinh thái nông nghiệp gắn với các làng nghề, các làng văn hóa dân tộc thiểu số; du lịch sinh thái nhà vườn...</li> </ul>

<sup>217</sup> Quyết định số 28/QĐ-UBND, *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang đến năm 2020, tầm nhìn 2030*, 2013, lưu tại Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Tuyên Quang.

TT	Tài nguyên du lịch	Nội dung chi tiết
2	Tài nguyên nhân văn	<p>- Tài nguyên vật thể: Khu di tích quốc gia đặc biệt Tân Trào; Di tích lịch sử cách mạng Lào - Làng Ngòi, Đá Bàn (Mỹ Bằng); Di tích thành cổ Tuyên Quang; Di tích lịch sử Kim Bình và hệ thống di tích kháng chiến; chùa Bảo Ninh Sùng Phúc; chùa Phúc Lâm; đền Bách Thần; đền Đàm Hồng; đền Thác Cái; các di chỉ khảo cổ; Làng văn hóa dân tộc Tày, Dao, Mông, Cao Lan, Quần Trắng; các quần thể vui chơi giải trí, các khu bảo tồn văn hóa dân tộc đa dạng, phong phú, các khách sạn, nhà hàng cao cấp, các khu mua sắm và nhiều món ăn dân tộc, đặc sản nổi tiếng như xôi ngũ sắc, mắm cá ruộng, rượu nếp cái hoa vàng...</p> <p>- Tài nguyên Phi vật thể: du thuyền sông Lô, thưởng thức nghệ thuật...; Đêm hội Trung thu Thành Tuyên; Lễ hội Lòong tồng; Lễ hội đình Giếng Tanh; Lễ hội đình Minh Cầm; Lễ hội Đàm Mây; Lễ hội đền Minh Lương; Du lịch tín ngưỡng, tâm linh...</p>

*Nguồn: Tổng hợp từ Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang đến năm 2020, tầm nhìn 2030, 2013, Lưu tại Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Tuyên Quang; Báo cáo tình hình hoạt động du lịch Tuyên Quang các năm 2017, 2018, Lưu tại Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Tuyên Quang.*

Qua bản thống kê cho thấy, tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn của tỉnh Tuyên Quang rất phong phú, trong đó tài nguyên du lịch tự nhiên được xem là thế mạnh của địa phương trong việc phát triển loại hình du lịch sinh thái như du lịch rừng, núi, hồ, suối, thác... Trong đó, các tài nguyên du lịch tự nhiên được đánh giá là hấp dẫn và đã đưa vào khai thác du lịch nhưng chưa đạt kết quả như mong đợi. Do vậy, khai thác tài nguyên du lịch rừng, núi, hồ, thác, suối... một cách có hiệu quả sẽ góp phần to lớn đối với việc phát triển du lịch Tuyên Quang nói riêng và kinh tế Tuyên Quang nói chung.

### 3.2. Thực trạng kinh doanh và phát triển du lịch tại tỉnh Tuyên Quang

Sau hơn ba năm thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ 16, nhiệm kỳ 2015-2020, tỉnh Tuyên Quang đã đón tổng cộng hơn 4,74 triệu lượt khách du lịch; doanh thu xã hội từ du lịch đạt hơn 4.123 tỷ đồng. Trong đó, năm 2017, lượng khách đến với tỉnh đạt 1,59 triệu lượt, tăng 10,4% so với năm 2016. Doanh thu về du lịch đạt 1.362 tỷ đồng, tăng 9,9% so với năm trước<sup>218</sup>. Năm 2018, tỉnh đón hơn 1,7 triệu lượt khách du lịch. Đến năm 2019, tỉnh phấn đấu đón 1,86 triệu lượt khách du lịch và doanh thu xã hội từ du lịch đạt hơn 1.700 tỷ đồng (Nghị quyết đề ra đến năm 2020, đón 1,7 triệu lượt khách du lịch). Bên cạnh đó, Tuyên Quang hiện có 280 cơ sở lưu trú du lịch, với gần ba nghìn phòng. Trong đó có một khách sạn đạt tiêu chuẩn năm sao, 37 khách sạn đạt tiêu chuẩn một đến hai sao<sup>219</sup>...

Với những kết quả đạt được trong những năm qua đã khẳng định chủ trương, chính sách và đường lối tỉnh Tuyên Quang trong phát triển du lịch về cơ bản là đúng hướng. Vì thế, hiện nay, tỉnh Tuyên Quang đang tích cực phối hợp với các ban ngành để hoàn thiện hồ sơ đề xuất UNESCO công nhận “Hát Then của người Tày - Nùng - Thái ở Việt Nam” là di sản phi vật thể

<sup>218</sup> Báo cáo tình hình hoạt động du lịch Tuyên Quang các năm 2017, 2018, lưu tại Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Tuyên Quang; <https://nhandan.com.vn/du-lich/item/40736502-tuyen-quang-chu-trong-quang-ba-phat-trien-du-lich.html>

<sup>219</sup> <https://nhandan.com.vn/du-lich/item/40736502-tuyen-quang-chu-trong-quang-ba-phat-trien-du-lich.html>



đại diện của nhân loại; Xây dựng hồ sơ Khu di sản thiên nhiên Na Hang (Tuyên Quang) - Ba Bể (Bắc Kạn) trình UNESCO đưa vào danh mục xây dựng hồ sơ di sản thế giới...

Qua thực tế nghiên cứu cho thấy, các điểm du lịch của tỉnh Tuyên Quang được phân bố trên địa bàn rộng và gắn liền với lợi thế về các tài nguyên du lịch tự nhiên như rừng, núi, hồ, suối, thác... Tuy nhiên, trong phạm vi bài viết này, chúng tôi chỉ lựa chọn trình bày 3 điểm du lịch sinh thái tự nhiên tiêu biểu, đại diện cho các loại hình kinh doanh tài nguyên du lịch tự nhiên của tỉnh và thu hút lượng khách du lịch tương đối lớn, đó là: Khu du lịch sinh thái Na Hang; Khu du lịch sinh thái Bản Ba; Khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm.

\* *Khu du lịch sinh thái Na Hang*

Khu du lịch sinh thái Na Hang thuộc huyện Na Hang, tỉnh Tuyên Quang, được đông đảo du khách biết đến với nhiều danh lam thắng cảnh nổi tiếng như: Hồ thủy điện Na Hang, thác Mơ, thác Khuổi Nhi (thác Tin Tát), 99 ngọn núi Ái Âu, Cọc Vài Phạ (Cọc Trâu Trời), động Song Long, hang Phia Vài, hang Mưa, ruộng bậc thang Hồng Thái... Đến Na Hang, khách du lịch sẽ được trải nghiệm các loại hình du lịch đa dạng ở vùng lòng hồ với hệ thống các thác nước như: thác Mơ, thác Khuổi Nhi (thác Tin Tát); Trải nghiệm khu Danh lam thắng cảnh Quốc gia đặc biệt, Khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang - Lâm Bình, với những cánh rừng nguyên sinh, những cây nghìn năm tuổi, hang Mưa, hang Phia Vài; Du thuyền trên sông để chiêm ngưỡng quần thể 99 ngọn núi được ví như “Hạ Long cạn giữa đại ngàn” với hòn Cọc Vài Phạ (Cọc Trâu Trời) trong truyền thuyết Tàì Ngào năm xưa...

Có thể nói, sau gần 10 năm thực hiện công tác quy hoạch phát triển (2010-2019), Khu du lịch sinh thái Na Hang đã có bước phát triển vững chắc. Số lượng khách du lịch tham quan qua các năm tăng nhanh: năm 2010: 22.000 lượt người; 2013: 67.000 lượt người; năm 2015: 124.715 lượt người<sup>220</sup>. Đến năm 2019, Theo Ban Quản lý Khu du lịch sinh thái Na Hang, trong 6 tháng đầu năm, lượng khách du lịch đến tham quan, trải nghiệm đạt trên 97.000 lượt người, tăng 13,7% so với cùng kỳ năm 2018. Trong đó, khách quốc tế là 558 lượt người và khách trong nước trên 96.400 lượt người; doanh thu từ dịch vụ lưu trú và vận chuyển khách du lịch bằng đường thủy đạt hơn 4 tỷ đồng<sup>221</sup>. Với những kết quả đạt được, hiện nay, Ban Quản lý Khu du lịch sinh thái Na Hang đang tích cực phối hợp với Ủy ban Nhân dân huyện Na Hang và các cơ quan chức năng của tỉnh để tiếp tục triển khai các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng du lịch trên địa bàn, đưa Khu du lịch sinh thái Na Hang trở thành điểm du lịch hấp dẫn bậc nhất tỉnh Tuyên Quang.

\* *Khu du lịch sinh thái Bản Ba*

Khu du lịch sinh thái Bản Ba thuộc huyện Chiêm Hóa, tỉnh Tuyên Quang. Đây là điểm sinh thái đã được nhà nước công nhận xếp hạng Di tích Quốc gia thắng cảnh năm 2007. Hiện nay, điểm du lịch sinh thái Bản Ba đã được đầu tư xây dựng với các hạng mục mang bản sắc đồng bào dân tộc vùng cao Tuyên Quang. Đến với Khu du lịch sinh thái Bản Ba, khách du lịch sẽ được tham quan các thắng cảnh tuyệt đẹp của dòng thác bạc Bản Ba với ba tầng thác uốn lượn; cùng phong cảnh hoang sơ với hệ sinh thái bao gồm những cánh rừng cổ thụ vài trăm năm tuổi, thảm thực vật phong phú, dòng thác đổ xuống tạo nên khung cảnh đẹp như tranh vẽ... Tất cả đã tạo cho Khu du lịch sinh thái Bản Ba một vẻ đẹp nguyên sơ và đầy thơ mộng.

<sup>220</sup> <http://baotuyenquang.com.vn/du-lich/buoc-phat-trien-cua-du-lich-na-hang-69371.html>

<sup>221</sup> <http://baotuyenquang.com.vn/trang-dia-phuong/na-hang/du-lich-ho-sinh-thai-na-hang-thu-hut-du-khach-119550.html>

Trong những năm qua, để phát huy những tiềm năng du lịch của địa phương, huyện Chiêm Hóa đã triển khai nhiều giải pháp, ban hành các cơ chế chính sách nhằm khuyến khích phát triển du lịch trên địa bàn; đồng thời xây dựng kế hoạch phát triển du lịch đến năm 2020, trong đó tập trung vào các chính sách đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng du lịch, kết hợp với giới thiệu các sản phẩm truyền thống, đặc sản của địa phương; đẩy mạnh liên kết, phát triển các tour du lịch đến các điểm, khu du lịch trong huyện; tăng cường xúc tiến, quảng bá tiềm năng, lợi thế phát triển du lịch của huyện, khuyến khích các địa phương, người dân phát triển sản phẩm du lịch tạo được dấu ấn, thu hút du khách<sup>222</sup>.

Mặc dù có nhiều cố gắng, nhưng hiệu quả kinh doanh và số lượng khách du lịch đến với Khu du lịch sinh thái Bản Ba trong những năm qua còn rất hạn chế, hiệu quả kinh doanh du lịch còn thấp, các sản phẩm du lịch còn hết sức nghèo nàn. Vì thế, hy vọng rằng trong tương lai không xa, Khu du lịch sinh thái Bản Ba sẽ trở thành điểm du lịch hấp dẫn du khách trong nước và quốc tế.

\* *Khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm*

Khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm thuộc địa phận huyện Yên Sơn, tỉnh Tuyên Quang. Nằm giữa khung cảnh núi rừng yên bình, không khí trong lành, với nguồn nước khoáng thiên nhiên quý giá, được nhà địa chất học người Pháp C.Madrolle phát hiện từ năm 1923 với nhiệt độ lên đến 67°C. Năm 1965, Khu nghỉ dưỡng suối khoáng Mỹ Lâm đã được xây dựng với nguồn nước sạch trong long đất rất trong, không vi khuẩn gây bệnh, có thể uống và là một trong số ít những mỏ nước khoáng tốt nhất miền Bắc Việt Nam.

Đặc biệt, tháng 9/2005, tỉnh Tuyên Quang đã có quyết định phê duyệt Quy hoạch Khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm với tổng diện tích 1.061,3ha, bao gồm các khu chức năng chính như vui chơi giải trí nghỉ dưỡng (107ha), lâm viên (229,4ha), trang trại trồng rừng (386ha), làng văn hóa dân tộc, khu đón khách và dịch vụ tổng hợp<sup>223</sup>... Vì thế, Khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm thực sự là một điểm du lịch nghỉ dưỡng lý tưởng đối với khách du lịch trong và ngoài nước. Thế nhưng, các dịch vụ kinh doanh du lịch xung quanh Khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm hầu như chưa phát triển, lượng khách nhỏ lẻ và doanh thu thấp.

Tóm lại, hoạt động kinh doanh du lịch sinh thái tự nhiên của tỉnh Tuyên Quang trong những năm qua chưa có nhiều thay đổi, mức tăng bình quân về lượng khách du lịch và doanh thu du lịch chưa tương xứng với tiềm năng sẵn có. Tuy Tuyên Quang có nhiều chính sách đầu tư cho du lịch nhưng lại tập trung chủ yếu vào một số khu vực như: Khu du lịch quốc gia Tân Trào, Khu du lịch sinh thái Na Hang... Trong khi đó, các điểm du lịch khác như: *Khu du lịch sinh thái Bản Ba; Suối nước khoáng Mỹ Lâm*... đầu tư chưa nhiều, kinh doanh du lịch chủ yếu do người dân địa phương đảm nhận nên sản phẩm du lịch nghèo nàn, chất lượng dịch vụ yếu kém, hoạt động du lịch thiếu chuyên nghiệp, cảnh quan và môi trường bị ô nhiễm, hiệu quả kinh tế chưa cao. Do vậy, trong 3 điểm du lịch sinh thái tự nhiên tiêu biểu mà chúng tôi đề cập kể trên, chỉ có Khu du lịch sinh thái Na Hang trở thành điểm thu hút khách du lịch lớn nhất hiện nay của tỉnh Tuyên Quang và mang lại doanh thu lớn cho ngân sách của tỉnh.

<sup>222</sup> <http://dulichtuyenquang.gov.vn/DetailView/2763/22/16/Thac-Ban-Ba-Danh-thang-quoc-gia.html>

<sup>223</sup> [http://www.aseantraveller.net/tin-tuc/613\\_suoi-khoang-my-lam-tuyen-quang.html](http://www.aseantraveller.net/tin-tuc/613_suoi-khoang-my-lam-tuyen-quang.html)

## 4. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM KHAI THÁC TÀI NGUYÊN DU LỊCH TỰ NHIÊN TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI BỀN VỮNG TẠI TỈNH TUYẾN QUANG

### 4.1. Đánh giá thực trạng khai thác tài nguyên du lịch tự nhiên ở tỉnh Tuyên Quang

Qua thực tế nghiên cứu, bài viết rút ra những đánh giá chung về thực trạng khai thác tài nguyên du lịch tự nhiên trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang trong những năm qua như sau:

*\* Về ưu điểm:*

*Thứ nhất*, dựa trên nguồn tài nguyên du lịch tự nhiên, trong những năm qua, tỉnh Tuyên Quang đã nhanh chóng tiến hành xây dựng quy hoạch và hình thành nên các điểm du lịch sinh thái trên địa bàn, bước đầu thu hút một lượng khách trong ngày tương đối ổn định và mang lại nguồn thu cho ngân sách địa phương.

*Thứ hai*, du lịch sinh thái tự nhiên hiện nay đang thu hút sự quan tâm của các nhà đầu tư du lịch trong và ngoài tỉnh. Chính vì vậy, trong những năm gần đây, các điểm du lịch sinh thái tự nhiên trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang như: Khu du lịch sinh thái Na Hang; Khu du lịch sinh thái Bản Ba; Suối nước khoáng Mỹ Lâm; Khu bảo tồn thiên nhiên Tát Kê - Bản Bung; Khu du lịch rừng nguyên sinh Cham Chu... đã thu hút được một số dự án đầu tư phát triển du lịch, góp phần làm thay đổi bộ mặt kinh tế, xã hội vùng và phát triển du lịch của tỉnh Tuyên Quang.

*Thứ ba*, khai thác hoạt động du lịch sinh thái tự nhiên tại các điểm du lịch trên đã bước đầu tạo công ăn việc làm cho một bộ phận người dân địa phương, đặt nền tảng quan trọng cho hoạt động khai thác lâu dài tài nguyên du lịch tự nhiên rừng, núi, hồ, thác, suối trên địa bàn, góp phần nâng cao nhận thức cho người dân địa phương và cán bộ quản lý đối với việc bảo vệ môi trường xung quanh, môi trường tự nhiên và tài nguyên du lịch...

*\* Về tồn tại:*

*Thứ nhất*, sản phẩm du lịch sinh thái tự nhiên về cơ bản còn nghèo nàn, chủ yếu phục vụ hoạt động khám phá tự nhiên rừng, núi hoang sơ hay tắm hồ, suối, thác nên lượng khách lưu trú chiếm tỷ lệ nhỏ trong tổng số khách đến. Các dịch vụ du lịch hầu như chưa có hoặc rất nghèo nàn, lại chủ yếu do người dân địa phương cung cấp nên mang tính nhỏ lẻ, thiếu chuyên nghiệp. Điều này ảnh hưởng không nhỏ đến kết quả kinh doanh du lịch của tỉnh Tuyên Quang.

*Thứ hai*, cơ sở vật chất thiếu thốn, các lán trại nghỉ dưỡng phục vụ khách du lịch phần lớn do người dân địa phương tự xây dựng nên hết sức đơn giản, thiếu tiện nghi. Cơ sở hạ tầng yếu kém, đường sá đến một số điểm du lịch như: Khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm, Khu du lịch Rừng nguyên sinh Cham Chu, Khu bảo tồn thiên nhiên Tát Kê - Bản Bung... đang được xây dựng nên giao thông ở các điểm du lịch này rất khó khăn, hạn chế.

*Thứ ba*, lao động du lịch tại các khu du lịch sinh thái tự nhiên chủ yếu do người dân địa phương đảm nhiệm, hầu như chưa qua đào tạo nên phục vụ du khách theo kinh nghiệm cá nhân, vì vậy chưa thể đáp ứng tốt nhu cầu của khách du lịch. Bên cạnh đó, một số khu du lịch sinh thái tự nhiên mặc dù được đưa vào một số tour du lịch ở trong và ngoài tỉnh, nhưng các hoạt động đầu tư, quảng bá cho du lịch còn mờ nhạt. Chính vì vậy, kết quả hoạt động du lịch sinh thái tự nhiên ở các điểm này chưa tương xứng với tiềm năng sẵn có tỉnh.

*Thứ tư*, do hoạt động khai thác du lịch tại các điểm du lịch tự nhiên còn mang tính nhỏ lẻ nên môi trường ở đây xuất hiện tình trạng ô nhiễm, rác thải, phá hỏng môi trường sinh thái tự nhiên. Mặc dù người dân kinh doanh tại các điểm du lịch đã có cam kết bảo vệ môi trường

nhưng chỉ thực hiện trong khu vực được đầu thầu và dừng lại ở việc vệ sinh môi trường, chưa có sự bảo vệ, tôn tạo các tài nguyên du lịch tự nhiên đang khai thác. Hay nói cách khác, tiêu chí khai thác du lịch thân thiện với môi trường và gắn gũi về văn hóa, xã hội để tạo nên du lịch bền vững vẫn chưa được quan tâm đúng mức.

#### **4.2. Một số giải pháp nhằm khai thác tài nguyên du lịch tự nhiên trong phát triển du lịch sinh thái bền vững tại tỉnh Tuyên Quang**

Để khai thác và phát triển tài nguyên du lịch tự nhiên theo hướng bền vững, chúng tôi cho rằng, trong thời gian tới tỉnh Tuyên Quang cần thực hiện hai nhóm giải pháp chính với một số giải pháp cụ thể sau:

*\* Nhóm giải pháp nhằm khai thác hiệu quả tài nguyên du lịch tự nhiên, đẩy mạnh phát triển kinh tế nói chung, du lịch nói riêng, góp phần tăng nguồn thu cho ngân sách*

*Một là*, thực hiện quy hoạch chi tiết hoạt động khai thác và bảo tồn tài nguyên du lịch tự nhiên để làm cơ sở kêu gọi nguồn vốn đầu tư trong và ngoài nước vào các điểm du lịch trên địa bàn tỉnh. Trong đó, thu hút vốn đầu tư nước ngoài thông qua các dự án: vốn đầu tư trực tiếp (FDI); nguồn vốn hỗ trợ phát triển chính thức (ODA), đặc biệt là từ 3 nhà tài trợ lớn là Ngân hàng Phát triển Thế giới (WB), Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB), tài trợ của Chính phủ Nhật Bản. Bên cạnh đó cần đẩy mạnh huy động vốn đầu tư của các tổ chức, cá nhân bằng cách thực hiện xã hội hóa phát triển du lịch để thu hút sự tham gia và phát huy sự đóng góp của các tổ chức, cá nhân để phát triển du lịch; tạo điều kiện, cung cấp thông tin, có cơ chế, chính sách thông thoáng để các doanh nghiệp, các tổ chức, cá nhân đầu tư vào các cơ sở kinh doanh lưu trú, lễ hành, khu vui chơi giải trí... theo quy hoạch phát triển du lịch của tỉnh.

*Hai là*, xây dựng chiến lược liên kết giữa các điểm du lịch tạo nên khu du lịch vui chơi giải trí hấp dẫn; thực hiện đa dạng hóa sản phẩm du lịch kết hợp với các loại hình du lịch bổ trợ như du lịch nông thôn, du lịch cộng đồng, du lịch lễ hội địa phương, ẩm thực địa phương...; nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch đáp ứng nhu cầu của du khách; triển khai đầu tư xây dựng nhanh cơ sở lưu trú, cơ sở vật chất kỹ thuật, các công trình vui chơi giải trí và loại hình vui chơi giải trí phù hợp với đặc trưng tài nguyên du lịch tự nhiên; thực hiện quy hoạch và thiết kế khu vực cắm trại, homestay, đường dành cho hình thức du lịch xe đạp đến các điểm du lịch được kết nối; đầu tư đồng bộ cơ sở hạ tầng nhất là giao thông đến các điểm du lịch và hình thành các đội xe đưa đón du khách vào các điểm du lịch.

*Ba là*, đối với nguồn nhân lực du lịch, tỉnh cần có chính sách ưu đãi nhằm xây dựng lực lượng lao động ngành Du lịch đáp ứng yêu cầu về chất lượng, hợp lý về cơ cấu ngành nghề và trình độ đào tạo để đảm bảo tính chuyên nghiệp, đủ sức cạnh tranh và hội nhập, nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch; đồng thời, phối hợp xây dựng đề án phát triển nguồn nhân lực, đẩy mạnh công tác đào tạo mới, đào tạo lại nguồn nhân lực, đào tạo mang tính chuyên sâu, trong đó ưu tiên sử dụng nguồn nhân lực của địa phương để đảm bảo sự ổn định công việc cũng như tạo việc làm cho người dân trên địa bàn

*Bốn là*, tăng cường hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch sinh thái tự nhiên theo nhiều hình thức: Internet, phương tiện truyền thông, tờ rơi, áp phích, đĩa CD, hội thảo, hội chợ...; thiết kế các điểm du lịch sinh thái tự nhiên vào các tuyến du lịch trong địa bàn các huyện, địa bàn tỉnh; đồng thời liên kết với các hãng lữ hành trong và ngoài nước để nghiên cứu, tìm hiểu thị trường, vừa xúc tiến quảng bá, tập trung cho thị trường trong nước, vừa hướng tới các thị trường ngoài

nước có tiềm năng như thị trường Tây Âu, Đông Bắc Á và Hàn Quốc... Từ đó, hướng đến xây dựng thương hiệu du lịch Tuyên Quang gắn với những đặc thù và điểm nhấn mang tính đặc trưng riêng, bản sắc văn hóa riêng của địa phương.

\* *Nhóm giải pháp nhằm khai thác tài nguyên du lịch tự nhiên theo hướng phát triển bền vững, dựa trên tiêu chí thân thiện môi trường, gắn gũi về văn hóa - xã hội*

*Một là*, nghiên cứu, xây dựng quy hoạch chi tiết nhằm phát triển du lịch sinh thái tự nhiên tại các điểm gắn với việc bảo vệ, bảo tồn và tôn tạo các tài nguyên du lịch tự nhiên trong quá trình khai thác, sử dụng; trong đó cần đặc biệt chú trọng gắn kết phát triển du lịch với đặc trưng văn hóa của địa phương để tạo nên bản sắc riêng của du lịch Tuyên Quang.

*Hai là*, ban hành các quy chế, tiêu chuẩn về hình thức du lịch đặc thù của tỉnh; triển khai xây dựng các chế tài, quy định, hình thức khen thưởng và xử phạt nghiêm đối với các hành vi vi phạm quy tắc bảo vệ môi trường của du khách, nhân viên du lịch, cán bộ quản lý và người dân địa phương... nhằm bảo vệ môi trường sinh thái tự nhiên, giá trị cảnh quan và đa dạng sinh học tại các điểm du lịch; Tăng cường kiểm tra giám sát bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch; Ban hành hệ thống chứng chỉ “xanh” để áp dụng cho các doanh nghiệp và các cơ sở du lịch.

*Ba là*, đẩy mạnh các hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch gắn liền với kêu gọi bảo tồn tài nguyên du lịch tại địa phương; tuyên truyền giáo dục nhận thức về môi trường cho các cộng đồng dân cư địa phương, chính quyền, đơn vị kinh doanh du lịch và du khách trên địa bàn trong quá trình khai thác tài nguyên du lịch tự nhiên theo định hướng phát triển du lịch có trách nhiệm, du lịch “xanh”.

*Bốn là*, tăng cường khả năng thích ứng và ứng phó với những tác động của thời tiết bất thường, thiên tai... và khả năng khắc phục các tác động đó đến tài nguyên du lịch tự nhiên nhằm đảm bảo tính ổn định trong kinh doanh du lịch và tính bền vững trong khai thác tài nguyên du lịch...

## 5. KẾT LUẬN

Tuyên Quang là một trong những địa phương ở vùng Đông Bắc Việt Nam có tài nguyên du lịch tự nhiên phong phú. Tuy nhiên, hoạt động khai thác các tài nguyên du lịch tự nhiên trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang trong những năm qua chưa tương xứng với tiềm năng vốn có và chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển du lịch của tỉnh. Chính vì thế, để tạo nên các hoạt động du lịch đa dạng, hấp dẫn nhằm góp phần duy trì và thu hút đông đảo lượng khách du lịch đến Tuyên Quang; tránh hiện tượng lãng phí nguồn tài nguyên du lịch tự nhiên và nâng cao hiệu quả khai thác, sử dụng tài nguyên tự nhiên trong phát triển du lịch sinh thái của tỉnh, bài viết đã gợi ý hai nhóm giải pháp chính trong khai thác hiệu quả tài nguyên du lịch tự nhiên và phát triển bền vững các tài nguyên du lịch tự nhiên trong phát triển ngành kinh tế du lịch trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang hiện nay.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo tình hình hoạt động du lịch Tuyên Quang các năm 2017, 2018, lưu tại Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Tuyên Quang.
2. Quốc Hội Việt Nam (2005), Luật Du Lịch Việt Nam, <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Thuong-mai/Luat-du-lich-2005-44-2005-QH11-2659.aspx>.
3. Quyết định số 28/QĐ-UBND, Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang đến năm 2020, tầm nhìn 2030, 2013, lưu tại Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Tuyên Quang.

4. <https://nhandan.com.vn/du-lich/item/40736502-tuyen-quang-chu-trong-quang-ba-phat-trien-du-lich.html>.
5. <http://baotuyenquang.com.vn/du-lich/buoc-phat-trien-cua-du-lich-na-hang-69371.html>.
6. <http://baotuyenquang.com.vn/trang-dia-phuong/na-hang/du-lich-ho-sinh-thai-na-hang-thu-hut-du-khach-119550.html>.
7. <http://dulichtuyenquang.gov.vn/DetailView/2763/22/16/Thac-Ban-Ba-Danh-thang-quoc-gia.html>.
8. [http://www.aseantraveller.net/tin-tuc/613\\_suoi-khoang-my-lam-tuyen-quang.html](http://www.aseantraveller.net/tin-tuc/613_suoi-khoang-my-lam-tuyen-quang.html).

## **SOME SOLUTIONS TO EXPLOITATION NATURAL RESOURCES IN SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF ECOTOURISM IN TUYEN QUANG PROVINCE**

**Dang Nhu Thuong**  
*Vinh University*

### **Abstract**

Tuyen Quang is one of the provinces in Northeast Vietnam with abundant and diversified natural tourism resources such as forests, mountains, lakes, waterfalls, streams... being exploited and serving local tourism activities. In particular, the development of community - based eco - tourism is playing a leading role, attracting a large number of tourists and accounting for an increasing proportion of the province's revenue. However, compared with the potential and inherent strengths, the business results of the current type of natural tourism resources in Tuyen Quang are still not high and have not fully exploited the types of natural tourism resources in the area. Therefore, in the framework of this article, we point out the strengths and some shortcomings in developing community - based eco - tourism in Tuyen Quang province, from which boldly propose some solutions to exploit effectively natural tourism resources towards sustainable development.

### **Keywords**

Tuyen Quang, natural tourism resources, forests, mountains, lakes, streams, waterfalls, sustainability.

# GIẢI PHÁP CHO DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG (NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP TUYẾN QUANG)

Lương Thanh Sơn  
Trường Đại học Trà Vinh

## Tóm tắt

Người dân tham gia trực tiếp vào lĩnh vực kinh doanh du lịch thông qua một sản phẩm đặc biệt có tên là Du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng. Trên cơ sở khai thác các giá trị tự nhiên và nhân văn quý báu của từng địa phương vào hoạt động du lịch với mục đích bảo tồn và phát triển người dân địa phương có cơ hội thể hiện được bản sắc của dân tộc mình, đồng thời mang lại lợi ích cho họ thông qua sự phân chia lợi ích cụ thể.

Tuy nhiên, giải pháp nào cho việc vừa thỏa mãn những nhu cầu của khách du lịch như: ăn, ở, vui chơi, khám phá, trải nghiệm, mua sắm & chụp ảnh lưu niệm mà không phá vỡ sự cân bằng của hệ sinh thái.

Tỉnh Tuyên Quang có những tiềm năng, thuận lợi và thách thức gì đáp ứng được nhu cầu của khách du lịch khi dự kiến phát triển bền vững cho du lịch sinh thái cộng đồng. Bài viết mong muốn chia sẻ ý tưởng trong việc khai thác phát triển du lịch sinh thái hướng tới phát triển bền vững.

## Từ khóa

Phát triển bền vững, du lịch sinh thái, dựa vào cộng đồng.

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Nghiên cứu về du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng về lý luận trên thế giới và tại Việt Nam không còn mới. Nghiên cứu về mô hình du lịch sinh thái, đặc biệt là mô hình sinh thái dựa vào cộng đồng cũng đã có những nghiên cứu nhất định nhưng khó có một mô hình chuẩn để áp dụng cho tất cả địa phương hay khu vực, bởi vì điều kiện tài nguyên du lịch của mỗi vùng có những nét khác biệt. Do đó cần có nghiên cứu sâu về du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng của mỗi vùng, mỗi địa phương cụ thể cũng như phương thức thực hiện mô hình tại Tuyên Quang, khai thác, bảo tồn một cách hiệu quả các tài nguyên có sẵn của tỉnh cũng như góp phần đa dạng hóa loại hình du lịch quảng bá, định vị hình ảnh của Tuyên Quang trong con mắt của bạn bè trong nước và quốc tế. Bằng phương pháp tổng hợp, phân tích và so sánh những cái đã làm được, những điều còn bỏ ngỏ của tỉnh Tuyên Quang với những tiềm năng, thuận lợi và thách thức khi dự kiến phát triển bền vững cho du lịch sinh thái cộng đồng. Bài viết mong muốn chia sẻ ý tưởng trong việc khai thác phát triển du lịch sinh thái hướng tới phát triển bền vững trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang.

## 2. MỐI QUAN HỆ GIỮA DU LỊCH SINH THÁI VÀ CỘNG ĐỒNG

### 2.1. Một số khái niệm liên quan

- Môi trường là gì? “Môi trường bao gồm các yếu tố tự nhiên và yếu tố vật chất nhân tạo quan hệ mật thiết với nhau, bao quanh con người, có ảnh hưởng tới đời sống, sản xuất, sự tồn tại, phát triển của con người và thiên nhiên”. (Theo Điều 1, Luật Bảo vệ Môi trường của Việt Nam). Môi trường có thể thay đổi, nó có thể trở nên thuận lợi ít hoặc nhiều, nó có giá trị sinh thái. Sự điều tiết các hệ sinh thái được thực hiện qua tầm hiểu biết của dân cư.

- Hệ sinh thái là gì? Tác giả Georges Olivier đưa ra hai định nghĩa cổ điển về sinh thái, một là “Hệ sinh thái là tập hợp các cơ thể sống và những thực thể không sống, có tác động lẫn nhau để tạo ra một sự trao đổi về chất giữa những bộ phận sống và không sống”, hai là “Hệ sinh thái là quan hệ năng động giữa điều kiện cư trú (sinh không) và cộng đồng (sinh vật) cần thỏa mãn các nhu cầu (sinh quần ở trạng thái cân bằng). Thiên nhiên tập trung một số thực thể vào cùng một địa điểm được gọi là sinh trường (biotope), là cái giá đỡ không có tổ chức cụ thể của không gian cư trú. Môi trường sinh học đặc biệt này được hình thành bởi những yếu tố tự nhiên: Không khí, nước, đất, khí hậu. Ở địa vực cư trú ấy có những cơ thể sống thành những cộng đồng và người ta gọi cái tổng thể động vật, thực vật và vi thể này là sinh quần. Sinh không và sinh quần tạo nên một hệ sinh thái (ecosystem) hay nói một cách ngắn gọn nhất là: tổ chức các sinh vật sống (động vật, thực vật, vi khuẩn) và các yếu tố vô sinh của môi trường tự nhiên tạo nên hệ sinh thái.

- Du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng

Theo Bách khoa toàn thư mở Wikipedia: Nhà nghiên cứu Nicole Hausle và Wolfgang Strasdas (2009): “Du lịch sinh thái cộng đồng là một hình thái du lịch trong đó chủ yếu là người dân địa phương đứng ra phát triển và quản lý. Lợi ích kinh tế có được từ du lịch sẽ đọng lại nền kinh tế địa phương”. Theo tổ chức Responsible Ecological Social Tours (1997) thì du lịch sinh thái cộng đồng là “phương thức tổ chức du lịch đề cao về môi trường, văn hóa xã hội. Du lịch sinh thái cộng đồng do cộng đồng sở hữu và quản lý, vì cộng đồng và cho phép khách du lịch nâng cao nhận thức và học hỏi về cộng đồng, về cuộc sống đời thường của họ”.

Ý tưởng đằng sau về “dựa vào cộng đồng” của chiến lược môi trường là tạo cơ hội trao quyền cho cộng đồng, tăng cường sự tham gia của họ trong việc ra quyết định, nhưng cũng chỉ đơn giản là những điều này sẽ khuyến khích sự tham gia từ bản thân cộng đồng”<sup>224</sup>.

Tóm lại, du lịch sinh thái cộng đồng (DLSTCĐ) là loại hình du lịch do cộng đồng tổ chức, dựa vào thiên nhiên và văn hóa địa phương với mục tiêu bảo vệ môi trường. DLSTCĐ đề cao quyền làm chủ, chú ý phân bổ lợi ích rộng rãi và nâng cao chất lượng cuộc sống cho cộng đồng. Với khách du lịch, DLSTCĐ tạo cơ hội tìm hiểu, nâng cao nhận thức về môi trường và giao lưu văn hóa, trải nghiệm cuộc sống hàng ngày của cộng đồng.

Như vậy, du lịch sinh thái cộng đồng chính là nét tinh túy của du lịch sinh thái và du lịch bền vững. Du lịch sinh thái cộng đồng nhấn mạnh vào cả ba yếu tố là môi trường, du lịch và cộng đồng.

## 2.2. Phát triển du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng ở Việt Nam

Các hình thức du lịch sinh thái cộng đồng thường thấy ở nước ta như: du lịch homestay, tham gia các hoạt động văn hóa, văn nghệ cùng người dân bản địa, tham quan các bản làng dân tộc, tìm hiểu lối sống, văn hóa của người dân bản địa, tham quan nghiên cứu đa dạng sinh học, ... diễn ra một số nơi như bản Lác - Mai Châu (Hòa Bình), Chiềng Yên (Sơn La), A Lưới (Huế), Tây Giang (Quảng Nam) phục dựng làng văn hóa, tái hiện lại cuộc sống, thu hút khách du lịch đến sống và trải nghiệm... Trong những năm gần đây, số du khách đến thăm các điểm du lịch tự nhiên, tìm hiểu cuộc sống của cộng đồng dân cư ở Việt Nam ngày càng tăng, nhưng vẫn thường mang tính tự phát, chưa được tổ chức bài bản và chưa đi vào thực chất. Các hình thức hoạt động

<sup>224</sup> [https://vi.wikipedia.org/wiki/Du\\_lịch\\_sinh\\_thái\\_cộng\\_đồng](https://vi.wikipedia.org/wiki/Du_lịch_sinh_thái_cộng_đồng)



của loại hình du lịch này mới chỉ mang ý nghĩa tham quan, hưởng thụ môi trường, ít đạt được mục đích nâng cao nhận thức, giáo dục môi trường và cảm nhận nét đặc sắc, cái hay, cái đẹp trong văn hóa của cộng đồng địa phương. Cũng có những quan niệm phát triển DLSTCĐ gắn với phát triển kinh tế địa phương dựa trên lợi thế vùng miền, địa phương của mình như Đồng Tháp tận dụng cảnh quan nguyên sơ với những cánh đồng sen bạt ngàn tại huyện Tháp Mười để phát triển mô hình du lịch sinh thái gắn với Sen: như chụp ảnh với đồng sen, tham gia thu hoạch chế biến sản phẩm từ sen, dệt lụa tơ sen,... Hay như tại làng rau Trà Quế, Hội An, Quảng Nam lại cho du khách trải nghiệm nông nghiệp bằng cách tham gia trồng rau, làm đồng, thu hoạch sản phẩm nông nghiệp... Qua đó tìm hiểu nếp sống, tập quán và du khách được trực tiếp tham gia vào các hoạt động phát triển kinh tế đặc thù của địa phương.

### 3. KHÁI QUÁT VỀ ĐỊA BÀN NGHIÊN CỨU

Tuyên Quang thuộc khu vực miền núi Đông Bắc, cách Hà Nội khoảng 165km, giáp tỉnh Hà Giang (ở phía Bắc), giáp tỉnh Bắc Kạn, Thái Nguyên (ở phía Đông), giáp tỉnh Yên Bái (ở phía Tây) và giáp tỉnh Vĩnh Phúc, Phú Thọ (ở phía Nam). Khí hậu Tuyên Quang mùa Đông khô, lạnh và mùa Hạ nóng, ẩm, mưa nhiều. Nguồn tài nguyên thiên nhiên ở đây đa dạng, phong phú, Tuyên Quang có nhiều sông suối lớn, phân bố đồng đều, trong đó có Sông Lô, Sông Gâm, riêng sông Phó Đáy, có khả năng vận tải đường thủy, nối các huyện Na Hang, Chiêm Hóa với tỉnh lỵ.

Tuyên Quang có 07 đơn vị hành chính, bao gồm: Thành phố Tuyên Quang là đô thị loại III và 6 huyện: Sơn Dương, Yên Sơn, Hàm Yên, Chiêm Hóa, Na Hang và Lâm Bình, dân số Tuyên Quang có 760.289 người, với 22 dân tộc cùng sinh sống, ở mỗi cộng đồng các dân tộc sinh sống trên mảnh đất này đều có những nét văn hóa, phong tục tập quán từ lâu đời, đã được hình thành và phát triển qua hàng trăm năm vỡ đất lập bản, lập làng. Chính những nét đặc trưng của văn hóa đã cấu kết trong cộng đồng dân cư, tạo nên những sắc thái riêng biệt và trở thành những di sản văn hóa phi vật thể tiêu biểu, đóng góp cho kho tàng văn hóa của cả nước. Mỗi cộng đồng dân tộc thiểu số sinh sống trên mảnh đất Tuyên Quang đều đóng góp những di sản văn hóa vật thể, phi vật thể thực sự tiêu biểu. Trên cơ sở những di sản này, ngành Văn hóa Tuyên Quang đã có nhiều nỗ lực cố gắng để vừa khơi dậy việc bảo tồn ngay chính trong cộng đồng dân tộc. Tuyên Quang được ví là hình ảnh thu nhỏ của vùng văn hóa Việt Bắc. Những giá trị văn hóa truyền thống của các dân tộc thiểu số ở tỉnh thể hiện trong đời sống tinh thần khá rõ nét. Đó là những quan niệm và cách giải thích về vũ trụ, các nghi lễ như: Thờ cúng tổ tiên, cúng chữa bệnh, cưới hỏi... Đồng bào các dân tộc thiểu số trong tỉnh đã tạo dựng được một kho tàng dân ca, dân vũ hết sức phong phú, đặc sắc như làn điệu Then, Cọi, Quan làng (dân tộc Tày), Páo dung (dân tộc Dao), Sinh ca (dân tộc Cao Lan), Soọng cô (dân tộc Sán Diu)... Về lễ hội, có nhiều sắc thái văn hóa rất đặc trưng và đa dạng, tiêu biểu là những lễ hội dân gian thường được tổ chức sau Tết Nguyên Đán với phần “lễ” diễn ra hết sức trang trọng và phần “hội” đậm đà truyền thống, như Lễ hội Lồng tồng, Lễ hội Nhảy lửa...

Điểm khác biệt, đặc biệt và duy nhất ở đây là Tuyên Quang vinh dự được Bác Hồ, Trung ương Đảng chọn làm Căn cứ cách mạng, lãnh đạo toàn dân tộc tiến hành Tổng khởi nghĩa Tháng Tám giành chính quyền về tay nhân dân lập nên nước Việt Nam dân chủ cộng hòa. Trong 9 năm trường kỳ kháng chiến chống thực dân Pháp xâm lược Tuyên Quang một lần nữa được Trung ương Đảng, Bác Hồ chọn là trung tâm đầu não Kháng Chiến. Chính vì vậy, với 435 di tích lịch sử cách mạng kháng chiến trên 546 di tích lịch sử, văn hóa, danh thắng, nên Tuyên Quang được ví như một “Bảo tàng cách mạng” của cả nước.

Có thể nói rằng, truyền thống cách mạng là cội nguồn, động lực để Tuyên Quang vươn lên, thoát khỏi tình trạng kém phát triển. Trong thời gian qua, Tuyên Quang liên tục đạt tăng trưởng kinh tế trên 8%; thu hút được nhiều tập đoàn, doanh nghiệp đầu tư tại tỉnh. Tỉnh đã có nhiều chính sách phát triển nông nghiệp, phát triển rừng bền vững, cung ứng nhiều sản phẩm gỗ rừng trồng cho thị trường, trở thành trung tâm chế biến gỗ rừng trồng của cả nước.

## 4. NHÌN LẠI VIỆC PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI Ở TUYÊN QUANG THỜI GIAN QUA

### 4.1. Sơ lược những kết quả đạt được

Xã Tân Trào (huyện Sơn Dương), gắn liền với tên tuổi sự nghiệp vĩ đại của Cách mạng Việt Nam, danh nhân văn hóa thế giới, Hồ Chí Minh. Đến nay Tân Trào có trên 17 di tích. Nơi đây đã ghi lại những sự kiện lịch sử hào hùng của ngày đầu thành lập nước Việt Nam Dân chủ Cộng hòa. Những di tích chính của Tân Trào gồm: Lán Nà Lừa, cây đa Tân Trào, đình Tân Trào, đình Hồng Thái... Cùng với những di tích lịch sử ghi dấu ấn cuộc kháng chiến thần thánh của dân tộc ta suốt 9 năm trường kỳ. Khu di tích văn hóa - lịch sử và sinh thái Quốc gia Tân Trào là tâm điểm của những chuyến du lịch về nguồn.

Xã Phúc Yên (huyện Lâm Bình) cách trung tâm huyện 10km, với những ngôi nhà sàn truyền thống của bản làng người Tày, hang động Pài Pó, làng chài Phúc Yên, suối Phiêng Mơ, đồi Mâm Xôi gắn sự tích tiên nữ nhà trời... là những tài nguyên du lịch mà huyện Lâm Bình dự kiến phát triển du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng. Trong đó đặc biệt nhất là Bản Bon là một trong những điểm du lịch được nhiều du khách chọn lựa khi đến Tuyên Quang. Đây là bản của người Tày với 35 hộ dân, cư trú trong những nhà sàn có tuổi trên 40-50 năm. Hai bên đường là rừng cọ cao vút, lô nhô tỏa bóng mát trên con đường dẫn lối vào bản. Hệ thống cột, kèo và tường của nhà sàn đều được làm bằng thân cây chò, sàn nhà được trải bằng gỗ phách và thân tre; mái đều được lợp bằng lá cọ. Với những kết cấu đặc trưng như này tạo sự thoáng mát, thích hợp với nghỉ dưỡng.

Bên cạnh đó là hoạt động của các khu du lịch của tỉnh như Khu Du lịch Quốc gia Tân Trào; Khu du lịch trung tâm thành phố Tuyên Quang và phụ cận; Khu du lịch Suối khoáng Mỹ Lâm và vùng phụ cận; Khu Du lịch sinh thái Na Hang...

### 4.2. Một số vấn đề còn bỏ ngỏ

Việc đầu tư và làm phong phú, đa dạng các sản phẩm du lịch không chỉ là đáp ứng nhu cầu của khách mà còn là một bí quyết để thu hút được nhiều lượt khách đến với Tuyên Quang. Sản phẩm du lịch là tổng thể các dịch vụ hàng hóa do người kinh doanh du lịch cung cấp cho du khách, đáp ứng nhu cầu của du khách<sup>225</sup>.

Di sản kiến trúc truyền thống ở bản Bon, những ngôi nhà có tuổi hàng nửa thế kỷ, chưa được khai thác hết những giá trị về kiến trúc, nghệ thuật, những nghi lễ, lễ hội diễn ra dưới mái nhà sàn. Ở bản Bon, doanh nghiệp đầu tư phong rèm, chăn ga gối đệm, điện thắp sáng, nhà vệ sinh... đó là sản phẩm du lịch giá cao, vậy những “bữa cơm thường trong bản nhỏ”, những tấm “chăn sui đắp cùng” tại sao lại không thể trở thành một sản phẩm du lịch bình dân được?

<sup>225</sup> Nguyễn Văn Đính, Trần Thị Minh Hòa (2004), Giáo trình kinh tế du lịch, NXB Lao động - Xã hội, Hà Nội, tr.31.

Sản phẩm du lịch văn hóa dân gian chưa được quan tâm đúng mức, 22 tộc người với nhiều nhóm ngành như riêng tộc người Dao có 9 nhóm ngành; tộc người Sán Chay (Cao Lan - Sán Chi)... có thể nói là khá đa dạng và hấp dẫn thu hút được khách du lịch mong muốn trải nghiệm song việc khai thác lĩnh vực này còn mờ nhạt.

Hàng thủ công mỹ nghệ, đồ lưu niệm mang dấu ấn của vùng đất chưa được quan tâm đúng mức, chưa được kiểm soát chặt chẽ để những sản phẩm không rõ nguồn gốc xuất xứ tràn lan ở khắp các điểm du lịch.

## **5. KIẾN NGHỊ GIẢI PHÁP CHO DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG Ở TUYÊN QUANG PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG**

### **5.1. Cơ sở pháp lý để đề xuất kiến nghị**

Ngoài các văn bản luật, dưới luật của các bộ, ngành trung ương trong lĩnh vực liên quan đến du lịch sinh thái thì chính quyền tỉnh Tuyên Quang đã thể hiện sự quan tâm của tỉnh đến hoạt động này thông qua Kế hoạch số 51/KH-UBND ngày 23/6/2016 về phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang giai đoạn 2016-2020 của UBND tỉnh Tuyên Quang, dự kiến thực hiện xây dựng cơ sở hạ tầng kỹ thuật du lịch tương đối đồng bộ tại các khu, điểm du lịch trọng điểm, phấn đấu đến năm 2020 đón 1,7 triệu lượt khách du lịch. Triển khai có hiệu quả Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030; hoàn thành quy hoạch chi tiết các khu, điểm du lịch trên địa bàn tỉnh. Tập trung huy động các nguồn lực đầu tư hạ tầng thiết yếu vào các khu du lịch của tỉnh như Khu Du lịch Quốc gia Tân Trào; Khu du lịch trung tâm thành phố Tuyên Quang và phụ cận; Khu du lịch Suối khoáng Mỹ Lâm và vùng phụ cận; Khu Du lịch sinh thái Na Hang, Lâm Bình và một số điểm du lịch khác trên địa bàn huyện, thành phố. Đẩy mạnh thu hút các doanh nghiệp, các thành phần kinh tế đầu tư, khai thác và phát triển các loại hình du lịch lịch sử văn hóa, nghỉ dưỡng, sinh thái, tâm linh, du lịch cộng đồng. Cùng cố, nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước về công tác du lịch; phát triển và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ du lịch. Đặc biệt, Tuyên Quang ưu tiên mời gọi các dự án đầu tư du lịch, dịch vụ trọng điểm mà tỉnh có thể mạnh như: thăm quan, vui chơi, giải trí, nghỉ dưỡng, chữa bệnh, du lịch sinh thái, đầu tư xây dựng các tổ hợp du lịch cao cấp, sân golf, khách sạn 5 sao... Việc xây dựng kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội và đầu tư công là nhiệm vụ có ý nghĩa quan trọng trong thực hiện chức năng, nhiệm vụ của địa phương, phải bảo đảm tính đồng bộ, công khai, minh bạch và hướng đến tính dự báo dài hạn, bảo đảm phát triển bền vững...

Với quyết tâm của chính quyền tỉnh Tuyên Quang trong kế hoạch nói trên là căn cứ pháp lý, là bệ đỡ cho việc phát triển du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng phát triển theo hướng bền vững trên địa bàn toàn tỉnh.

### **5.2. Một số giải pháp cho du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng ở Tuyên Quang phát triển bền vững**

- Trước tiên cần thực hiện theo khuyến nghị của tổ chức WTO (2004), các nguyên tắc để phát triển du lịch cộng đồng cần phải dựa trên các nguyên tắc của du lịch bền vững: 1) Sử dụng tối ưu nguồn môi trường, duy trì các tiến trình sinh thái học chủ yếu và giúp bảo tồn nguồn tự nhiên và hệ sinh thái được thừa hưởng; 2) Khía cạnh xác thực nền văn hóa - xã hội của cộng đồng địa phương, đảm bảo họ đã xây dựng, kế thừa văn hóa và giá trị truyền thống, đồng thời góp phần vào sự hiểu biết và thông cảm đối với các nền văn hóa khác nhau; 3) Đảm bảo sự vận hành nền kinh tế lâu dài ổn định, cung cấp các lợi ích kinh tế - xã hội đến tất cả những người có liên quan nhằm phân bổ công bằng;

- Xây dựng hệ thống giải pháp phát triển du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng tại Tuyên Quang bao gồm: 1) Nhóm giải pháp chung về cơ sở hạ tầng, cơ chế chính sách và hành lang pháp lý; 2) Nhóm giải pháp về việc phát triển sản phẩm, đào tạo nguồn nhân lực nâng cao nhận thức cho cộng đồng, phát triển thị trường; 3) Nhóm giải pháp bảo vệ môi trường, cân bằng sinh thái;

- Xây dựng các mô hình điểm về du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng đặc trưng của từng địa phương ở Tuyên Quang như (Mô hình du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng dân cư khu căn cứ cách mạng; Mô hình du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng dân cư sản xuất nông nghiệp; Mô hình du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng dân cư khai thác giá trị tài nguyên tự nhiên nổi bật; Mô hình du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng khai thác giá trị văn hóa truyền thống tộc người...);

- Khu di tích văn hóa - lịch sử và sinh thái Quốc gia Tân Trào là tâm điểm của những chuyến du lịch về nguồn. Vì vậy, việc chăm sóc khách hàng sau các đợt du lịch về nguồn là vô cùng quan trọng, cần thấu hiểu những sở thích của du khách, quan tâm đến khách khi họ có cơ hội đến lần thứ hai; Cấp Hộ chiếu cho mỗi du khách sau khi rời khỏi điểm; Xây dựng Chương trình quay số mở thưởng cho du khách nếu họ đến du lịch hàng năm (bao nhiêu lần trong năm sẽ được tham gia); Khách là người đến lần đầu sẽ có chương trình riêng; nếu khách là người nước ngoài, nếu đến lần đầu sẽ có cơ hội được cảm ơn cho quốc gia của mình...;

- Khai thác du lịch sinh thái dựa vào truyền thống văn hóa cộng đồng tộc người phải có sự nghiên cứu một cách nghiêm túc thực sự, Hướng dẫn viên phải hiểu biết sâu, rộng về vùng đất và con người nơi đây. Không những thế, lịch sử tộc người, sự di dân, sự giao lưu văn hóa giữa vùng miền, sự giao lưu văn hóa của các tộc người trước đây và hiện nay, sự hòa huyết tộc người, một tộc người nhiều nhóm ngành cần được khai thác ở khía cạnh thống nhất trong đa dạng sắc thái tộc người... mới đáp ứng được sự tìm tòi, khám phá của du khách. Bên cạnh đó, việc chọn điểm du lịch không nên quá gần thị trấn, thị tứ vì như vậy du khách sẽ không có cơ hội trải nghiệm những đêm sinh hoạt với cộng đồng tộc người;

- Tôn trọng cộng đồng, chủ thể văn hóa, chủ nhân của vùng đất là điều kiện tiên quyết nhất, tuy nhiên việc vận động, tuyên truyền cho từng thành viên của cộng đồng và mỗi một du khách hiểu đúng vấn đề là trách nhiệm của chính quyền địa phương. Sự hiện diện của con Người sẽ làm biến đổi các hệ sinh thái tự nhiên và phá vỡ sự cân bằng thông thường của chúng. Nếu mất cân bằng sinh thái sẽ đe dọa đến cuộc sống của con Người, vì thế cần hỗ trợ cộng đồng xây dựng những chương trình khám phá cho du khách, các gói sản phẩm phù hợp với tài nguyên của địa phương: Khách có thể trải nghiệm việc đi đào tìm củ mài, củ nâu, hái nấm, hái măng,... nếu có thể nên quy hoạch những điểm gần nơi cư trú của cộng đồng có trồng những loại này để thiết kế các chương trình trải nghiệm cho khách...

Như vậy, để phát triển bền vững du lịch sinh thái cộng đồng cần tuân thủ 3 điểm: *Một là*, sự tham gia của người dân có sự hỗ trợ của chính quyền địa phương; *Hai là*, Phải bảo vệ bản sắc cộng đồng và môi trường nơi cư trú; *Ba là*, Người dân phải được hưởng lợi ích trực tiếp từ hoạt động này.

Với nhiều cách làm sáng tạo và hiệu quả, Tuyên Quang đã đạt khá nhiều kết quả quan trọng trong xây dựng nông thôn mới, phát triển du lịch đã có nhiều khởi sắc, nhất là Lễ hội Thành Tuyên đã trở thành thương hiệu của Tuyên Quang, thu hút đông đảo du khách gần xa. Trên lĩnh vực hỗ trợ người dân tham gia trực tiếp vào lĩnh vực kinh doanh du lịch chắc chắn chính quyền tỉnh Tuyên Quang sẽ tạo điều kiện tối ưu nhất cho cộng đồng các tộc người trong tỉnh được giới thiệu cuộc sống của mình với khách quý bốn phương đạt hiệu quả và phát triển bền vững.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ban chấp hành Trung ương Đảng cộng sản Việt Nam (1998), Nghị quyết Trung ương V khóa VIII về xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, Hà Nội.
2. Bùi Thanh Thủy (2012), Quản lý và khai thác văn hóa tộc người trong phát triển du lịch, Tạp chí Dân tộc & Thời đại, số 152, tr.6.
3. Georges Olivier (2002), Sinh thái học nhân văn, NXB Thế Giới, Hà Nội.
4. [https://vi.wikipedia.org/wiki/Du\\_lịch\\_sinh\\_thái\\_cộng\\_đồng](https://vi.wikipedia.org/wiki/Du_lịch_sinh_thái_cộng_đồng).
5. Lê Hồng Lý (chủ biên), Dương Văn Sáu, Nguyễn Hoài Thu (2010), Quản lý di sản văn hóa gắn với phát triển du lịch. NXB Đại học quốc gia Hà Nội.
6. Lê Ngọc Thắng (2012), Bản sắc Văn hóa tộc người trong phát triển bền vững ở Việt Nam, Tham luận tại Hội thảo Quốc tế về Việt Nam học lần thứ 4, bài in trong Tạp chí Dân tộc và Thời đại, số 153, tr.11.
7. Ngô Đức Thịnh (2006), Văn hóa, văn hóa tộc người và văn hóa Việt Nam. NXB Khoa học Xã hội.
8. Nguyễn Văn Đỉnh, Trần Thị Minh Hòa (2004), Giáo trình kinh tế du lịch, NXB Lao động - Xã hội, Hà Nội.
9. Phan Đăng Nhật (2009), Văn hóa các dân tộc thiểu số Những giá trị đặc sắc, NXB Khoa học Xã hội, Hà Nội.
10. Trần Hữu Sơn (2017), Văn hóa dân gian ứng dụng, NXB Văn hóa dân tộc, Hà Nội.
11. Xây dựng kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội và đầu tư công năm 2020 vùng miền núi phía Bắc.

## SOLUTIONS FOR SUSTAINABLE COMMUNITY-BASED ECOTOURISM (CASE STUDY OF TUYEN QUANG)

**Luong Thanh Son**  
*Tra Vinh University*

### Abstract

People directly participate in the tourism business through a special product called Community-based Ecotourism. On the basis of exploiting the valuable natural and human values of each locality in tourism activities with the aim of preserving and developing the local people have the opportunity to express the identity of their ethnic groups and communities. times benefit them through a specific benefit distribution. However, any solution for meeting the needs of tourists such as eating, staying, playing, exploring, experiencing, shopping & taking souvenir photos without breaking the balance of the ecosystem.

What potential, advantages and challenges does Tuyen Quang Province meet to meet the needs of tourists when it is expected to develop sustainably for community ecotourism. The article wishes to share ideas in exploiting ecotourism development towards sustainable development.

### Keywords

Sustainable development, ecotourism, community-based.

# PHÁT TRIỂN DU LỊCH BỀN VỮNG - KINH NGHIỆM TẠI NHẬT BẢN VÀ MỘT SỐ GỢI Ý CHO NGÀNH DU LỊCH TỈNH TUYÊN QUANG

Nguyễn Thị Thu Ngọc  
Trường Đại Học Quảng Bình

## Tóm tắt

Phát triển du lịch bền vững là vấn đề ngày càng được Nhà nước và các tổ chức, cá nhân có liên quan đến hoạt động du lịch quan tâm nhiều hơn. Bài viết tập trung đưa ra quan niệm về phát triển du lịch bền vững và phân tích các kinh nghiệm của Nhật Bản trong phát triển du lịch bền vững, bao gồm: phát triển thương hiệu điểm đến du lịch và quảng bá đặc sản địa phương; ứng dụng hiệu quả Internet marketing; nâng cao tính liên kết; phát huy vai trò của cộng đồng; lấy nhân tố văn hóa làm nền tảng trong phát triển du lịch. Từ đó, tác giả đưa ra một số gợi ý đối với việc phát triển du lịch bền vững tại tỉnh Tuyên Quang.

## Từ khóa

Phát triển du lịch bền vững, du lịch Nhật Bản, du lịch Tuyên Quang.

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch là ngành có vai trò quan trọng trong việc xác định mục tiêu phát triển thiên niên kỷ (Millennium Development Goals) mà Liên hợp quốc đã đề ra từ năm 2000, đặc biệt là mục tiêu xóa đói giảm nghèo, bình đẳng giới tính, bền vững môi trường và liên doanh quốc tế để phát triển. Tại Việt Nam, du lịch là một trong những lĩnh vực tạo ra nhiều lợi nhuận cho quốc gia; doanh thu ngoại tệ về du lịch của nước ta chỉ đứng sau 4 ngành xuất khẩu hàng hóa là dầu thô, dệt may, giày dép, thủy sản. Bất kịp xu hướng phát triển chung của đất nước và thế giới, cũng như khai thác các nguồn lực sẵn có, Tỉnh ủy Tuyên Quang vừa có văn bản số 15-Ctr/TU về Chương trình hành động của Ban Thường vụ Tỉnh ủy thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/1/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, phấn đấu đến năm 2030, tổng thu du lịch đạt trên 10% GRDP toàn tỉnh.

Trong các chủ đề về du lịch, phát triển du lịch bền vững là một chủ đề được thảo luận rất nhiều ở các hội nghị và diễn đàn lớn trong nước và trên thế giới. Mục đích chính của phát triển du lịch bền vững là thực hiện ba trụ cột của du lịch bền vững: 1) Phát triển du lịch bền vững để bảo vệ môi trường sống, không bị nhiễm độc nguồn nước, không khí, tiếng ồn. Đảm bảo sự hài hòa về môi trường sống cho các loài động thực vật và con người; 2) Phát triển du lịch bền vững giúp phát triển kinh tế. Nhờ du lịch mà các quốc gia, các vùng miền và người dân có được kinh tế ổn định; 3) Phát triển du lịch bền vững đảm bảo các vấn đề xã hội như giảm bớt tệ nạn xã hội, tạo công ăn việc làm cho người dân, giúp khai thác tài nguyên một cách hợp lý, đảm bảo các tài nguyên vẫn phát triển để thế hệ sau, thế hệ tương lai vẫn được sử dụng tốt. Phát triển du lịch bền vững (Sustainable Tourism Development) là một nội dung quan trọng do Liên hợp quốc đề xuất, đồng thời là một trong những định hướng phát triển mũi nhọn tại Việt Nam nói chung và tỉnh Tuyên Quang nói riêng.

Bên cạnh đó, Nhật Bản là quốc gia đã trở thành điểm đến du lịch nổi tiếng và hấp dẫn trên thế giới từ những năm 1960. Nhiều năm gần đây, Nhật Bản liên tục đứng đầu châu Á về tăng trưởng du lịch bền vững. Chính vì vậy, việc làm rõ quan niệm về phát triển du lịch bền vững và nghiên cứu cách làm của Nhật Bản về phát triển du lịch bền vững để từ đó rút ra một số kinh

nghiệm cho ngành Du lịch tỉnh Tuyên Quang nhằm đảm bảo việc phát triển du lịch đạt mục tiêu đã đề ra và đảm bảo tính bền vững trong phát triển du lịch là điều cần thiết.

## 2. QUAN NIỆM VỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH BỀN VỮNG

Thuật ngữ du lịch bền vững (Sustainable Tourism) còn tương đối mới, được sử dụng từ năm 1996. Theo Hội đồng Du lịch và Lữ hành quốc tế (WTTC): “Du lịch bền vững là việc đáp ứng các nhu cầu hiện tại của du khách và vùng du lịch mà vẫn bảo đảm những khả năng đáp ứng nhu cầu cho các thế hệ du lịch tương lai”. Theo đó, chủ trương du lịch và phát triển du lịch không tác động xấu đến môi trường nhân văn, môi trường sống của con người.

Tại Diễn đàn tiếng Đức về Môi trường và Phát triển (1999) đã đưa ra khái niệm du lịch bền vững: “Du lịch bền vững phải đáp ứng yêu cầu xã hội, văn hóa, sinh thái và kinh tế. Du lịch bền vững có quan điểm lâu dài đối với các thế hệ hiện tại và tương lai, về đạo đức và xã hội và phù hợp với văn hóa, có khả năng sinh học và kinh tế hợp lý và hiệu quả”.

Luật Du lịch Việt Nam (2005) cũng đề cập đến nội dung du lịch bền vững: “Du lịch bền vững là sự phát triển du lịch đáp ứng được các nhu cầu hiện tại mà không làm tổn hại đến khả năng đáp ứng nhu cầu về du lịch của tương lai”.

Từ những khái niệm nêu trên, ta có thể hiểu du lịch bền vững là sự du lịch có sự quan tâm đến việc bảo tồn các giá trị của tài nguyên du lịch đồng thời giảm thiểu đến mức thấp nhất những tác hại xấu đến môi trường, kinh tế, văn hóa - xã hội nhằm phục vụ nhu cầu hiện tại của du khách và điểm du lịch mà không làm phương hại đến nhu cầu của tương lai. Như vậy, du lịch bền vững có ba hợp phần chính: Một là, thân thiện với môi trường: giảm thiểu tác động đến môi trường (động thực vật, các sinh cảnh sống, nguồn lợi sống, sử dụng năng lượng và ô nhiễm,...) và cố gắng có lợi cho môi trường. Hai là, gắn gũi về xã hội và văn hóa: Du lịch bền vững không hại đến cấu trúc xã hội và văn hóa của cộng đồng nơi nó thực hiện, ngược lại, du lịch bền vững tôn trọng văn hóa và truyền thống địa phương. Khuyến khích các bên liên quan (các cá nhân, cộng đồng, nhà cung ứng dịch vụ du lịch, nhà quản lý du lịch, chính quyền địa phương). Trong các quy hoạch đều được lập kế hoạch, giám sát, giáo dục các bên liên quan về vai trò của họ. Ba là, sự đóng góp về mặt kinh tế cho cộng đồng và tạo ra những thu nhập công bằng, ổn định cho cộng đồng địa phương cũng như các bên có liên quan. Phát triển bền vững mang lại lợi ích cho người chủ, cho nhân viên và cả người xung quanh, nó không bắt đầu một cách đơn giản để rồi sau đó sụp đổ nhanh chóng và để lại nhiều hậu quả khó giải quyết do các hoạt động kinh doanh nghèo nàn. Chẳng hạn, một đơn vị kinh doanh có đủ ba tiêu chí trên thì sẽ kinh doanh tốt, nghĩa là kinh doanh không phá hủy nguồn lợi tự nhiên, văn hóa, kinh tế mà ngược lại sẽ bảo tồn nguồn lợi tự nhiên, nâng cao giá trị văn hóa, mang lợi tức đến cho cộng đồng.

Về sau, UNWTO (1998) đã đề xuất định nghĩa phát triển du lịch bền vững (Sustainable Tourism Development) như sau: “Phát triển du lịch bền vững là việc phát triển các hoạt động du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu hiện tại của du khách và người dân bản địa, trong khi vẫn quan tâm đến việc bảo tồn và tôn tạo các nguồn tài nguyên cho phát triển du lịch tương lai”. Theo đó, khái niệm phát triển du lịch bền vững không chỉ tập trung vào việc bảo vệ môi trường mà còn tập trung vào việc duy trì sự bền vững về văn hóa, xã hội của cộng đồng địa phương để đảm bảo việc phát triển kinh tế, mang lại những lợi ích công bằng cho các nhóm đối tượng tham gia vào hoạt động du lịch. Tức là, sử dụng tài nguyên môi trường hiệu quả và lâu dài; tôn trọng bản sắc văn hóa địa phương và bảo đảm lợi ích kinh tế. Phát triển du lịch bền vững phải có nội hàm rõ rệt là: Mọi quan hệ hữu cơ giữa bảo tồn tài nguyên tự nhiên, môi trường và lợi ích kinh tế, xã hội, văn hóa; Quá trình phát triển diễn ra trong một thời gian lâu dài; Đáp ứng được nhu cầu hiện tại, song không làm ảnh hưởng đến nhu cầu của các thế hệ tiếp theo.

UNWTO còn chỉ ra rằng, phát triển du lịch bền vững đòi hỏi có sự tham gia đầy đủ của tất cả các bên liên quan, cũng như sự lãnh đạo chính trị mạnh mẽ để đảm bảo sự tham gia rộng rãi và xây dựng sự đồng thuận. Đạt được phát triển du lịch bền vững là một quá trình liên tục và đòi hỏi phải giám sát liên tục các tác động, giới thiệu các biện pháp phòng ngừa và/hoặc điều chỉnh khi cần thiết. Và hơn thế nữa, phát triển du lịch bền vững cũng cần duy trì mức độ cao về sự hài lòng của du khách và đảm bảo cho khách du lịch một trải nghiệm có ý nghĩa, nâng cao nhận thức về các vấn đề bền vững và thúc đẩy các hoạt động du lịch bền vững trong số đó.

### 3. KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN DU LỊCH BỀN VỮNG CỦA NHẬT BẢN

#### 3.1. Phát triển thương hiệu điểm đến du lịch và quảng bá đặc sản địa phương

Nhật Bản ngày nay được chia thành 9 vùng (47 tỉnh thành) là Hokkaido, Kanto, Tohoku, Chubu, Kinki (hay Kansai), Chugoku, Shikoku, Kyushu và Okinawa. Mỗi vùng có đặc điểm địa lý, dân cư, lịch sử khác nhau, gắn liền với những sản phẩm (đặc sản) nổi tiếng. Những sản phẩm này có giá trị như là một sự chỉ dẫn địa lý về vùng. Chẳng hạn: nói đến rượu sake, người ta biết ngay là của tỉnh Niigata; nói đến món Hotaruika (mực đom đóm), người ta biết ngay là của tỉnh Toyama; cũng như thế với các món Jibun (thịt vịt) của tỉnh Kanazawa và Unagi (lươn) của tỉnh Shizuoka... Bên cạnh các món ăn truyền thống đặc sắc, mỗi tỉnh, thành phố của Nhật Bản lại có những điểm hấp dẫn riêng để thu hút khách du lịch: nếu như Hokkaido có kiến trúc hiện đại, sôi nổi với những trò chơi mùa đông như trượt tuyết, trượt ván, điêu khắc băng... thì Tohoku hay Kyoto lại có lịch sử lâu đời với các ngôi chùa cổ kính, thiên nhiên và vườn tược tươi đẹp; nếu như vùng Chugoku được thế giới biết đến bởi khu vực này có thành phố là Hiroshima từng bị Mỹ ném bom nguyên tử thì vùng Kyushu lại nổi tiếng là nơi tập trung nhiều núi lửa nhất Nhật Bản; nếu như Chubu nổi tiếng với núi Fuji, nhà máy Toyota, tàu vũ trụ Aqua, đền Atsuta, thì Okinawa lại gây ấn tượng cho du khách bởi quần thể đảo với nhiều phong cảnh đặc sắc... Với tầm nhìn chiến lược, Nhật Bản đã sớm thực hiện kế hoạch phát triển đặc sản địa phương trên khắp toàn quốc. Từ năm 1979 trở đi, chính phủ Nhật phát động phong trào “Mỗi vùng một sản phẩm” với 3 tôn chỉ cốt lõi: “Hành động địa phương/sản phẩm địa phương; suy nghĩ toàn cầu/chất lượng toàn cầu; sáng tạo tự lực cánh sinh/nâng cao chất lượng nguồn nhân lực”. Từ chiến dịch này, Nhật Bản đã có bước phát triển thần kỳ về sản phẩm ẩm thực sạch với những thương hiệu nổi tiếng được cả thế giới ưa chuộng như: nấm hương khô, cá ngừ, rượu Shochu lúa mạch, chanh Kabosu... Có những tỉnh như Wakayama ở vùng Kansai được mệnh danh là “thiên đường nông sản”. Nơi đây chẳng những là vương quốc của các loại trái cây tươi ngon hàng đầu Nhật Bản mà còn là địa phương có sản lượng thu hoạch cá ngừ tươi lớn nhất nước. Để có được kết quả này, trong 3 yếu tố cốt lõi nêu trên, riêng về sản phẩm địa phương/chất lượng toàn cầu, người Nhật đã làm tốt việc sử dụng các nguồn lực địa phương (nguyên liệu, con người, kỹ thuật truyền thống, sáng kiến). Chất lượng sản phẩm luôn được cải tiến để hướng đến sự hoàn hảo. Đồng thời, Nhật Bản kiểm soát chất lượng toàn diện. Từ khâu nguyên liệu cho đến khâu tiêu dùng, các sản phẩm đều có chứng thực về chất lượng. Họ cũng luôn đa dạng hóa sản phẩm từ một nguồn nguyên liệu đầu vào và tiết kiệm tối đa nguồn tài nguyên thiên nhiên. Bên cạnh đó, người Nhật cũng luôn cải tiến và đề cao hình thức của bao bì sản phẩm. Ở Nhật Bản, một trong những giải pháp quan trọng làm tăng vị thế đặc sản của mỗi vùng là tạo sự liên kết với các vùng khác thông qua sự hợp tác của các trung tâm xúc tiến thương mại nhằm gắn kết nơi sản xuất và nơi tiêu thụ. Cùng với đó, các hội chợ đặc sản vùng miền với quy mô địa phương, quy mô quốc gia và quy mô quốc tế được tổ chức thường xuyên, góp phần mở rộng cơ hội chiếm lĩnh thị trường cho các sản phẩm địa phương. Mặt khác, giai đoạn từ 2003 đến nay, khi ngành Du lịch được chính phủ Nhật Bản hết sức chú trọng thì việc quảng bá du lịch đất nước trở thành trách nhiệm chung của mọi người dân. Từ quan chức cấp cao trong bộ máy chính phủ đến quan chức trong chính quyền địa phương và đến dân thường, tất cả đều tham gia vào chiến lược quảng bá



sản phẩm du lịch. Thủ tướng Nhật Bản, các quan chức chính phủ, thống đốc các tỉnh, trong những chuyến công du, hợp tác quốc tế, thường mang theo các đặc sản địa phương nhằm quảng bá cho du lịch Nhật Bản. Gần đây nhất, trong Hội nghị Thượng đỉnh Nhóm 7 nước công nghiệp phát triển (G7) diễn ra ngày 26, 27/5/2016 tại tỉnh Mie, quan khách chính phủ các nước được thưởng thức nhiều món ăn đặc sản và được nhận quà tặng là các sản vật nổi tiếng của địa phương. Bên cạnh việc điều hành cuộc họp với vai trò Chủ tịch, Thủ tướng Nhật Bản Shinzo Abe còn có nhiệm vụ quảng bá hình ảnh Nhật Bản tới các quan khách. Các món ăn đặc sản như rượu sake Zaku, thịt bò Matsusaka, tôm hùm, bào ngư của vịnh Ise có xuất xứ địa phương cũng được đưa vào danh sách.

### 3.2. Ứng dụng Internet marketing trong phát triển du lịch

Nhiều năm trở lại đây, Nhật Bản ứng dụng Internet marketing để gia tăng tính hiệu quả cho hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp du lịch. Năm 2015, Bộ Kinh tế - Thương mại và Công nghiệp Nhật Bản công bố mở website mang tên Nippon Quest. Đối tượng khai thác của Nippon Quest là những phương diện văn hóa vật thể và phi vật thể phục vụ du lịch như ẩm thực, sản vật, lễ hội, danh lam thắng cảnh từng vùng miền trên toàn đất nước Nhật. Website đã tập trung giới thiệu nhiều sản phẩm đặc trưng của địa phương do các nghệ nhân chế tạo hoặc doanh nghiệp sản xuất, đồng thời cũng giới thiệu tập quán sinh hoạt đặc sắc của người dân mỗi địa phương. Với mục đích quảng bá cho người nước ngoài, trên website có thiết lập phần mềm tự động biên dịch lời bình sang tiếng Anh, tiếng Hàn, tiếng Trung. Bên cạnh đó, website còn có phần mềm (sắp hoàn thiện) thực hiện chức năng xếp hạng sau khi tự động thống kê lượng bình chọn của độc giả. Người xem chỉ cần truy cập trang bằng các nút bấm bình chọn: “Thích ăn” hoặc “Thích mua”. Mọi đóng góp, phát hiện từ cá nhân, tổ chức, sau khi được chứng nhận mang đặc trưng vùng miền, không vi phạm thuần phong mỹ tục, sẽ được công khai trên website. Các chức năng bổ sung hoàn thiện website đang dần dần được thiết lập với mong muốn càng ngày càng làm phong phú hệ thống sản vật và nhận được phản hồi tích cực từ độc giả.

### 3.3. Nâng cao vai trò cộng đồng trong phát triển du lịch

Bắt đầu từ cuối những năm từ 1980 đến 2000, bên cạnh việc chia sẻ lợi ích hoạt động du lịch với cộng đồng và phát huy vai trò của cộng đồng trong phát triển du lịch, chính phủ Nhật Bản đã sớm chú ý đến việc “thương hiệu hóa” những di tích lịch sử, những điểm du lịch thu hút khách của các địa phương. Nhiều trung tâm du lịch được phát triển thông qua việc chuyển đổi các tòa nhà lịch sử thành các bảo tàng, nhà hàng, khách sạn để chào đón khách du lịch từ trong và ngoài khu vực. Ví dụ, ở thành phố Nagahama - Shiga, một nhà kho cũ đã được cải tạo và sử dụng như là một nhà trưng bày lớn. Gần đây, hơn 2 triệu khách du lịch đã đến thăm quan nhà trưng bày này. Khu vực bảo tồn và các tòa nhà lịch sử được thương hiệu hóa, những địa danh lịch sử được quảng bá như là các điểm đến du lịch. Từ năm 2000 tới nay, nhờ vào các chính sách phát triển du lịch của chính phủ Nhật Bản, ngành Du lịch đã có nhiều khởi sắc. Theo quan điểm của chính phủ Nhật Bản, để phát triển du lịch cộng đồng bền vững, điều quan trọng nhất là phải dựa vào ý thức của cộng đồng. Mô hình phát triển du lịch cộng đồng bền vững ở Nhật Bản hiện nay được phổ biến rộng rãi và nhiều địa phương như Yufuin, Ibaraki, Tochigi, Gumma, Saitama... đã áp dụng. Khác với mô hình phát triển du lịch cách đây 10 năm (chính quyền trung ương ra quy hoạch, địa phương thực hiện), từ những năm 2000 đến nay, chính cộng đồng cư dân địa phương tự đề xuất mô hình phát triển du lịch bền vững và tự triển khai thực hiện. Nói cách khác, chính phủ Nhật Bản đã trao quyền cho cộng đồng trong việc phát triển du lịch. Chính sách này giúp địa phương phát huy được tiềm năng, thế mạnh của mình, đồng thời nâng cao chính nhận thức của cộng đồng trong phát triển du lịch bền vững. Lấy tỉnh Yufuin của Nhật Bản làm ví dụ: Tỉnh này tự đề xuất mô hình phát triển du lịch của vùng và đã thành công trong việc triển khai thực hiện. Những hoạt động như liên hoan phim, tổ chức cuộc thi hát vào mùa thu, khôi

phục phát triển ngành nghề thủ công truyền thống, phát triển đồ lưu niệm mang nhãn hiệu Yufuin... đã gắn liền với cuộc sống sinh hoạt hàng ngày của người dân. Từ khi áp dụng mô hình này, vùng Yufuin của Nhật Bản mỗi năm đón khoảng 3,8 triệu khách du lịch, trong đó có khoảng 900.000 khách lưu trú và 70% là khách đến lần thứ 2, gần 10% là khách đến hơn 10 lần. Hơn nữa, chính phủ Nhật Bản còn hết sức chú trọng nâng cao ý thức cộng đồng trong phát triển du lịch. Ở các thành phố du lịch Nhật Bản, người dân địa phương, thậm chí cả trẻ em cũng được trực tiếp đào tạo hướng dẫn du lịch. Trong việc đào tạo ý thức và kỹ năng cho người dân, Nhật Bản lấy yếu tố văn hóa làm hạt nhân. Theo quan niệm chung của người Nhật, văn hóa Nhật phụ thuộc vào 3 giá trị và nguyên tắc căn bản là Wa - sự hài hòa, thân thiện; Kao - bộ mặt hay niềm kiêu hãnh; và Omoiyari - sự đồng cảm, thấu cảm và lòng trung thành. Vì thế, người dân địa phương luôn cố gắng thể hiện sự hài hòa thân thiện (Wa), sự thấu cảm và lòng trung thành (Omoiyari) với khách du lịch đến địa phương mình - làm sao để du khách “đi du lịch mà cảm thấy như đang sống ở nhà mình và ngược lại cộng đồng sống ở địa phương cũng cảm thấy mình như đang đi du lịch” (Seiji Yoneda). Qua việc có rất nhiều khách du lịch tới tham quan, cộng đồng địa phương đã nhận ra giá trị, nét đẹp của môi trường sống và lịch sử của mình. Du lịch đã góp phần phát triển một mạng lưới nhân lực văn hóa, xã hội tốt đẹp hơn. Hệ thống tích hợp giữa sự phát triển vùng miền và bảo tồn di sản văn hóa được thiết lập. Nhật Bản đã và đang “Thương hiệu hóa phong cách sống” - một khái niệm mới mà trong đó, “địa điểm du khách muốn tới thăm” là “nơi mà người dân địa phương đang sống một cách sôi động”. Tại địa phương, khách du lịch có thể trải nghiệm cuộc sống cùng với người dân - sống trong một cộng đồng cởi mở.

### 3.4. Nâng cao tính liên kết trong phát triển du lịch

Chính phủ Nhật Bản đặc biệt chú trọng đến tính liên kết trong phát triển du lịch. Tại Nhật Bản, ngành Du lịch còn được gọi với cái tên khác là “ngành tham quan” (観光業). Sở dĩ có tên gọi này là vì bản thân ngành Du lịch Nhật Bản có tương quan mật thiết với tất cả các loại sản phẩm văn hóa và các ngành nghề khác như: khách sạn, ẩm thực, hàng không, giao thông, bất động sản, nông nghiệp, lâm nghiệp, chế tạo sản phẩm... Đồng thời, giữa chính phủ và địa phương, giữa các địa phương, vùng miền với nhau, giữa chính quyền địa phương và cộng đồng, giữa hệ thống luật pháp với ý thức và hành động của người dân luôn có tính liên kết chặt chẽ. Những tổ chức ở Nhật Bản như Ủy ban Môi trường, Hiệp hội Bảo vệ di sản thiên nhiên Nhật Bản, Hội đồng Xúc tiến du lịch sinh thái Nhật Bản, những hiệp hội du lịch sinh thái tại các địa phương... đều có sự gắn kết chặt chẽ với cộng đồng dân cư trong việc bảo tồn và phát triển bền vững các nguồn tài nguyên tự nhiên, lịch sử, văn hóa. Năm 2004, trong số “5 giải pháp xúc tiến du lịch sinh thái”, Hội đồng Xúc tiến du lịch sinh thái Nhật Bản đã đưa ra một giải pháp là “Phát triển 13 dự án thí điểm về du lịch sinh thái tại một số địa phương”. Bộ Môi trường trực tiếp đầu tư phát triển các mô hình thí điểm trong khoảng thời gian 3 năm. Các mô hình này được chia thành ba nhóm: nhóm các vùng bảo tồn tự nhiên (tại Shiretoko, Shirakami, Ogasawara, Yakushima); nhóm các vùng có nhiều khách du lịch (tại Urabandai, Bắc núi Phú Sĩ, Rokko, Sasebo); và nhóm các vùng có tài nguyên nhân văn đặc sắc đi cùng với những tài nguyên du lịch tự nhiên tái sinh (Tajiri, Hanno - naguri, Iida region, Kosei, Nanki - Kumano) (1, tr.32-33). Chính phủ Nhật Bản cho rằng, phát triển du lịch bền vững (Sustainable Tourism) cần căn cứ vào môi trường tự nhiên và kết cấu xã hội của cộng đồng địa phương. Sự phát triển bền vững của ngành Du lịch cần đáp ứng nhu cầu hiện tại của du khách và điểm du lịch, đồng thời bảo vệ và thúc đẩy cơ hội phát triển cho tương lai của địa phương. Sự quản lý của ngành phải cân bằng và đáp ứng được nhu cầu về kinh tế, xã hội, thẩm mỹ, trong khi đó vẫn duy trì được các giá trị sinh thái, văn hóa. Nhìn chung, những chính sách phát triển du lịch của chính phủ Nhật Bản đã có những hiệu quả đáng kể, tạo nên thương hiệu cho ngành Du lịch Nhật Bản với bản sắc riêng, uy tín, hấp dẫn và độc đáo.

### 3.5. Lấy nhân tố văn hóa làm nền tảng trong phát triển du lịch

Nhật Bản là đất nước có nền văn hóa truyền thống đặc sắc, độc đáo. Mỗi sản vật văn hóa đã trở thành biểu tượng văn hóa gắn với biểu tượng của quốc gia. Trong bối cảnh toàn cầu hóa, Nhật Bản nổi lên như một hiện tượng đặc biệt về hội nhập của châu Á. Xét về phương diện phát triển du lịch, Nhật Bản đã có những chính sách hiệu quả nhằm xây dựng thương hiệu quốc gia. Điển hình cho những chính sách này là chiến lược “Cool Japan” (tiếng Nhật: クールジャパン - Kūru Japan, tạm dịch: “Nhật Bản thú vị”). Đây là sự tổng hòa của rất nhiều phương diện văn hóa, từ anime (phim hoạt hình Nhật Bản), manga (truyện tranh Nhật Bản) tới phim truyền hình, thiết kế, thời trang, thực phẩm và du lịch. “Cool Japan” được miêu tả như một hình thức của quyền lực mềm, có khả năng gián tiếp ảnh hưởng đến hành vi, sở thích người tiêu dùng và khách du lịch quốc tế thông qua các phương tiện văn hóa hay ý thức hệ, và là chiến lược xây dựng hình ảnh điểm đến du lịch của Nhật Bản một cách hữu hiệu. Chiến lược “Cool Japan” đối với ngành công nghiệp truyện tranh của Nhật đã đóng góp trực tiếp vào việc ra đời hình thái “Du lịch truyện tranh” độc đáo. “Lấy truyện tranh làm cơ sở, tiến hành tổng hợp và khai thác các loại hình hoạt động chuyên sâu. So với truyền thống du lịch, du lịch truyện tranh manga thực sự mang tính thể nghiệm, tính định hướng thu hút, tính văn hóa...”. Truyện tranh Nhật Bản hiện nay chiếm 60% thị trường truyện tranh thế giới, vì vậy, hướng phát triển “ngành Du lịch truyện tranh” ở Nhật thực sự mang tính khả quan. Để triển khai loại hình du lịch này, ở Nhật Bản có các dạng công viên được thiết kế theo chủ đề, ví dụ: công viên chủ đề Hello Kitty; các công viên mô phỏng theo phim hoạt hình của Hayao Miyazaki. Năm 2010, triển lãm quốc tế truyện tranh manga tổ chức ở Tokyo trong hai ngày, đã thu hút 130.000 du khách nước ngoài, đạt được doanh thu đáng kể.

## 4. MỘT SỐ GỢI Ý DÀNH CHO NGÀNH DU LỊCH TỈNH TUYÊN QUANG

Từ thực tiễn Nhật Bản, chúng ta có thể rút ra một vài bài học kinh nghiệm trong việc phát huy tài sản trí tuệ địa phương để phát triển ngành Du lịch tỉnh Tuyên Quang:

- Tầm quan trọng của chính phủ và hiệu quả của các chính sách. Ngành Du lịch chỉ phát triển nhanh, bền vững khi có một chiến lược quốc gia về phát triển du lịch và được cụ thể hóa bằng chương trình hành động quốc gia. Trong quá trình thực thi chính sách phát triển du lịch, Tuyên Quang cũng cần học tập Nhật Bản: tăng cường tính liên kết giữa các cấp, các bộ, ngành trung ương với địa phương, từ bộ máy lãnh đạo đến người dân, tăng cường tính liên kết giữa ngành Du lịch với các ngành nghề khác; ứng dụng Internet marketing trong phát triển du lịch (tạo các website cập nhật những đặc sản địa phương gắn với các chỉ dẫn địa lý, có nội dung phong phú, thu hút người dân trong nước và người nước ngoài tham gia bình chọn); đặc biệt chú trọng đến phát huy tài sản trí tuệ địa phương trong phát triển du lịch, mở một hành lang pháp lý thuận lợi, tạo môi trường cho du lịch phát triển đúng hướng và hiệu quả.

- Xây dựng thương hiệu địa phương dựa trên nền tảng văn hóa vốn có. Hiện nay, trên toàn thế giới, hàng chục ngàn thành phố và khu vực đang diễn ra các cuộc cạnh tranh mạnh mẽ để thu hút khách du lịch và các nhà đầu tư. Vì vậy, địa phương nào có thương hiệu mạnh sẽ thu hút được nhiều sự quan tâm của các nhà đầu tư, khách du lịch và nhờ đó sẽ thu được các thành quả và lợi ích như: sự thịnh vượng về kinh tế (phát triển và tăng trưởng ổn định), sự gia tăng tính đa dạng văn hóa. Thương hiệu của địa phương có thể gắn với sản phẩm truyền thống của chính địa phương đó như ẩm thực, trang phục, văn nghệ...; cũng có thể là một biểu tượng do chính địa phương sáng tạo ra trong quá trình tái cấu trúc, nhằm chuyển hóa một thông điệp mới. Vì thế, một thương hiệu địa phương được xây dựng thành công có thể giúp du khách nhận diện địa phương đó một cách dễ dàng.

- Phát huy vai trò của cộng đồng trong phát triển du lịch Ngành Du lịch cần nâng cao ý thức, vai trò của người dân địa phương trong phát triển du lịch. Chính quyền tỉnh Tuyên Quang nên áp dụng mô hình trao quyền cho cộng đồng địa phương trong việc phát triển du lịch. Vai trò của các

ơ quan chức năng của Nhà nước chỉ là theo dõi, giám sát, tư vấn chứ không phải làm thay. Đề mô hình này thực sự đi vào thực tiễn, cần có một kế hoạch cụ thể, từng bước, phù hợp với đặc thù riêng của mỗi địa phương.

Tóm lại, từ kinh nghiệm phát triển du lịch bền vững của Nhật Bản, Tuyên Quang có thể tiếp thu có chọn lọc để khai thác tài sản trí tuệ địa phương nhằm phát triển du lịch trong nước. Điều này càng có ý nghĩa hơn trong bối cảnh hợp tác giữa hai nước Việt - Nhật đã và đang ngày càng khởi sắc. Thiết nghĩ, không chỉ với trường hợp Nhật Bản, việc nghiên cứu kinh nghiệm phát triển du lịch của các nước trên thế giới luôn là yêu cầu đặt ra đối với ngành Du lịch Việt Nam nói chung và tỉnh Tuyên Quang nói riêng.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Apec (2017), The APEC High Level Policy Dialogue on Sustainable Tourism on 18th-19th June 2017 in Ha Long, Quang Ninh, Vietnam.
2. Nguyễn Phạm Hùng (2017), Văn hóa du lịch, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
3. Phạm Trương Hoàng (2008), Kinh nghiệm du lịch sinh thái tại Nhật Bản đối với Việt Nam, Tạp chí Du lịch Việt Nam, Số 6, tr.32-33, 47.
4. Quốc hội (2011), Luật Du lịch Việt Nam và các văn bản thi hành, NXB Chính trị Quốc gia.
5. S. Medlik (2003), Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality, Butterworth-Heinemann, Oxford, UK.
6. Stephen F. McCool & Keith Bosak (editors) (2016), Reframing Sustainable Tourism (Environmental Challenges and Solutions), Springer.
7. UNDP (2005), Sustainable tourism development in UNESCO.
8. UNEP & UNWTO (2005), Making tourism More sustainable - A guide for policy makers, Document published by UNEP & UNWTO.
9. UNWTO (2008), Definition of Tourism, <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>.

## SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT - EXPERIENCE IN JAPAN AND SOME LESSONS FOR TUYEN QUANG TOURISM

Nguyen Thi Thu Nga  
Quang Binh University

### Abstract

Sustainable tourism development has got increasing concerned of the State, organizations and individuals involved in tourism activities. The paper focuses on defining about sustainable tourism development and analyzing experiences of Japan in developing sustainable tourism such as developing tourism destinations and promoting local specialties, effectively applying Internet Marketing, improving association; promoting the role of community; considering cultural factors as basis for tourism development. From Japan's experience, the writer gives some practical suggestions for developing sustainable tourism in Tuyen Quang.

### Keywords

Sustainable tourism development, Japanese tourism, Tuyen Quang tourism.

# LIÊN KẾT GIỮA NHÀ NƯỚC, TRƯỜNG HỌC VÀ DOANH NGHIỆP TRONG DẠY NGHỀ DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG TẠI TUYÊN QUANG: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

**Lê Ngọc Thông**

*Trường Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội*

**Trần Đình Thóa**

*Trường Đại học Xây Dựng, Hà Nội*

## Tóm tắt

Bằng các phương pháp nghiên cứu khoa học phù hợp, cụ thể, bài viết thông qua nội dung hướng tới thực hiện mục tiêu: góp phần hoàn thiện lý thuyết về sự thống nhất giữa 4 chủ thể (nhà nước - trường dạy nghề, nhà dân và doanh nghiệp) trong dạy nghề du lịch sinh thái cộng đồng; nghiên cứu thực trạng và kết quả của sự thống nhất trên. Từ đó, đề xuất một số giải pháp hữu hiệu nhằm nâng cao hiệu quả của sự nghiệp dạy nghề du lịch sinh thái cộng đồng tại tỉnh Tuyên Quang.

## Từ khóa

Dạy nghề, du lịch, liên kết đào tạo, tỉnh Tuyên Quang.

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Xu hướng hiện nay là phát triển du lịch phải trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn trên cơ sở khai thác có hiệu quả lợi thế về điều kiện tự nhiên, sinh thái, truyền thống văn hóa lịch sử, huy động tối đa các nguồn lực, góp phần thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Đã từng đóng góp to lớn trong lịch sử dân tộc, ngày nay, tỉnh Tuyên Quang có tiềm năng du lịch lớn bởi cảnh quan thiên nhiên tươi đẹp, văn hóa rực rỡ sắc màu và người dân thiện lương. Trong thời gian qua, du lịch tại tỉnh Tuyên Quang đã có sự khởi sắc đạt được nhiều thành tựu. Nhưng lực lượng lao động ngành Du lịch chưa đáp ứng được trọn vẹn yêu cầu du lịch sinh thái cộng đồng (DLSTCĐ) của xã hội về cơ cấu, chất lượng và số lượng. Nên, tăng cường dạy nghề DLSTCĐ tại vùng đất quỳên rữ này là vấn đề cấp thiết. Một trong các hướng giải quyết là thực hiện có hiệu quả sự liên kết giữa nhà nước - cơ sở dạy nghề, nhân dân địa phương và doanh nghiệp trong dạy nghề DLSTCĐ tại tỉnh Tuyên Quang.

## 2. TỔNG QUAN, MỤC TIÊU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### 2.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Theo định hướng Nghị quyết số 08-NQ/TW, phát triển du lịch Việt Nam cũng được đề cập đến ở nhiều hội thảo chuyên đề và công trình nghiên cứu khoa học.

PGS. TS. Lê Anh Tuấn (2016), “*Liên kết phát triển nguồn nhân lực du lịch Tây Bắc*”, đăng trên Tạp chí Du lịch đã nghiên cứu tập trung vào khai thác thực trạng chất lượng lao động du lịch Tây Bắc từ đội ngũ cán bộ quản lý nhà nước, đội ngũ lao động trong các doanh nghiệp du lịch đến nguồn nhân lực du lịch của địa phương. Từ đó đề xuất giải pháp liên kết phát triển lao động trong hoạt động du lịch vùng Tây Bắc.

Nguyễn Sơn Hà (2016), “Đào tạo nguồn nhân lực du lịch hiện nay”, Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật số 382. Bài viết đề cập đến thực trạng cả về chất lượng và số lượng lao động trong ngành Du lịch Việt Nam. Tác giả đã đề xuất 4 nhóm giải pháp nhằm đào tạo nhân lực theo nhu cầu xã hội và xu hướng hội nhập quốc tế.

Dương Văn Sáu, (2012) “Đào tạo nhân lực du lịch Việt Nam - Những vấn đề lý luận và thực tiễn” kỷ yếu hội thảo khoa học. Tập kỷ yếu đã đưa lại nhiều thông tin về lý luận, thực trạng và giải pháp cho đào tạo nhân lực du lịch,...

Qua việc tổng quan một số công trình nghiên cứu, cho thấy:

(1) Rất ít công trình về liên kết giữa các chủ thể trong dạy nghề du lịch và DLSTCĐ.

(2) Giải quyết được vấn đề nhân lực du lịch, Việt Nam sẽ hoàn toàn đủ khả năng, đủ các điều kiện để thúc đẩy DLSTCĐ phát triển.

## **2.2. Mục tiêu và phương pháp nghiên cứu**

### **2.2.1. Mục tiêu bài viết hướng tới**

(1) Góp phần hoàn thiện lý thuyết về sự thống nhất giữa các chủ thể (nhà nước - trường dạy nghề nhân dân và doanh nghiệp) trong dạy nghề DLSTCĐ.

(2) Nghiên cứu thực trạng và kết quả của sự thống nhất giữa các chủ thể trong dạy nghề DLSTCĐ.

(3) Đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả của sự nghiệp dạy nghề DLSTCĐ tại tỉnh Tuyên Quang.

### **2.2.2. Phương pháp nghiên cứu**

(1) Đạt tới mục tiêu trên, bài viết sử dụng tổng hợp hệ thống các phương pháp nghiên cứu khoa học phù hợp, cụ thể cả định lượng, định tính; nghiên cứu thực tế, nghiên cứu tài liệu,...

(2) Cách thu thập dữ liệu: dữ liệu thứ cấp thông qua các tài liệu như sách, báo, báo cáo, tạp chí,... Phần nào thu thập dữ liệu sơ cấp qua phỏng vấn và điều tra xã hội học.

(3) Cách xử lý dữ liệu: sử dụng phương pháp phân tích, so sánh, tổng hợp. Các số liệu thống kê được sử dụng trong việc so sánh, phân tích, diễn giải và suy luận, tổng hợp để rút ra những nhận định cần thiết.

## **3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU**

### **3.1. Lý luận về liên kết dạy nghề du lịch sinh thái cộng đồng**

#### **3.1.1. Khái niệm về du lịch sinh thái cộng đồng**

Theo Nicole Hausle và Wollfgang Strasdas (2009): “DLSTCĐ là một hình thái du lịch trong đó chủ yếu là người dân địa phương đứng ra phát triển và quản lý. Lợi ích kinh tế có được từ du lịch sẽ đọng lại nền kinh tế địa phương”.

Tổ chức Responsible Ecological Social Tours (1997) cho rằng, DLSTCĐ là “phương thức tổ chức du lịch đề cao về môi trường, văn hóa xã hội. Du lịch sinh thái cộng đồng do cộng đồng sở hữu và quản lý, vì cộng đồng và cho phép khách du lịch nâng cao nhận thức và học hỏi về cộng đồng, về cuộc sống đời thường của họ”.

Tóm lại (theo vi.wikipedia.org), DLSTCĐ là loại hình du lịch do cộng đồng tổ chức, dựa vào thiên nhiên và văn hóa địa phương với mục tiêu bảo vệ môi trường. Ở đó, đề cao quyền làm chủ, chú ý phân bổ lợi ích rộng rãi và nâng cao chất lượng cuộc sống cho cộng đồng. Với khách du lịch, DLSTCĐ tạo cơ hội tìm hiểu, nâng cao nhận thức về môi trường và giao lưu văn hóa, trải nghiệm cuộc sống hàng ngày của cộng đồng. Đó là nét tinh túy của du lịch sinh thái và du lịch bền vững. Trong đó, nhấn mạnh vào cả ba yếu tố: môi trường, du lịch và cộng đồng.

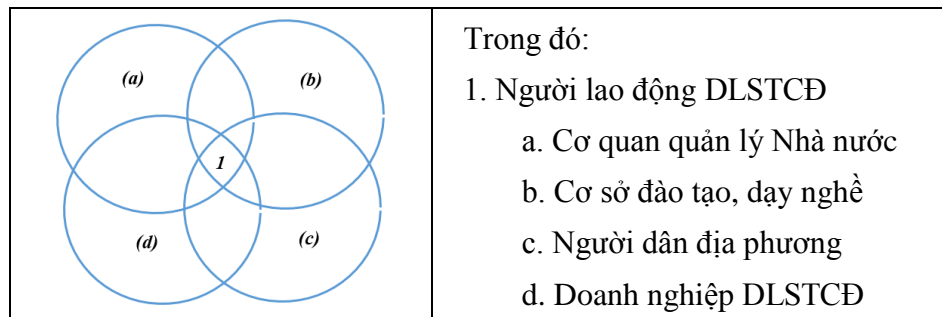
### 3.1.2. Lý luận về liên kết dạy nghề du lịch sinh thái cộng đồng

#### 3.1.2.1. Khái niệm về liên kết dạy nghề

Đó là sự hợp tác giữa các chủ thể (các bên) tham gia để tổ chức thực hiện các chương trình đã được thống nhất trong dạy nghề về đối tượng, mục đích, nội dung dạy nghề. Dạy nghề DLSTCĐ đào tạo người lao động hoạt động trong ngành DLSTCĐ, có hiểu biết và thực hiện năng lực nghề nghiệp cần thiết. Đó là nhu cầu khách quan, xuất phát từ lợi ích của các bên. Xây dựng cơ chế liên kết chặt chẽ giữa cơ quan quản lý Nhà nước (a) với các cơ sở đào tạo, dạy nghề (b) cùng người dân địa phương (c), doanh nghiệp du lịch sinh thái cộng đồng (d).

#### 3.1.2.2. Nội dung liên kết giữa 4 chủ thể trong dạy nghề DLSTCĐ

Trong dạy nghề DLSTCĐ, 4 chủ thể có mối quan hệ chặt chẽ, thể hiện ở hình sau:



Hình 1: Mối quan hệ giữa 4 chủ thể trong dạy nghề du lịch sinh thái cộng đồng

(Nguồn: tác giả tự xây dựng)

Đây là mối quan hệ sâu sắc, đan xen với nhiều tầng bậc.

(1) Tầng hạt nhân: tương quan tổng thể giữa 4 chủ thể nhằm mục tiêu chung của dạy nghề (xem ở phần sau). Tương quan này quyết định sự tồn tại của sự liên kết trong dạy nghề. Để làm được điều đó cần sự vào cuộc của bốn “nhà”: Nhà nước (định hướng phát triển nguồn nhân lực, quản lý nhà nước trước hết cấp tỉnh và ngành Du lịch); nhà trường (cơ sở đào tạo), nhà dân và nhà doanh nghiệp (hoạt động trong lĩnh vực du lịch).

Tầng hạt nhân chỉ được thực hiện và được thể hiện qua các tầng quan hệ khác (quan hệ song phương).

(2) Quan hệ giữa nhà trường với cơ quan quản lý nhà nước về người lao động được thực hiện thông qua các cơ chế chính sách phù hợp với pháp luật. Nhà trường tiếp nhận thông tin đào tạo và đào tạo bổ sung thông qua tổ chức này, đồng thời, cung cấp nguồn nhân lực đã qua đào tạo đến doanh nghiệp.

(3) Quan hệ giữa cơ quan quản lý nhà nước về người lao động với doanh nghiệp cũng được thực hiện thông qua các cơ chế chính sách phù hợp với pháp luật. Doanh nghiệp cung cấp nhu

cầu và yêu cầu tuyển dụng đến cơ quan quản lý Nhà nước, đồng thời, được phép tuyển dụng thông qua tổ chức này. Cơ quan quản lý Nhà nước xây dựng cơ chế nhằm ràng buộc doanh nghiệp trả phí khi tuyển dụng lao động mà không tham gia đào tạo.

(4) Quan hệ giữa nhà trường với doanh nghiệp được thực hiện qua các thỏa thuận hợp tác toàn diện. Qua đó, doanh nghiệp cung cấp nhu cầu và yêu cầu tuyển dụng, tham gia vào quá trình xây dựng chương trình đào tạo, phụ trách đào tạo năng lực thực hành nghề nâng cao cho người học.

(5) Quan hệ giữa nhà dân với doanh nghiệp nhằm tác động tương hỗ, bổ sung trong hoạt động du lịch và hướng dẫn kỹ thuật du lịch.

Do vậy, trong dạy nghề nên chăng thực hiện tổng thể cả 4 tương quan trên:

$$(1) = (2) + (3) + (4) + (5)$$

Mô hình liên kết dạy nghề tại địa phương của Nhật Bản là một minh họa. Theo đó, nhà trường có vai trò giáo dục tốt cho người học về đạo đức, kỷ luật lao động, tác phong công nghiệp, và đào tạo năng lực nghề nghiệp ở mức độ cơ bản. Doanh nghiệp có trách nhiệm đào tạo bổ sung cho người học về năng lực làm việc chuyên sâu, phù hợp với nhu cầu đặc điểm sản xuất của chính doanh nghiệp đó. Việc đào tạo tạo nguồn nhân lực có sự tham gia của nhiều bên: nhà trường (phía cung cấp nhân lực), nhà dân vừa cung, vừa cầu lao động; doanh nghiệp (phía có nhu cầu nhân lực), cơ quan chức năng làm cầu nối (quản lý ngân hàng nhân lực và giáo dục bổ sung). Trong đó:

- Cơ sở đào tạo đăng ký thông tin nguồn lực với cơ quan chức năng cầu nối để được cung cấp thông tin về nhu cầu nguồn nhân lực và nhu cầu hợp tác của các doanh nghiệp.
- Doanh nghiệp đăng ký nhu cầu và điều kiện tuyển dụng người lao động cho cơ quan chức năng cầu nối để được giới thiệu nguồn nhân lực phù hợp.
- Cơ quan chức năng cầu nối bao gồm cơ quan quản lý dữ liệu ngân hàng nhân lực và cơ quan giáo dục bổ sung. Cơ quan này có nhiệm vụ tiếp nhận nhu cầu nguồn nhân lực từ doanh nghiệp để cung cấp đến các cơ sở đào tạo, đồng thời, giới thiệu nguồn nhân lực đã qua đào tạo và đào tạo bổ sung đến các doanh nghiệp.

Như vậy, việc thông qua mối liên kết này, công tác đào tạo của nhà trường luôn đáp ứng được nhu cầu của doanh nghiệp. Đồng thời, doanh nghiệp luôn tiếp nhận người lao động phù hợp với nhu cầu và đặc điểm sản xuất. Tuy nhiên, doanh nghiệp phải có nghĩa vụ trả phí cho cơ quan chức năng cầu nối để lưu trữ thông tin về nhu cầu nhân lực và công tác đào tạo bổ sung.

### 3.1.2.3. Mục tiêu trong liên kết dạy nghề du lịch sinh thái cộng đồng

(1) Phát huy thế mạnh vốn có của cả 4 chủ thể; nâng cao sức mạng, vai trò của từng chủ thể trong liên kết; trở thành đối trọng, định hướng cho các chủ thể khác.

(2) Mục tiêu chính của sự liên kết đó là từng bước phát triển mô hình đào tạo theo nhu cầu, theo đơn đặt hàng về DLSTCĐ, đào tạo người lao động trong lĩnh vực quản lý và chuyên môn.

(3) Hướng tới việc đáp ứng nhu cầu lao động của các Doanh nghiệp, góp phần phát triển nguồn nhân lực Du lịch có năng lực nghề nghiệp trong lĩnh vực DLSTCĐ; phát huy thế mạnh của địa phương, đáp ứng nhu cầu của du khách và của địa phương, đất nước.

(4) Phát triển năng lực nghề nghiệp cho lực lượng lao động trong nghề DLSTCĐ.



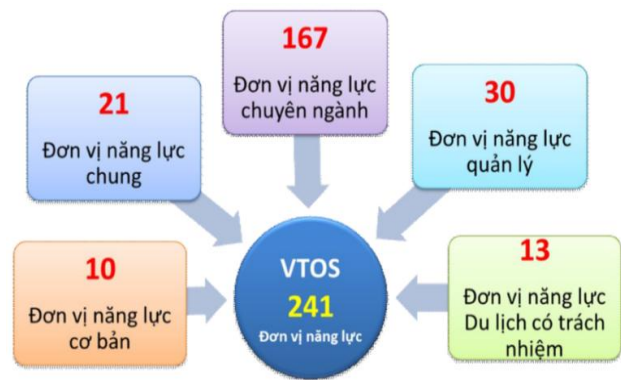
Năng lực là tổ hợp những thuộc tính của cá nhân con người, bao gồm kiến thức, kỹ năng, thái độ, phù hợp với yêu cầu của một hoạt động (nhiệm vụ, công việc) nhất định, đảm bảo cho hoạt động đó có hiệu quả. “Năng lực được cấu thành từ những bộ phận cơ bản: 1) Tri thức về lĩnh vực hoạt động hay quan hệ nào đó; 2) Kỹ năng tiến hành hoạt động hay xúc tiến, ứng xử với (trong) quan hệ nào đó; 3) Những điều kiện tâm lý để tổ chức và thực hiện tri thức, kỹ năng đó trong một cơ cấu thống nhất và theo một định hướng rõ ràng, chẳng hạn ý chí - động cơ, tình cảm - thái độ đối với nhiệm vụ, hoặc nói chung là tính tích cực trí tuệ, tính tích cực giao tiếp, tính tích cực học tập...” (xem hình 2) [2; 20-21].

Năng lực nghề nghiệp là tổng thể những đặc điểm tâm lý và sinh lý con người đáp ứng yêu cầu của nghề nghiệp. Năng lực nghề nghiệp được hình thành và phát triển qua hoạt động giáo dục, học tập và lao động.

Năng lực nghề nghiệp trong hoạt động du lịch sinh thái cộng đồng, (xem hình 3) [3; 162]:



Hình 2. Mô hình năng lực  
[Nguồn: tác giả tự xây dựng]



Hình 3. Khung năng lực 241 đơn vị theo 5 nhóm tại VTOS 2013

Điều đó được triển khai cụ thể bằng bảng Khung năng lực đối với lao động du lịch (theo Tiêu chuẩn chung của ASEAN - ACCSTP - xem hình 5) [3; 163]:



Hình 4. Mô hình năng lực yêu cầu đối với lao động DL trong ASEAN

Khung năng lực nghề du lịch được luật hóa bằng khung năng lực trình độ quốc gia Việt Nam - VQF (Chính phủ ban hành vào tháng 10 năm 2016). Qua nghiên cứu lý thuyết và tài liệu thực tế, cùng với các các văn bản pháp luật về định hướng phát triển du lịch, tác giả đề xuất khung NLNN với 28 tiêu chí nhằm phát huy tiềm lực sinh thái của địa phương.

Bảng 1. Các tiêu chí trong khung năng lực nghề du lịch

Nhóm	SL	Nội dung	
Kiến thức	06	1. Chuyên môn NV 2. Lịch sử, văn hóa, địa lí 3. Các lĩnh vực chung	4. Kinh tế, chính trị, pháp luật 5. SP du lịch tại điểm du lịch 6. Điểm du lịch đang làm việc
Kỹ năng	11	7. Chuyên môn và nghiệp vụ 8. Giao tiếp 9. Giao tiếp ngoại ngữ 10. Giải quyết vấn đề 11. Làm việc độc lập 12. Làm việc nhóm	13. Quan sát trong làm việc 14. Giải trình, thuyết phục 15. Soạn thảo văn bản 16. Tổ chức và quản lý 17. Đổi mới sáng tạo
Thái độ	11	18. Đam mê, nhiệt tình 19. Chuyên nghiệp, nghiêm túc 20. Chịu được áp lực cao 21. Kiên nhẫn, học hỏi, cầu tiến 22. Năng động, linh hoạt, 23. Vui vẻ, lịch sự	24. Tinh thần trách nhiệm 25. Tuân thủ quy định 26. Hợp tác với đồng nghiệp 27. Quan tâm, hỗ trợ du khách 28. Thân thiện, lịch sự với du khách

### 3.2. Thực trạng lao động du lịch sinh thái cộng đồng tỉnh Tuyên Quang

#### 3.2.1. Giới thiệu khái quát về tỉnh Tuyên Quang [5]

Tỉnh Tuyên Quang, phía Bắc giáp tỉnh Hà Giang, phía Đông Bắc giáp Cao Bằng, phía Đông giáp Bắc Kạn và Thái Nguyên, phía Nam giáp Vĩnh Phúc, phía Tây Nam giáp Phú Thọ, phía Tây giáp Yên Bái. Tuyên Quang nằm ở trung tâm của lưu vực sông Lô - Sông Gâm. Tỉnh Tuyên Quang gồm 1 thành phố và 6 huyện với nền kinh tế: nông - lâm nghiệp chiếm ưu thế và mô hình kinh tế: trang trại kết hợp nông lâm.

#### 3.2.2. Thực trạng về dạy nghề du lịch sinh thái cộng đồng tại tỉnh Tuyên Quang

Thực tế, việc dạy nghề DLSTCĐ tại đây chưa có chương trình riêng mạnh mẽ mà nằm trong dạy nghề du lịch chung, thường mang tính tự phát của người dân địa phương.

##### 3.2.2.1. Thực trạng hoạt động du lịch tại tỉnh Tuyên Quang

Hiện tại, du lịch Tuyên Quang, nhất là DLSTCĐ chưa có biểu tượng cũng như slogan chính thức, sự truyền thông còn rất hạn chế, mới chỉ ở mức trung bình, và mức kém. Tuy vậy, trong những năm gần đây, ngành Du lịch tỉnh Tuyên Quang trong đó có sự góp sức của DLSTCĐ đã đạt được những thành tựu nhất định.

Số lượng khách du lịch đến Tuyên Quang tăng cao, từ 603.000 lượt khách năm 2011 lên đến 1.309.000 lượt khách năm 2015, bình quân mỗi năm tăng 21,38% - tăng khá nhanh và đều qua các năm với chủ yếu là khách trong nước với mức tăng bình quân mỗi năm là 21,79%, khách nước ngoài chiếm tỷ lệ nhỏ và giảm dần qua các năm, đa số đến từ Trung Quốc và Hàn Quốc. Doanh thu từ du lịch là 552.000 triệu đồng năm 2011, tới năm 2015 đạt 1.135.000 triệu đồng, tăng bình quân 19,74% mỗi năm.

Bảng 2. Thực trạng phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang năm 2011-2015

(ĐVT: Lượt người) (Nguồn: tác giả tự xây dựng)

Năm	2011	2012	2013	2014	2015	Tốc độ (%)
Trong nước	592.000	718.000	849.990	1.009.100	1.302.700	121,79
Quốc tế	11.000	12.000	10.410	5.900	6.300	86,99
Tổng	603.000	730.000	860.400	1.015.000	1.309.000	121,38
Thu (trđ)	552.000	602.000	880.000	908.000	1.135.000	119,74

(Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Tuyên Quang)

Riêng năm 2016, số lượng khách du lịch quốc tế đạt 10 triệu lượt người, tăng hơn 4,3 lần so với năm 2001; khách du lịch nội địa đạt 62 triệu lượt người, tăng 5,3 lần so với năm 2001; đóng góp trực tiếp ước đạt 6,8% GDP, cả gián tiếp và lan tỏa đạt 14% GDP.

Năm 2018, Du lịch tiếp tục khởi sắc, từng bước trở thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh: thu hút trên 1,7 triệu lượt khách du lịch, đạt 102% kế hoạch, tăng 7,7% so với năm 2017; doanh thu xã hội về du lịch đạt 1.504 tỷ đồng. Một số dự án phát triển du lịch đang được triển khai tại Khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm, Khu du lịch Na Hang - Lâm Bình; Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Tân Trào đến năm 2030 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt là tiền đề quan trọng cho du lịch tỉnh nhà phát triển (Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Tuyên Quang).

#### (1) Số lượng lao động du lịch sinh thái cộng đồng tỉnh Tuyên Quang

Cả nước, theo báo cáo của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch có trên 1,3 triệu lao động du lịch và liên quan, chiếm khoảng 2,5% tổng lao động cả nước, trong đó có khoảng 420.000 lao động trực tiếp làm việc trong các cơ sở dịch vụ du lịch. Như vậy, nhân lực cho du lịch còn thiếu rất nhiều. Năm 2015, nhu cầu lao động trực tiếp trong ngành Du lịch ước tính lên tới 503.200 người và tỷ lệ tăng bình quân mỗi năm là 10,2%. Số lượng lao động qua đào tạo cần tăng thêm khoảng 19.000 người mỗi năm. Đây là cơ hội, nhưng cũng là thách thức khi mà chất lượng lao động của ngành Du lịch chưa thực sự đáp ứng được đòi hỏi của thị trường.

Thực trạng đào tạo của ngành Du lịch hiện nay vẫn còn nhiều hạn chế về số lượng, đặc biệt chất lượng vẫn chưa đáp ứng nhu cầu xã hội. Thực tế, nhiều trường đại học rất nặng về lý thuyết, tách rời nhu cầu xã hội giữa nhà trường và doanh nghiệp. Nên đào tạo đáp ứng với nhu cầu của xã hội, giảm tính hàn lâm. Nhu cầu về chất lượng nhân lực ngành Du lịch tăng cao đặt ra cơ hội cho người học và thách thức cho người sử dụng.

Nguồn nhân lực du lịch có chất lượng cao là yếu tố cực kỳ quan trọng để đạt năng lực cạnh tranh cao của điểm đến du lịch nói chung và mỗi doanh nghiệp nói riêng trước những yêu cầu mới.

Tại tỉnh Tuyên Quang, lực lượng lao động từ 15 tuổi: 485.504 người, trong đó tỷ lệ đã qua đào tạo 20,4%. Trong đó, 13.000 cho du lịch, trực tiếp là 3.000. Lao động du lịch còn thiếu chuyên nghiệp, yếu về kỹ năng giao tiếp, tinh thần, thái độ phục vụ. Lao động có trình độ ngoại ngữ để giao tiếp với khách du lịch nước ngoài còn ít. Do vậy, tỉnh Tuyên Quang giai đoạn 2016-2020 của UBND phải phấn đấu 100% cán bộ, công chức, viên chức trong ngành Du lịch được bồi dưỡng kiến thức quản lý nhà nước về du lịch, 60% lao động du lịch trực tiếp được bồi dưỡng kiến thức về chuyên môn, nghiệp vụ.

Mục tiêu ngành Du lịch Tuyên Quang, trong đó có du lịch sinh thái cộng đồng, đến năm 2020 là đón 2,2 triệu du khách, tạo việc làm cho 16.000 lao động du lịch; cơ sở hạ tầng kỹ thuật

du lịch tương đối đồng bộ tại các khu, điểm du lịch trọng điểm của tỉnh; đến năm 2020, phần đầu 100% cán bộ, công chức, viên chức trong ngành Du lịch được bồi dưỡng kiến thức quản lý nhà nước về du lịch; 60% lao động du lịch trực tiếp được bồi dưỡng kiến thức về chuyên môn, nghiệp vụ.

### (2) Chất lượng lao động du lịch sinh thái cộng đồng tỉnh Tuyên Quang

Chất lượng được đo bằng nhiều chỉ số thành phần: tỷ lệ mù chữ, tỷ lệ tốt nghiệp trung học phổ thông, trung học cơ sở, đại học, cao đẳng, trường nghề trên quy mô dân số... Việc phát triển du lịch Tuyên Quang gặp nhiều khó khăn về lao động. Bộ máy quản lý du lịch cấp tỉnh tại Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch vừa thiếu và yếu nên khó tham mưu cho cấp lãnh đạo về định hướng quy hoạch và phát triển du lịch.

Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Tây Bắc và của các đơn vị tuyển dụng đánh giá đội ngũ cán bộ quản lý du lịch chưa đạt yêu cầu, đặc biệt là đội ngũ cán bộ cấp huyện vừa thiếu lại vừa yếu trầm trọng. Có ít người được đào tạo về chuyên ngành Du lịch nên việc xây dựng quy hoạch, kế hoạch phát triển còn nhiều lúng túng, trình độ ngoại ngữ yếu, không có cán bộ có thể giao dịch hay đọc được tài liệu bằng tiếng nước ngoài. Năm 2015, tỷ lệ dân số từ 15 tuổi trở lên biết chữ của tỉnh thấp nhất trong toàn quốc (90%/94,8%).

Năm 2015 toàn tỉnh có 262 cơ sở lưu trú (tăng 125 cơ sở lưu trú so với năm 2011) và 06 doanh nghiệp lữ hành. Trong khi, công suất sử dụng buồng trung bình đạt gần 60%. Hệ thống dịch vụ còn sơ sài. Điểm nổi của du lịch sinh thái cộng đồng là các homestay, cũng còn rất mỏng.

Tại các khách sạn nhỏ, nhà nghỉ, homestay đội ngũ phục vụ không đúng chuyên môn, phần nhiều là lao động phổ thông, lao động thời vụ nên không có tính chuyên nghiệp. Nhiều cơ sở lưu trú, nhà hàng, dịch vụ sử dụng nhân viên lễ tân, buồng, phòng, đầu bếp... không, hoặc thiếu kinh nghiệm trong lĩnh vực du lịch, không có bằng cấp chuyên ngành Du lịch.

### 3.2.2.2. Thực trạng hoạt động dạy nghề du lịch sinh thái cộng đồng tại Tuyên Quang

Hoạt động dạy nghề du lịch tại Tuyên Quang ngày càng được quan tâm hơn (xem bảng 3).

Bảng 3. Hoạt động dạy nghề tại tỉnh Tuyên Quang năm 2015

Lĩnh vực	Kinh phí hỗ trợ (trđ)	Số lớp	Số học viên	Đối tượng	
Nông, lâm, ngư nghiệp	4.125	74	2.508	Hưởng chính sách ưu đãi	2.257
Phi nông nghiệp		32	1.103	Hộ cận nghèo	158
Tổng		106	3.611	Đối tượng khác	1.196

(Nguồn: tác giả tự xây dựng)

Số lao động gắn và tạo được việc làm sau khi học nghề là 2.632 lao động, chiếm 72,88%.

Mạng lưới cơ sở dạy nghề trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang được quan tâm và phát triển.

Bảng 4. Mạng lưới cơ sở dạy nghề trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang

Tổng	Đại học	Cao đẳng nghề	Trung cấp nghề	Trung học chuyên nghiệp	Trung tâm sự nghiệp có hoạt động dạy nghề	Trung tâm dạy nghề
17	1	1	2	2	1	10

(Nguồn: tác giả tự xây dựng)

Cả 6 huyện trên địa bàn tỉnh có trung tâm dạy nghề cấp huyện, đồng thời các trung tâm dạy nghề thuộc huyện quản lý đều đã được giao nhiệm vụ giáo dục thường xuyên. Bên cạnh đó là tiến trình đào tạo nghề tự phát ở các địa phương trong tỉnh; các gia đình, các địa phương tự phát đào tạo nghề nhưng đã có những thành công nhất định.

*Bảng 5. Các cấp đào tạo nghề phục vụ DLSTCD tại Tuyên Quang*

TT	Hệ đào tạo nghề	Nghề đào tạo
1	Sơ cấp	Nghiệp vụ lễ tân, buồng, bàn, bar...
2	Trung cấp	Kỹ thuật chế biến món ăn, nghiệp vụ lễ tân, nhà hàng
3	Cao đẳng	Quản trị khách sạn
4	Đại học	Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành

*(Nguồn: tác giả tự xây dựng)*

Các cơ sở đào tạo hướng theo mô hình ưu tiên cho thực hành nghề. Nhưng cơ sở vật chất dành cho thực hành còn thiếu. Kỹ năng nghề của lao động sau đào tạo không đáp ứng được yêu cầu thực tế tại các cơ sở kinh doanh du lịch. Người học thường được đào tạo đa nghề, từ buồng, đến bàn, bar, bếp... nhưng không chuyên sâu. Ngoài ra, mỗi trường lại đào tạo nhân lực du lịch theo một giáo trình riêng, nên đã ảnh hưởng không nhỏ tới chất lượng đầu ra. Phần lớn sinh viên ra trường đều thiếu kỹ năng cần thiết để có thể tiếp cận ngay vị trí công việc được giao.

#### *Đánh giá chung về dạy nghề du lịch tại Tuyên Quang*

Về cơ bản, hoạt động dạy nghề tại Tuyên Quang đã có nhiều cải thiện trong những năm vừa qua. Điều đó chứng minh cho sự đầu tư đúng đắn của Đảng và Nhà nước vào phát triển kinh tế của tỉnh mang nhiều ý nghĩa. Các chỉ tiêu về chất lượng giáo dục của vùng còn thấp so với yêu cầu phát triển ngày càng gia tăng của đất nước. Một số chính sách ban hành nhưng nguồn lực du lịch thực hiện chính sách còn thiếu.

Tuyên Quang đã tiến hành mô hình liên kết dạy nghề, nhưng còn khá lỏng lẻo, hiệu quả chưa cao. Các chủ thể tham gia liên kết chưa thật đồng thuận, thậm chí còn có biểu hiện cản trở hoạt động của nhau.

## **4. GIẢI PHÁP LIÊN KẾT CÁC CHỦ THỂ TRONG DẠY NGHỀ DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG TẠI TUYÊN QUANG**

### **4.1. Định hướng chung với các chủ thể liên kết dạy nghề nhằm đảm bảo cùng hoạt động trong sự thống nhất hài hòa**

(1) Đạt tới sự thống nhất từ các chủ thể trong nhận thức về nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, trong phân công phối hợp trong công tác chuẩn bị tốt các điều kiện cần thiết, hành lang pháp lý trong phát đào tạo, triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, trong xác định phương châm dạy nghề.

(2) Hoàn thiện chiến lược, sách lược trong liên kết dạy nghề.

Các chủ thể cùng chung tiếng nói về cách tiếp cận với hướng tổ chức đào tạo hội nhập với quốc tế: định hướng phân ngành hoặc lĩnh vực trong nghiên cứu và đào tạo du lịch để triển khai đào tạo các bậc đào tạo tương ứng với 1 số lĩnh vực.

## **4.2. Đề xuất giải pháp với từng chủ thể trong dạy nghề du lịch và du lịch sinh thái cộng đồng**

### **4.2.1. Đề xuất giải pháp với các cơ quan quản lý Nhà nước trong dạy nghề Du lịch sinh thái cộng đồng**

(1) Xác định hướng đúng, rõ ràng nhu cầu phát triển nguồn nhân lực du lịch cho từng giai đoạn. Tăng cường năng lực hoạch định chính sách, thiết lập hành lang pháp lý và cơ chế cho dạy nghề DLSTCD.

(2) Xây dựng chính sách, cơ chế phối hợp giữa các chủ thể nhằm đổi mới và tăng cường công tác quản lý của nhà nước trong việc xây dựng mối liên kết bền vững giữa cơ quan quản lý nhà nước, nhà trường, nhà dân và doanh nghiệp trong dạy nghề Du lịch chung và DLSTCD.

(3) Nhà nước đổi mới và tăng cường công tác quản lý nhà nước về xây dựng mối liên kết bền vững giữa các chủ thể trên 3 mặt: Định hướng, khuyến khích và hỗ trợ.

### **4.2.2. Đề xuất giải pháp với nhà trường - cơ sở đào tạo nghề**

(1) Nâng cao trình độ chuyên môn và phát triển chuyên sâu đối với đội ngũ giảng viên thông qua đào tạo mới, đào tạo lại và bồi dưỡng, trau dồi kinh nghiệm,...

(2) Hoàn thiện khung chương trình đào tạo với định hướng tiếp cận các chương trình đào tạo tiên tiến trên thế giới kết hợp với phát triển các hình thức đào tạo, bồi dưỡng (đào tạo liên thông, sau đại học, các lớp bồi dưỡng ngắn hạn,...).

(3) Tăng cường hàm lượng kiến thức cứng như kỹ năng ứng xử thực tế cho người học và tăng cường hợp tác, trao đổi với các dự án quốc tế trong việc đào tạo phát triển nguồn nhân lực.

(4) Tăng cường đầu tư cơ sở vật chất, trang, thiết bị phục vụ cho việc giảng dạy, thực hành, thực tập của sinh viên.

(5) Phát huy vai trò tích cực, chủ động của người học, dưới sự chủ đạo của giáo viên.

### **4.2.3. Đề xuất giải pháp với người dân địa phương.**

Người dân là đối tượng chính chịu ảnh hưởng, đồng thời là nhân tố đóng vai trò chủ chốt của sự phát triển du lịch tại địa phương, đóng vai trò chủ chốt của sự phát triển du lịch tại địa phương. Sự ủng hộ, tham gia của người dân địa phương là cực kỳ quan trọng cho sự thành công của các dự án phát triển du lịch. Muốn vậy không thể không tăng cường nhận thức về lợi ích kinh tế và nhận thức về lợi ích văn hóa của người dân.

Cùng với sở du lịch, doanh nghiệp du lịch, chính quyền địa phương, cộng đồng dân cư xây dựng mô hình du lịch cộng đồng đạt chuẩn tại các làng nghề, phố nghề.

Nếu có điều kiện về cơ sở lưu trú (nơi ăn, ở, vui chơi,...); các sản phẩm dịch vụ du lịch thì các gia đình người dân địa phương nên chủ động trở thành các cơ sở du lịch trong sự giúp đỡ của các doanh nghiệp du lịch và nhà nước, các trường học về các mảng hoạt động tương ứng.

### **4.2.4. Đề xuất giải pháp với doanh nghiệp du lịch**

(1) Phải xây dựng cơ chế lương, thưởng linh hoạt để thu hút, giữ chân và phát huy vai trò nhân lực chất lượng cao làm việc tại doanh nghiệp.

(2) Chú trọng công tác liên kết dạy nghề theo nhiều phương thức. Doanh nghiệp nên hỗ trợ tài chính cũng như cơ sở vật chất bằng các hình thức như hỗ trợ học bổng cho sinh viên, ký kết

các hợp đồng tư vấn, nghiên cứu khoa học. Doanh nghiệp có thể cử các chuyên viên, chuyên gia, kỹ sư, công nhân lành nghề tham gia trực tiếp giảng dạy hoặc hướng dẫn thực hành tại nhà trường.

(3) Có chính sách thích hợp tích cực đón nhận người học nghề tới thực tập và làm việc, ưu tiên với đồng bào dân tộc thiểu số.

## 5. KẾT LUẬN

Đảng và Nhà nước luôn quan tâm đặc biệt công cuộc phát triển kinh tế - xã hội các tỉnh miền núi, trong đó có Tuyên Quang bằng các chính sách, chương trình, hành động cụ thể. Tuy nhiên để đưa du lịch Tuyên Quang phát triển theo đúng định hướng của Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị thì tỉnh cần giải quyết một cách đồng bộ những tồn tại, hạn chế trong tiến trình hoạt động thực tế và thực hiện các giải pháp mang tính tổng hợp, đồng bộ, tăng cường vai trò liên kết 4 chủ thể (Nhà nước, nhà trường, nhân dân địa phương và doanh nghiệp) trong dạy nghề du lịch Tuyên Quang.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. OECD (2002), Definition and Selection of Competencies: Theoretical and Conceptual Foundation.
2. Lương Việt Thái (chủ nhiệm đề tài), Nguyễn Hồng Thuận, Phạm Thanh Tâm... (2011), Phát triển Chương trình giáo dục phổ thông theo định hướng phát triển năng lực người học, Đề tài nghiên cứu khoa học, Mã số: B2008-37-52 TĐ, Hà Nội.
3. Ngô Trung Hà (2017), “Khung năng lực trong đào tạo nhân lực du lịch”, Tạp chí Khoa học, Trường Đại học Sư phạm TP. Hồ Chí Minh, ISSN: 1859-3100 Tập 14, Số 11 (2017).
4. wikipedia.org <https://vi>
5. www.ilo.org, www.itdr.org.vn. www.en.tnu.edu.vn

## LINKS BETWEEN GOVERNMENT, SCHOOLS AND ENTERPRISES IN TRAINING ECOLOGICAL TOURISM IN COMMUNITY AT TUYEN QUANG: REALITY AND SOLUTIONS

**Le Ngoc Thong**

*National Economics University*

**Tran Dinh Thoa**

*National University of Civil Engineering*

### Abstract

By appropriate and specific scientific research methods, article through content aiming to achieve the goal: contribute to perfecting the theory of unity between 3 force (state, vocational schools and businesses) career) in community ecotourism vocational training; study the situation and the results of the agreement. Since then, propose some effective solutions to improve the effectiveness of community-based vocational training in Tuyen Quang province.

### Keywords

Vocational training, travel, training links, Tuyen Quang province.

## KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG CỦA MỘT SỐ ĐỊA PHƯƠNG VÀ BÀI HỌC CHO TỈNH TUYÊN QUANG

**Phạm Thị Thu Hương**

*Trường Đại học Hùng Vương*

**Phạm Thị Nga**

*Trường Đại học kinh tế & QTKD - Đại học Thái Nguyên*

### Tóm tắt

Du lịch cộng đồng là một loại hình du lịch bền vững thúc đẩy các chiến lược vì người nghèo trong môi trường cộng đồng. Các sáng kiến du lịch cộng đồng nhằm vào mục tiêu thu hút sự tham gia của người dân địa phương vào việc vận hành và quản lý các dự án du lịch nhỏ như một phương tiện giảm nghèo và mang lại thu nhập, khuyến khích tôn trọng các truyền thống và văn hóa địa phương cũng như các di sản thiên nhiên. Tuyên Quang là tỉnh miền núi nằm ở vùng Đông Bắc nước ta, có nhiều tiềm năng để phát triển du lịch cộng đồng. Tuy nhiên, loại hình du lịch này chưa được khai thác hiệu quả và phát triển chưa tương xứng với tiềm năng, thế mạnh hiện có của tỉnh. Bài viết nghiên cứu kinh nghiệm phát triển du lịch cộng đồng của một số địa phương trên cả nước để từ đó rút ra bài học vận dụng cho tỉnh Tuyên Quang.

### Từ khóa

Du lịch cộng đồng, phát triển bền vững, phát triển du lịch cộng đồng, sản phẩm du lịch, tỉnh Tuyên Quang.

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Hiện nay du lịch cộng đồng đang được coi là loại hình du lịch mang lại nhiều lợi ích phát triển kinh tế bền vững nhất cho cư dân bản địa. Du lịch cộng đồng là hoạt động tương hỗ giữa các đối tác liên quan, không chỉ giúp người dân bảo vệ tài nguyên môi trường sinh thái, bảo tồn và phát huy những nét văn hóa độc đáo của địa phương mà còn mang lại lợi ích về kinh tế cho cộng đồng dân cư địa phương và mang đến cho du khách kinh nghiệm mới góp phần thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của địa phương... Việt Nam có nhiều tiềm năng về cảnh quan thiên nhiên, giá trị về lịch sử, văn hóa bản địa của các dân tộc, tập tục và lối sống, văn hóa ẩm thực phong phú của các vùng miền là cơ sở để phát triển mạnh loại hình du lịch cộng đồng.

Tuyên Quang là vùng đất lịch sử nằm ở phía Bắc của tổ quốc Việt Nam, có vị trí chiến lược đặc biệt quan trọng về địa chính trị và địa quân sự. Tuyên Quang là địa bàn cư trú của 22 dân tộc, với nền văn hóa đa dạng, giàu bản sắc. Với những tiềm năng phong phú về cả tự nhiên, văn hóa, xã hội, Tuyên Quang có tiềm năng về phát triển du lịch với nhiều loại hình du lịch khác nhau. Thời gian qua, ngành Du lịch tỉnh Tuyên Quang đã có nhiều bước phát triển mạnh mẽ. Hiệu quả phát triển du lịch vừa giúp nâng cao thu nhập người dân, vừa góp phần thúc đẩy kinh tế - xã hội địa phương phát triển...

Là mảnh đất có bề dày văn hóa và lịch sử, đây là điều kiện thuận lợi để Tuyên Quang khai thác hình thức du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh. Tuy nhiên, loại hình du lịch này chưa được khai thác hiệu quả. Mặc dù giàu triển vọng, nhưng dịch vụ du lịch cộng đồng tại Tuyên Quang



phát triển chưa tương xứng với tiềm năng, thế mạnh hiện có; vẫn tồn tại nhiều khó khăn cần giải quyết như hạ tầng giao thông và cơ sở vật chất du lịch ở một số điểm du lịch tại các thôn, bản làm du lịch cộng đồng còn khó khăn, kinh phí hỗ trợ, đầu tư, công tác xã hội hóa các hoạt động du lịch phục vụ khách còn nhiều hạn chế. Hơn nữa, nhận thức về du lịch của đồng bào còn chưa được đầy đủ, do nguồn nhân lực tham gia làm du lịch chưa được đào tạo bài bản, kỹ năng giao tiếp ứng xử, tham gia vào các hoạt động kinh doanh du lịch chưa cao, trình độ ngoại ngữ còn kém.

Để góp phần phát triển du lịch cộng đồng nhằm bảo vệ, phát huy di sản văn hóa dân tộc, tạo nguồn lực phát triển kinh tế và nâng cao chất lượng cuộc sống cho người dân Tuyên Quang, việc nghiên cứu kinh nghiệm phát triển du lịch cộng đồng của các địa phương khác trên cả nước để rút ra bài học vận dụng cho tỉnh Tuyên Quang là cấp thiết và có ý nghĩa thực tiễn sâu sắc.

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

### 2.1. Cơ sở lý luận về du lịch cộng đồng

#### 2.1.1. Quan niệm về du lịch cộng đồng

Khái niệm du lịch cộng đồng đã xuất hiện từ lâu trên thế giới. Ở Việt Nam, du lịch cộng đồng xuất hiện từ năm 1997. Đứng trên các góc độ nghiên cứu khác nhau, có nhiều quan niệm khác nhau về du lịch cộng đồng.

Theo Nicole Hausle & Wolfgang Strasdas (2009) cho rằng: Du lịch cộng đồng là mô hình phát triển du lịch trong đó chủ yếu là người dân địa phương đứng ra phát triển và quản lý. Lợi ích kinh tế có được từ du lịch sẽ đọng lại nền kinh tế địa phương. Quan niệm trên nhấn mạnh đến vai trò chính của người dân địa phương trong vấn đề phát triển du lịch ngay trên địa bàn quản lý.

Theo Trần Thị Mai (2005), du lịch cộng đồng là hoạt động tương hỗ giữa các đối tác liên quan, nhằm mang lại lợi ích về kinh tế cho cộng đồng dân cư địa phương, bảo vệ được môi trường và mang đến cho du khách kinh nghiệm mới, góp phần thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của địa phương có dự án.

Đồng quan điểm trên, tác giả Võ Quê (2005) cho rằng, du lịch cộng đồng là phương thức phát triển du lịch trong đó cộng đồng dân cư tổ chức cung cấp các dịch vụ để phát triển du lịch, tham gia bảo tồn tài nguyên thiên nhiên và môi trường, đồng thời, cộng đồng được hưởng quyền lợi về vật chất và tinh thần từ phát triển du lịch và bảo tồn tự nhiên.

Theo Luật Du lịch (2017): Du lịch cộng đồng là loại hình du lịch được phát triển trên cơ sở các giá trị văn hóa của cộng đồng, do cộng đồng dân cư quản lý, tổ chức khai thác và hưởng lợi.

Nhìn chung, các tác giả trên đều quan niệm du lịch cộng đồng là một loại hình du lịch do chính cộng đồng người dân phối hợp tổ chức, quản lý và làm chủ để đem lại lợi ích kinh tế và bảo vệ được môi trường chung, thông qua việc giới thiệu với du khách các nét đặc trưng của địa phương (phong cảnh, văn hóa...).

Như vậy, có thể khái quát, du lịch cộng đồng là một mô hình phát triển du lịch, trong đó cộng đồng dân cư là người cung cấp các sản phẩm dịch vụ cho khách du lịch. Cộng đồng dân cư cũng chính là người có trách nhiệm bảo vệ tài nguyên du lịch và họ được chia sẻ các nguồn lợi kinh tế do phát triển du lịch tạo ra. Phát triển du lịch cộng đồng sẽ tạo ra thêm công ăn việc làm và tăng thêm thu nhập cho cộng đồng dân cư bản địa, góp phần cho việc xóa đói giảm nghèo của địa phương.

### 2.1.2. Đặc điểm của du lịch cộng đồng

*Thứ nhất*, du lịch cộng đồng đảm bảo văn hóa, thiên nhiên bền vững: Du lịch cộng đồng là cách tốt nhất vừa làm du lịch vừa giữ gìn bản sắc văn hóa, sử dụng dịch vụ tại chỗ, phát triển văn hóa, tôn trọng văn hóa địa phương, thúc đẩy nghề nghiệp truyền thống phát triển và giữ gìn bản sắc văn hóa; cần có người dân địa phương tham gia để dân có ý thức bảo vệ tài nguyên môi trường, giáo dục nâng cao nhận thức bảo vệ môi trường sinh thái, bản sắc văn hóa, vệ sinh cộng đồng.

*Thứ hai*, du lịch cộng đồng cần có sở hữu cộng đồng: Cộng đồng là chủ thể quản lý di sản dân tộc, có phong cách và lối sống riêng cần được tôn trọng; cộng đồng có quyền sở hữu các tài nguyên và do vậy có quyền tham gia vào các hoạt động du lịch.

*Thứ ba*, thu nhập từ du lịch cộng đồng cần giữ lại cho cộng đồng: Lợi nhuận thu được từ du lịch được chia sẻ công bằng cho cộng đồng để bảo vệ môi trường; cộng đồng thu lợi nhuận và lợi ích kinh tế trực tiếp để tái đầu tư cho địa phương ngoài hỗ trợ của Chính phủ.

*Thứ tư*, du lịch cộng đồng góp phần nâng cao nhận thức cho cộng đồng: Nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ, bảo vệ môi trường và bảo tồn hệ sinh thái; nâng cao ý thức bảo vệ di sản văn hóa cộng đồng, chống các trào lưu du nhập.

*Thứ năm*, du lịch cộng đồng cần tăng cường quyền lực cho cộng đồng: Du lịch cộng đồng là do cộng đồng tổ chức quản lý; du lịch cộng đồng là thúc đẩy, tạo cơ hội cho cộng đồng tham gia nhiệt tình vào phát triển du lịch; cộng đồng dân cư được trao quyền làm chủ, thực hiện các dịch vụ và quản lý phát triển du lịch.

*Thứ sáu*, du lịch cộng đồng cần tăng cường hỗ trợ của các tổ chức phi Chính phủ và cơ quan nhà nước: Hỗ trợ kinh nghiệm và vốn đầu tư, về cơ sở vật chất, ưu tiên về các chính sách cho cộng đồng trong việc phát triển du lịch và phát triển cộng đồng.

### 2.1.3. Các hình thức của du lịch cộng đồng

Dựa trên cơ sở tiêu chí sản phẩm du lịch cộng đồng được sở hữu và quản lý bởi cộng đồng, du lịch cộng đồng có thể phân thành cách loại hình sau:

(1) *Du lịch văn hóa*: Du lịch văn hóa là một trong những thành phần quan trọng nhất của du lịch cộng đồng từ khi văn hóa, lịch sử, khảo cổ học, là yếu tố thu hút khách chủ yếu của cộng đồng địa phương. Ví dụ về du lịch văn hóa bao gồm khám phá các di tích khảo cổ học, địa điểm tôn giáo nổi tiếng hay trải nghiệm cuộc sống địa phương tại một ngôi làng dân tộc thiểu số.

(2) *Du lịch sinh thái*: Du lịch sinh thái là một hình thức du lịch diễn ra trong khu vực tự nhiên (đặc biệt là trong các khu vực cần được bảo vệ và môi trường xung quanh nó) và kết hợp tìm hiểu bản sắc văn hóa - xã hội của địa phương có sự quan tâm đến vấn đề môi trường. Nó thúc đẩy một hệ sinh thái bền vững thông qua một quá trình quản lý môi trường có sự tham gia của tất cả các bên liên quan.

(3) *Du lịch nông nghiệp - nông thôn*: Đây là một hình thức du lịch tại các khu vực nông nghiệp như vườn cây ăn trái, trang trại nông lâm kết hợp, trang trại thảo dược và các trang trại động vật, đã được chuẩn bị phục vụ cho khách du lịch. Khách du lịch xem hoặc tham gia vào thực tiễn sản xuất nông nghiệp như làm việc với dụng cụ của nhà nông hoặc thu hoạch mùa mà không làm ảnh hưởng đến hệ sinh thái hoặc năng suất của gia đình chủ nhà.

(4) *Du lịch làng, bản*: Khách du lịch chia sẻ các hoạt động trong cuộc sống thôn bản, và các làng nông thôn thu được lợi ích kinh tế từ các hoạt động du lịch. Dân làng cung cấp các dịch

vụ ăn ở, nhà trọ cho khách nghỉ ngơi qua đêm. Nhà trọ chính là các điểm kinh doanh du lịch, trong đó du khách ở lại qua đêm trong những ngôi nhà làng, cùng với một gia đình.

(5) *Du lịch Nghệ thuật và Thủ công mỹ nghệ*: Đây không phải là một hình thức độc lập của du lịch, mà là một thành phần của các loại hình khác nhau của du lịch. Du lịch không chỉ mang lại cơ hội kinh doanh tốt hơn cho ngành công nghiệp thủ công mỹ nghệ của khu vực, doanh số bán hàng của hàng thủ công mỹ nghệ cũng có thể giúp người dân địa phương để tìm hiểu thêm về di sản văn hóa và nghệ thuật phong phú và độc đáo của họ.

## 2.2. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện nghiên cứu này, tác giả sử dụng ba nhóm phương pháp nghiên cứu chính:

(i) *Phương pháp tiếp cận hệ thống*: Sử dụng phương pháp này, du lịch cộng đồng tỉnh Tuyên Quang được xem xét là một trong những hình thức du lịch của tỉnh; đồng thời, du lịch cộng đồng của tỉnh Tuyên Quang được đặt trong mối quan hệ với du lịch cộng đồng của các địa phương khác trong cả nước.

(ii) *Phương pháp thu thập và xử lý dữ liệu*: Dữ liệu sử dụng trong bài được thu thập từ các nguồn như Tổng cục Du lịch Việt Nam; Tổng cục thống kê; Viện Nghiên cứu phát triển du lịch; Sở Văn hóa Thể Thao du lịch; Ủy ban nhân dân tỉnh Quảng Ninh; Cục thống kê tỉnh.

(iii) *Phương pháp phân tích dữ liệu*: Thông qua các dữ liệu thống kê về các hoạt động du lịch cộng đồng của tỉnh Lào Cai và Quảng Ninh, tác giả phân tích nhằm làm rõ kinh nghiệm phát triển du lịch cộng đồng tại các địa phương và thực trạng du lịch cộng đồng tại tỉnh Tuyên Quang, từ đó, rút ra các bài học kinh nghiệm áp dụng cho tỉnh Tuyên Quang.

## 3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

### 3.1. Kinh nghiệm phát triển du lịch cộng đồng của một số địa phương

#### 3.1.1. Kinh nghiệm của tỉnh Lào Cai

Nằm ở phía Tây Bắc của tổ quốc, Lào Cai có nhiều lợi thế để phát triển du lịch cộng đồng với phong cảnh thiên nhiên hùng vĩ, khí hậu đặc trưng, giao thông thuận lợi, văn hóa truyền thống đa sắc màu với 25 dân tộc anh em cùng sinh sống.

Nhận thức được tầm quan trọng của việc phát triển du lịch cộng đồng từ rất sớm, Lào Cai là một trong những tỉnh đầu tiên của Việt Nam áp dụng mô hình phát triển du lịch cộng gắn với xóa đói, giảm nghèo cho cộng đồng các dân tộc thiểu số tại Sa Pa với sự hỗ trợ của Tổ chức bảo tồn thiên nhiên thế giới (1998) và Tổ chức bánh mì thế giới (2006). Đến năm 2005 có 2 mô hình tại xã Bản Hồ (tiêu biểu là thôn Bản Dền) và San Sả Hồ (tiêu biểu là thôn Cát Cát) thuộc huyện Sa Pa. Năm 2010, trên địa bàn tỉnh đã có 30 hộ được cấp giấy phép kinh doanh dịch vụ lưu trú tại gia đình, đến năm 2016 có khoảng 300 hộ kinh doanh du lịch cộng đồng (riêng huyện Sa Pa có khoảng 180 hộ), 12 điểm du lịch cộng đồng, trên địa bàn các huyện Mường Khương, Si Ma Cai, Bắc Hà và Bát Xát đồng thời cấp phép cho trên 1000 hộ gia đình có đủ điều kiện được kinh doanh loại hình lưu trú tại gia với mức thu nhập bình quân từ 10 đến 15 triệu đồng/hộ/tháng.

Mô hình du lịch cộng đồng Lào Cai dựa trên nét văn hóa truyền thống của người dân bản địa để xây dựng khai thác một số sản phẩm du lịch đặc trưng như: sản phẩm du lịch gắn với di sản văn hóa ruộng bậc thang Lào Cai trong chương trình “Hành trình khám phá cung đường di

sản văn hóa ruộng bậc thang - Tây Bắc” dựa trên di tích danh thắng ruộng bậc thang Sa Pa và ruộng bậc thang thung lũng Thè Pả (Bát Xát); sản phẩm “Chợ phiên vùng cao” dựa trên những phiên chợ truyền thống: Bắc Hà, Cán Cẩu, Si Mai Ca, Mường Hum, Y Tý... Từ tầm quan trọng của việc phát triển du lịch bền vững, tạo sinh kế cho người dân vùng du lịch, Đề án phát triển du lịch tỉnh Lào Cai giai đoạn 2016-2020 đã xác định phát triển du lịch văn hóa cộng đồng là một trong những nội dung nhằm xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng của tỉnh.

Mô hình du lịch cộng đồng tại Sa Pa được xem là một trong những điển hình tiêu biểu về tính hiệu quả của loại hình du lịch này. Từ mô hình thí điểm như Cát Cát, Sín Chải (xã San Sả Hồ), Bản Dền với vài hộ dân tham gia, đến nay, Sa Pa đã nhân rộng mô hình này ra nhiều xã như: Tả Van, Tả Phìn, Nậm Cang, với sự tham gia của hàng trăm hộ dân làm du lịch, doanh thu của nhiều hộ dân đạt 40-50 triệu đồng/năm đến hàng trăm triệu đồng/năm, tỷ lệ hộ nghèo ở các điểm du lịch giàu nhanh gấp 2-3 lần so với các nơi khác. Xã Cát Cát có 20-30% số người dân tham gia thường xuyên vào các hoạt động du lịch (bán hàng, hướng dẫn khách, biểu diễn văn nghệ...), thu nhập bình quân từ 2 triệu đến 3 triệu đồng/tháng/người. Toàn xã có trên 50 hộ kinh doanh thổ cẩm, hàng lưu niệm, dệt lanh, thủ công mỹ nghệ; tính trung bình thu nhập của người dân khoảng trên dưới 1 triệu đồng/người/tháng. Du lịch cộng đồng phát triển dẫn đến các nguồn thu nhập cho hộ gia đình cũng có biến đổi, với nguồn thu từ việc tham gia vào các dịch vụ du lịch, bổ sung vào nguồn thu từ nông nghiệp đã tạo ra sự bền vững cho kinh tế của hộ gia đình.

Hiện nay huyện Bắc Hà đã bắt đầu chú trọng xây dựng mô hình làng văn hóa du lịch ở Trung Đô, Tả Van Chư, Tả Chải, Na Hối, Bản Phố. Ở Mường Khương là điểm du lịch Cao Sơn có lợi thế khí hậu trong lành, mát mẻ, hệ thống rừng già nguyên sinh, chợ văn hóa Cao Sơn, những nếp nhà tường trình của đồng bào Mông còn giữ nguyên bản sắc truyền thống... luôn hấp dẫn sự tìm hiểu, khám phá của du khách, đặc biệt là khách nước ngoài. Bát Xát cũng đang tích cực triển khai xây dựng mô hình này, bước đầu thí điểm tại xã Mường Hum.

Ở Sa Pa, dịch vụ lưu trú tại gia (homestay) phát triển ở những điểm như Tả Van, Tả Phìn, Bản Dền trước khi có thủy điện xây dựng cũng có nguồn thu rất lớn từ dịch vụ này. Bán các sản phẩm lương thực, thực phẩm, con vật nuôi mang tính đặc sản của các địa phương như rau Sa Pa, rượu Shan Lùng (Bát Xát), thắng cố Bắc Hà, gạo Sến Cù Mường Khương, thịt hun khói, lạp xường, gà đồi, lợn cắp nách... cũng mang lại nguồn thu lớn cho người dân. Các sản phẩm này không chỉ được tiêu thụ tại thị trường địa phương mà còn có thể phát triển thành thương hiệu phân phối rộng rãi, có sức hấp dẫn rất lớn đặc biệt là với khách du lịch nội địa.

Nghề thủ công truyền thống độc đáo của nhiều dân tộc được khôi phục, làm ra những sản phẩm lưu niệm rất được du khách, đặc biệt là khách quốc tế yêu thích đem lại giá trị kinh tế cao. Điển hình như thổ cẩm của người Mông ở Cát Cát, thổ cẩm của người Dao đỏ Tả Phìn... làm ra các sản phẩm, đồ lưu niệm như áo, khăn, gối, túi đeo điện thoại di động, ví, mũ, túi xách tay, ba lô du lịch...; sản phẩm chạm khắc bạc như nhẫn, vòng tay, sợi dây chuyền bạc, các hình kỷ niệm bằng bạc...; các đồ vật cũ cũng có thể trở thành hàng hóa mang bán như đồ trang sức bằng bạc nguyên chất của người dân tộc thiểu số, cái trống, cái mõ trâu...; nghề lấy lá thuốc, lá thuốc tẩm truyền thống của người Dao đỏ đang ngày càng nổi tiếng và có giá trị kinh tế cao.

Du khách đến thăm các làng văn hóa du lịch thường có nhu cầu xem văn nghệ. Vì vậy việc xây dựng các đội văn nghệ dân gian khai thác vốn dân ca dân vũ phong phú, đặc sắc của các dân tộc để phục vụ du khách là vấn đề cần thiết, mang lại việc làm và nguồn thu khá cho người dân. Một số đội văn nghệ hoạt động khá hiệu quả, thường xuyên như đội văn nghệ Cát Cát, đội văn nghệ Na Hối, đội xòe Tả Chải...

### 3.1.2. Kinh nghiệm của tỉnh Quảng Ninh

Quảng Ninh là một tỉnh có nhiều tiềm năng để phát triển du lịch, trong đó nhân tố đóng vai trò quan trọng nhất để tạo nên thế mạnh này chính là các di sản thiên nhiên, đặc biệt là Di sản thiên nhiên thế giới vịnh Hạ Long. Quảng Ninh có hơn 600 di tích lịch sử - văn hóa, danh lam thắng cảnh và di sản văn hóa của 22 dân tộc sinh sống trên mảnh đất này hàng ngàn năm qua. Những năm qua, Quảng Ninh đã triển khai “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Quảng Ninh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”. Trong đó, đặc biệt quan tâm đến các nội dung và 56 giải pháp, dự án thành phần để thúc đẩy phát triển du lịch; đa dạng hóa các nguồn lực, đồng thời tập trung nguồn lực xây dựng các khu vực động lực phát triển du lịch như: Khu kinh tế Vân Đồn, TP. Hạ Long, TP. Móng Cái... Một số sản phẩm du lịch như: Chèo thuyền nan, chèo đò ở Vịnh Hạ Long; chèo thuyền nan trước đình Cốc (TX. Quảng Yên); mô hình du lịch làng quê Yên Đức và khu chợ quê, những ngôi nhà đặc trưng vùng đồng bằng trung du Bắc Bộ, làng chài, khu trò chơi dân gian tại Quảng Ninh Gate (TX Đông Triều) được khách nước ngoài yêu thích. Quảng Ninh cũng đã nhận được sự hỗ trợ của JICA (Cơ quan Hợp tác Quốc tế Nhật Bản) trong dự án phát triển xanh tại Vịnh Hạ Long cũng như thí điểm thực hiện thúc đẩy du lịch sinh thái tại xã Quan Lạn (huyện Vân Đồn).

So với một số địa phương, mô hình du lịch cộng đồng ở Quảng Ninh xuất hiện muộn hơn, nhưng đã đem lại không ít thành công. Trong đó, đầu tiên phải kể đến mô hình hợp tác xã dịch vụ du lịch chèo thuyền đưa du khách đi tham quan làng chài Cửa Vạn. Bước đầu mô hình này đã mang lại những thành công nhất định, tạo công ăn việc làm cho bà con ngư dân. Những người ngư dân quanh năm gắn bó với sông nước, chỉ biết làm công việc đánh bắt cá nay đã được biết thêm một nghề mới, đó là nghề chèo thuyền nan đưa đón khách du lịch đi tham quan, khám phá Vịnh Hạ Long. Bước đầu dịch vụ chèo đò đưa đón khách tham quan Vịnh đã góp phần nâng cao thu nhập, đời sống cho người dân nơi đây...

Tiếp theo thành công của mô hình chèo thuyền đưa khách đi tham quan Vịnh, trải nghiệm cuộc sống của người dân bản xứ, mô hình phát triển du lịch cộng đồng ở làng quê Yên Đức cũng được đánh giá cao. Một điểm nổi bật trong mô hình du lịch cộng đồng ở làng quê Yên Đức là phong cảnh làng quê yên bình, đường làng, ngõ xóm được phong quang, sạch sẽ, người dân đã nhận thức được việc phát triển sản xuất gắn với đón khách du lịch đến tham quan và bảo vệ môi trường. Mặc dù doanh thu từ du lịch cộng đồng chưa cao, nhưng đã mở ra một hướng phát triển trong việc xây dựng nông thôn mới. Các hoạt động mà du khách đến đây được khám phá rất bình dị, mộc mạc trong cuộc sống thường nhật nhưng lại rất sinh động. Du khách được trải nghiệm cuộc sống thường ngày của bà con nông dân như xay lúa, giã gạo, úp cá hay tham quan ngôi chùa cổ của làng, xem múa rối nước... Hơn nữa, khách đến thăm nhà dân, được tìm hiểu những nét đẹp bản sắc văn hóa, phong tục tập quán và cuộc sống của người dân địa phương. Hiện nay, trung bình mỗi tháng, khu du lịch làng quê Yên Đức đón khoảng 2.000 khách tham quan du lịch, chủ yếu là khách châu Âu.

Hiện nay, một số xã trên các tuyến đảo Vân Đồn, Cô Tô, Cái Chiên cũng đang hướng tới phát triển mô hình du lịch cộng đồng. Mặc dù, có thể nói, các mô hình du lịch cộng đồng ở các địa phương trên tuyến đảo vẫn còn manh mún, mang tính tự phát, nhưng bước đầu cũng nhận được sự ủng hộ, vào cuộc của chính quyền địa phương và khách tham quan du lịch. Mô hình du lịch cộng đồng ở Cô Tô tập trung phát triển nhiều nhất ở hai xã Đòng Tiển và Thanh Lân. Du lịch cộng đồng ở đây chủ yếu kết hợp giữa việc tham quan khám phá vẻ đẹp hoang sơ của đảo và tìm hiểu đời sống sinh hoạt của người dân trên đảo. Du khách sẽ được trải nghiệm cuộc sống ở nhà dân, cùng tham gia vào các sinh hoạt hàng ngày như đánh cá, câu mực, các hoạt động tập thể như đốt lửa trại, trồng cây, tham quan hải đăng, rừng nguyên sinh...

## 3.2. Bài học kinh nghiệm cho tỉnh Tuyên Quang

### 3.2.1. Tiềm năng tự nhiên phát triển du lịch cộng đồng tỉnh Tuyên Quang

Tuyên Quang là tỉnh có 22 dân tộc cư trú, ở mỗi cộng đồng các dân tộc sinh sống đều có những nét văn hóa, phong tục tập quán từ lâu đời, đã được hình thành và phát triển qua hàng trăm năm vỡ đất lập bản, lập làng. Tuyên Quang được ví là hình ảnh thu nhỏ của vùng văn hóa Việt Bắc. Những giá trị văn hóa truyền thống của các dân tộc thiểu số thể hiện trong đời sống tinh thần khá rõ nét. Trong đó có những lễ hội đặc biệt như Lễ hội Lồng tồng và nghi lễ Then của dân tộc Tày; lễ Cấp Sắc, hát Páo Dung của dân tộc Dao; hát Soọng Cô của dân tộc Sán Dìu; hát Sinh Ca của dân tộc Cao Lan đã được công nhận là di sản văn hóa phi vật thể cấp quốc gia, riêng nghi lễ Then của dân tộc Tày đang hoàn thiện hồ sơ để trình UNESCO công nhận là di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại. Chính những nét đặc trưng của văn hóa đã cấu kết trong cộng đồng dân cư, tạo nên những sắc thái riêng biệt và trở thành những di sản văn hóa phi vật thể tiêu biểu.

Với một vị trí địa lý đặc biệt bản lề nối hai vùng Đông và Tây Bắc Bộ, trải dài từ Bắc xuống Nam, cùng với các nguồn tài nguyên thiên nhiên, truyền thống, lịch sử, văn hóa, cách mạng, Tuyên Quang có nhiều điều kiện để phát triển tốt các loại hình du lịch... Từ lâu Di tích Quốc gia đặc biệt Tân Trào đã là địa chỉ đỏ không thể thiếu cho các hoạt động du lịch về nguồn. Na Hang cùng các sản phẩm du lịch sinh thái, Mỹ Lâm với nguồn suối khoáng nóng độc đáo cho du lịch nghỉ dưỡng,... cùng các hệ thống đình đền chùa nổi tiếng linh thiêng. Tỉnh Tuyên Quang đã chủ trì và phối hợp với tỉnh Bắc Kạn lập hồ sơ Khu di sản thiên nhiên Na Hang - Ba Bể (thuộc địa bàn tỉnh Tuyên Quang và Bắc Kạn), trình UNESCO công nhận là Di sản thiên nhiên thế giới và lập hồ sơ Khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang - Lâm Bình trình Thủ tướng Chính phủ xếp hạng Khu danh lam thắng cảnh cấp quốc gia đặc biệt; Nghiên cứu triển khai Đề án phát triển “Du lịch cộng đồng” trong Khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang - Lâm Bình.

### 3.2.2. Bài học kinh nghiệm cho tỉnh Tuyên Quang

Thông qua các điển hình tốt của một số địa phương và qua phân tích tiềm năng tự nhiên phát triển du lịch cộng đồng của tỉnh Tuyên Quang, có thể thấy các địa phương đã xem du lịch cộng đồng là một hình thức du lịch có đóng góp quan trọng cho nền kinh tế địa phương và phát triển du lịch bền vững. Dù mới chỉ là những kết quả bước đầu, nhưng du lịch cộng đồng hình thành và phát triển ở các địa phương đã thực sự mang lại hiệu quả thiết thực, không chỉ phát huy thế mạnh văn hóa bản địa của các dân tộc mà còn góp phần lớn vào xóa đói, giảm nghèo, nâng cao đời sống cho người dân địa phương. Có thể rút ra một số bài học kinh nghiệm cho tỉnh Tuyên Quang áp dụng trong quá trình phát triển du lịch cộng đồng của địa phương:

*Thứ nhất*, muốn phát triển loại hình này, nguyên tắc đầu tiên là phải đề cao tính cộng đồng, phải có được sự tham gia rộng rãi của người dân, người dân phải trở thành chủ thể, được đảm bảo lợi ích. Có cơ chế và khuyến khích người dân bản địa tham gia nhiều hơn vào công tác lập quy hoạch phát triển du lịch, tổ chức xây dựng sản phẩm du lịch và trực tiếp phục vụ khách du lịch nhằm phân phối lợi ích nghiêng về phía cộng đồng. Có như vậy, du lịch cộng đồng tại Tuyên Quang mới thỏa mãn yêu cầu xóa đói giảm nghèo, tạo công việc, thu nhập và nâng cao đời sống người dân như mục tiêu của các chương trình về nông thôn của Đảng, Nhà nước ta đang thực hiện.

*Thứ hai*, phải có sự đồng thuận, phối hợp chặt chẽ của các cấp, các ngành, các địa phương, đoàn thể trong hệ thống chính trị cùng vào cuộc; sự liên kết chặt chẽ về quyền lợi và nghĩa vụ giữa nhà nước, người dân tham gia làm du lịch và doanh nghiệp du lịch. Vai trò của nhà nước,

đặc biệt là ngành Văn hóa thể thao và du lịch, ngành Lao động thương binh và xã hội phối hợp với các cấp, các ngành khác, phải tham gia đào tạo, định hướng cho người dân làm du lịch cộng đồng. Phải có chính sách hỗ trợ người dân làm du lịch cộng đồng thông qua các hình thức như ưu đãi vay vốn ngân hàng, xây dựng hệ thống hạ tầng giao thông, làm nhà vệ sinh...

*Thứ ba*, phát triển du lịch cộng đồng phải gắn với những nét đặc sắc của địa phương, tránh trùng lặp, tràn lan, không có trọng điểm, sản phẩm du lịch giống nhau dẫn đến tour tẻ nhạt, mất dần bản sắc và hiệu quả thực hiện không cao. Chú trọng khai thác các yếu tố văn hóa đặc sắc để xây dựng sản phẩm du lịch khác biệt, đặc trưng, không trùng lặp và hấp dẫn để tạo sự phong phú và nét riêng cho du lịch tỉnh. Di sản văn hóa là nguồn lực cho du lịch cộng đồng phát triển. Và ngược lại, du lịch càng phát triển thì càng khuyến khích người dân bảo tồn được di sản văn hóa truyền thống của dân tộc mình.

*Thứ tư*, nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ du lịch, chú trọng việc xây dựng thương hiệu sản phẩm du lịch đặc trưng của địa phương, bảo vệ rừng và môi trường tự nhiên, bảo tồn đa dạng sinh học, bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa cộng đồng.

*Thứ năm*, xây dựng thương hiệu gắn chặt với truyền thông quảng bá, tạo dựng hình ảnh địa phương, tạo sức lôi cuốn cho du lịch tỉnh. để thu hút sự quan tâm của dư luận và hấp dẫn du khách. Kết hợp, huy động mọi phương tiện, bao gồm cả truyền thông truyền thống và ứng dụng công nghệ thông tin cho hoạt động xúc tiến quảng bá; liên kết chặt chẽ giữa chính quyền địa phương, người dân, đơn vị kinh doanh du lịch và các tổ chức xã hội khác để tuyên truyền, quảng bá du lịch cộng đồng tới du khách trong và ngoài nước.

#### 4. KẾT LUẬN

Có thể thấy, tính bền vững trong việc phát triển du lịch cộng đồng là một thách thức lớn không chỉ trong thời điểm hiện nay, mà còn cả trong tương lai nếu không có những giải pháp đồng bộ, phù hợp. Đây vừa là cơ hội, cũng là thách thức với ngành Du lịch tỉnh để tìm kiếm những giải pháp mang tính chất lâu dài cho phát triển homestay. Trong thời gian tới, để du lịch thực sự phát triển, trở thành một trong 3 lĩnh vực đột phá như tinh thần Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang lần thứ XVI, nhiệm kỳ 2015-2020 đã xác định, cấp ủy, chính quyền các cấp ở Tuyên Quang sẽ đẩy mạnh công tác tuyên truyền, hướng dẫn người dân phát triển du lịch theo hướng hiệu quả, bền vững; gắn phát triển du lịch với bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa truyền thống của cộng đồng các dân tộc trên địa bàn toàn tỉnh. Đồng thời, tăng cường các hoạt động quy hoạch phát triển du lịch; quảng bá, xúc tiến, thu hút các nhà đầu tư; thực hiện đa dạng hóa các loại hình du lịch, các sản phẩm du lịch phù hợp với tiềm năng du lịch của các địa phương; chú trọng làm tốt công tác đào tạo, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực làm du lịch... Qua đó, góp phần thúc đẩy kinh tế - xã hội trên địa bàn tỉnh ngày càng phát triển.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trần Thị Mai (2005), Du lịch cộng đồng - Du lịch sinh thái: Định nghĩa, đặc trưng và quan điểm phát triển, Trường trung cấp nghiệp vụ du lịch Huế.
2. Võ Quế (2006), Du lịch cộng đồng lý thuyết và vận dụng tập 1, NXB Khoa học và Kỹ thuật.
3. Quốc hội (2014), Luật Du lịch số 09/2017/QH14.
4. Nicole Hausle, Wolfgang Strasdas (2000), Community Based Sustainable Tourism A Reader.

## EXPERIENCES OF COMMUNITY TOURISM DEVELOPMENT OF SOME LOCALS AND LESSONS FOR TUYEN QUANG PROVINCE

**Pham Thi Thu Huong**

*Hung Vuong University*

**Pham Thi Nga**

*Thai Nguyen University of Economics and Business Administration*

### **Abstract**

Community tourism is a type of sustainable tourism that promotes pro-poor strategies in the community environment. Community tourism initiatives aim to engage local people in the operation and management of small tourism projects as a means of reducing poverty and generating income, encouraging respect. local traditions and cultures as well as natural heritage. Tuyen Quang is a mountainous province located in the northeast of our country, has many potentials to develop community tourism. However, this type of tourism has not been effectively exploited and developed yet commensurate with the potential and existing strengths of the province. The paper explores the experience of community tourism development of a number of localities across the country to draw lessons for Tuyen Quang province.

### **Keywords**

Community tourism, sustainable development, development of community tourism, tourism products, Tuyen Quang province.



## PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI HỒ NA HANG - TUYÊN QUANG

Nguyễn Thị Quỳnh Trang

*Khoa Du lịch - Trường Đại học Văn hóa Hà Nội*

### Tóm tắt

Du lịch sinh thái đang là xu hướng du lịch ngày càng phát triển và hấp dẫn khách du lịch trong và ngoài nước. Du lịch sinh thái không chỉ bảo vệ tài nguyên, môi trường sinh thái theo hướng phát triển bền vững mà còn đem lại nguồn lợi lớn cho cộng đồng địa phương. Với hệ sinh thái đa dạng và độc đáo, Việt Nam có lợi thế lớn để phát triển du lịch sinh thái. Na Hang là một trong những khu du lịch sinh thái như vậy ở Tuyên Quang. Hồ nước trong xanh với các đảo đá vôi nằm giữa đại ngàn được ví như Vịnh Hạ Long. Nơi đây còn giữ nguyên vẻ đẹp hoang sơ và vô cùng thơ mộng. Bên cạnh những thác nước đẹp, quanh hồ Na Hang là địa bàn cư trú của các dân tộc thiểu số như Mông, Tày, Dao,... với phong tục tập quán và những đặc trưng văn hóa độc đáo. Mặc dù trong những năm gần đây, du khách đã biết đến Na Hang nhiều hơn nhưng việc khai thác vẫn chưa tương xứng tiềm năng du lịch sinh thái phong phú của Na Hang. Na Hang chắc chắn sẽ là điểm đến lý tưởng của du khách nếu được đầu tư trọng điểm và có những chính sách phát triển du lịch sinh thái tốt hơn.

### Từ khóa

Hồ Na Hang, du lịch sinh thái, phát triển, Tuyên Quang.

Du lịch sinh thái đang là xu hướng ngày càng phát triển và hấp dẫn khách du lịch trong và ngoài nước. Du lịch sinh thái không chỉ bảo vệ tài nguyên, môi trường sinh thái theo hướng phát triển bền vững mà còn đem lại nguồn lợi lớn cho cộng đồng địa phương. Với hệ sinh thái đa dạng và độc đáo, hồ Na Hang - Tuyên Quang có lợi thế lớn để phát triển du lịch sinh thái. Hồ nước trong xanh với các đảo đá vôi nằm giữa đại ngàn được ví như vịnh Hạ Long. Nơi đây còn giữ nguyên vẻ đẹp hoang sơ và vô cùng thơ mộng. Bên cạnh những thác nước đẹp, quanh hồ Na Hang là địa bàn cư trú của các dân tộc thiểu số như Mông, Tày, Dao,... với phong tục tập quán và những đặc trưng văn hóa độc đáo. Mặc dù trong những năm gần đây, du khách đã biết đến Na Hang nhiều hơn nhưng việc khai thác vẫn chưa tương xứng tiềm năng du lịch sinh thái phong phú của Na Hang. Vì vậy, chúng ta cần phải làm nhiều việc để phát triển du lịch sinh thái hồ Na Hang để không chỉ khai thác tiềm năng của hồ, nâng cao đời sống kinh tế - xã hội của người dân địa phương mà còn góp phần bảo vệ tài nguyên và môi trường nhằm phát triển du lịch bền vững.

Du lịch sinh thái đang trở thành xu thế phát triển nhanh chóng trên phạm vi toàn cầu. Đây là loại hình du lịch thiên nhiên có trách nhiệm, hỗ trợ các mục tiêu bảo tồn môi trường tự nhiên, các giá trị văn hóa bản địa, phát triển cộng đồng, đồng thời đem lại những nguồn lợi kinh tế to lớn, góp phần phát triển tích cực vào sự phát triển kinh tế - xã hội nói chung [4, tr.3]. Nhận thức được ý nghĩa quan trọng của du lịch sinh thái, Chiến lược Phát triển Du lịch Việt Nam luôn xác định du lịch sinh thái là loại hình du lịch được ưu tiên phát triển. Định hướng này còn có ý nghĩa đặc biệt khi phát triển du lịch cũng đang hướng tới nền kinh tế xanh, góp phần tích cực vào phát triển bền vững và ứng phó với tác động của biến đổi khí hậu ở Việt Nam.

Du lịch đang trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống, đẩy mạnh hoạt động xóa đói giảm nghèo nhất là tại các điểm có đời sống còn nhiều khó

khăn của cộng đồng dân cư như vùng miền núi Lâm Bình, Na Hang - Tuyên Quang. Phát triển du lịch trên cơ sở khai thác những lợi thế và điều kiện tự nhiên cũng như các giá trị văn hóa bản địa truyền thống nhằm đáp ứng những nhu cầu của khách du lịch trong và ngoài nước đang là hướng được ưu tiên. Tỉnh Tuyên Quang không chỉ có nhiều tiềm năng phát triển các sản phẩm du lịch tâm linh, du lịch về nguồn mà còn có tiềm năng lớn để phát triển du lịch sinh thái nổi bật nhất là hồ Na Hang. Hồ nước trong xanh với các đảo đá vôi nằm giữa đại ngàn được ví như vịnh Hạ Long. Nơi đây còn giữ nguyên vẻ đẹp hoang sơ và vô cùng thơ mộng. Thời gian qua, hoạt động du lịch nói chung và hoạt động du lịch sinh thái nói riêng ở đây đã được các cấp, các ngành của tỉnh Tuyên Quang quan tâm đầu tư phát triển. Tuy nhiên, do chưa khai thác được tính đặc thù của các sản phẩm du lịch sinh thái, chưa xây dựng được các hoạt động du lịch, dịch vụ hỗ trợ nên du lịch sinh thái tại hồ Na Hang vẫn chưa thực sự phát huy hết tiềm năng vốn có, những đóng góp cho phát triển kinh tế - xã hội và môi trường của du lịch sinh thái còn hạn chế. Vì vậy, với bài tham luận “*Phát triển du lịch sinh thái hồ Na Hang - Tuyên Quang*” tác giả hy vọng sẽ góp phần đưa ra các giải pháp nhằm phát triển du lịch sinh thái hồ Na Hang để vừa khai thác hệ sinh thái đa dạng với nhiều cảnh đẹp hùng vĩ, sơn thủy hữu tình, bảo tồn, phát huy được nét đẹp của những giá trị văn hóa truyền thống đặc sắc của các dân tộc, vừa đem lại nguồn thu cho ngân sách, tạo công ăn việc làm cho người dân địa phương trên cơ sở giữ gìn tài nguyên, môi trường sinh thái theo hướng phát triển bền vững.

## 1. TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI HỒ NA HANG

Khu du lịch sinh thái Na Hang (Nà Hang), cách trung tâm thành phố Tuyên Quang 105km về phía Bắc, là một điểm đến lý tưởng cho những du khách ưa mạo hiểm, thích khám phá những hang động kỳ thú, những khu rừng nguyên sinh, những thác nước, muốn tận hưởng vẻ đẹp của tự nhiên... Nà Hang theo tiếng của dân tộc Tày có nghĩa là “ruộng cuối”. Na Hang có những cánh đồng lúa xanh mướt xen kẽ với núi đá vôi, những khu rừng nguyên sinh, đặc biệt là hồ trên núi tạo nên phong cảnh hữu tình, giống như một bức tranh cổ tích nổi bật giữa đại ngàn xanh tươi.

Khu du lịch sinh thái Nà Hang nằm trải dài trên địa bàn hai huyện Na Hang và Lâm Bình tỉnh Tuyên Quang, đây là một trong ba Khu du lịch được Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020. Phạm vi quy hoạch trên địa bàn 10 xã và 1 thị trấn (Thanh Tương, Năng Khả, Sơn Phú, Khau Tinh, Yên Hoa, Đà Vị, Hồng Thái, Thượng Lâm, Khuôn Hà, Lãng Can và thị trấn Na Hang) [7, tr.1].

Khu Du lịch sinh thái Na Hang có tổng diện tích 15.000 ha trong đó bao gồm 8.000ha diện tích mặt nước. Hồ Na Hang có dung tích chứa nước lên tới hơn 2 tỷ m<sup>3</sup>, công suất 342MW, sản lượng điện hằng năm đạt trên 1.295 triệu kW - là một trong những hồ thủy điện lớn nhất khu vực phía Bắc. Khu du lịch Na Hang có địa hình tương đối hiểm trở, có nhiều núi đá vôi, thấp dần từ bắc xuống nam; bị chia cắt rất lớn, nhiều vùng gần như biệt lập, sự gắn kết giữa các vùng dân cư, các điểm kinh tế - xã hội hạn chế. Nằm trên vòng cung sông Gâm, ở đây có nhiều dãy núi lớn. Núi đất và núi đá xen kẽ nhau tạo nhiều thung lũng lớn, nhỏ. Khu du lịch cũng có nhiều thác nước tạo nên những thắng cảnh đẹp, hấp dẫn thuận lợi cho phát triển du lịch [9, tr.1].

Khí hậu ở đây chia làm 4 mùa rõ rệt, nhiệt độ trung bình trong năm là 22°C, độ ẩm không khí khoảng 85%, lượng mưa trung bình 1.800 mm. Mỗi mùa, Na Hang đều có vẻ đẹp riêng nhưng thời điểm đẹp nhất để đến khu du lịch sinh thái Na Hang là từ tháng 8 đến tháng 12 dương lịch, đây là khoảng thời gian mà hồ thuộc hai huyện Na Hang, Lâm Bình - Tuyên Quang được tích ở mức nước cao, cộng thêm tiết trời không quá lạnh hay quá nóng rất thích hợp cho những trải nghiệm leo thác, câu cá...

Thiên nhiên đã hào phóng ban tặng cho nơi đây nhiều tài nguyên quý báu đặc biệt là tài nguyên rừng, nó không chỉ có giá trị cao về mặt kinh tế mà còn có ý nghĩa quan trọng trong việc phòng hộ và bảo vệ môi trường sinh thái. Na Hang được ví như một nàng công chúa ẩn mình giữa chốn rừng sâu. Khu bảo tồn thiên nhiên Tát Kê - Bản Bung (còn gọi là Khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang) rộng trên 42.000ha nằm trên địa bàn 4 xã: Khau Tinh, Côn Lôn, Sơn Phú và Thanh Tương, là một trong những điểm du lịch thú vị, hấp dẫn khi du khách tới tham quan, mang ý nghĩa quan trọng trong chiến lược phát triển du lịch sinh thái Na Hang. Sự đa dạng về cảnh sắc thiên nhiên và phong phú về động thực vật là đặc điểm quan trọng để thu hút du khách, các nhà nghiên cứu khoa học, khảo sát thực địa, du lịch khám phá, thám hiểm. Với đặc điểm của khí hậu vùng núi cao, nhiệt độ dao động lớn giữa mùa hè và mùa đông vì thế khí hậu ở nơi đây khá ôn hòa. Theo số liệu thống kê chưa đầy đủ của các nhà khoa học khu bảo tồn thiên nhiên Tát Kê - Bản Bung còn khoảng 68% diện tích là rừng ẩm nhiệt đới vẫn còn ở tình trạng nguyên sinh hoặc chỉ thay đổi chút ít bởi sự tác động của con người, trong đó có khoảng 70% là rừng trên núi đá vôi. Cho đến nay các nhà khoa học đã xác định được trên 2.000 loài thực vật, trong đó có nhiều loài được ghi trong Sách đỏ Việt Nam (Anon, 1996) như Trai, Mun, Nghiến, Lát Hoa, Đinh, Thông tre, Hoàng đàn, Trâm gió, Thông Pà cò... Đặc biệt nơi đây vẫn còn giữ được những cây Nghiến hàng nghìn năm tuổi với đường kính rộng từ 4-5m. Nhiều loài động vật quý hiếm trong đó có loài Vọc mũi hếch ghi trong sách đỏ thế giới [1].

Du thuyền trên lòng hồ du khách sẽ đến với nơi hội tụ của hai dòng sông trên khu vực lòng hồ thủy điện sông Gâm và sông Năng. Hình ảnh núi non điệp trùng với 99 ngọn núi được ví như “Hạ Long cạn giữa đại ngàn”. Bên cạnh đó là những địa danh, sự tích đã đi vào lịch sử ở nơi đây như: Thác Khuổi Nhi, Khuổi Súng, đền Pác Tạ, đền Pác Vãng, hang Phia Vài, hòn Cọc Vài, vách đá Nàng Tiên - Chú Khách, động Song Long, thác Pắc Ban (thác Mơ), khu bảo tồn thiên nhiên Tát Kê - Bản Bung, hang Phia Vài... những khu rừng nguyên sinh trải dài theo hai triền sông tạo nên cảnh sắc thiên nhiên thơ mộng, kỳ thú, hình thành nên những tour, tuyến du lịch dã ngoại, ngắm cảnh thiên nhiên bằng du thuyền đầy thú vị của du khách khi đến với Na Hang [3].

Ngoài ra, khu du lịch còn có nhiều di tích tại khu vực lòng hồ Na Hang gồm Hang Phia Vài, đền Pác Tạ, động Song Long, thác Nặm Me (xã Khuôn Hà); hang Phia Muôn (xã Sơn Phú); đền Pác Tạ (thị trấn Nà Hang); chùa Phúc Lâm, Xưởng Quân khí H52, thắng cảnh Thượng Lâm (xã Thượng Lâm); Cơ quan Ấn loát đặc biệt Trung ương, Địa điểm sản xuất diêm tiêu (xã Năng Khả) đã được Bộ Văn hóa, Thể thao, Du lịch xếp hạng là di tích cấp quốc gia. Đây cũng là địa bàn cư trú của dân tộc Tày, Nùng, Dao, Sán Dìu,... với những phong tục tập quán và lễ hội đặc sắc.

## 2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI TẠI HỒ NA HANG

Về các loại hình du lịch sinh thái: cũng giống như nhiều điểm du lịch sinh thái ở Việt Nam, những sản phẩm du lịch sinh thái ở hồ Na Hang mới chỉ là những loại hình du lịch thiên nhiên mang màu sắc du lịch sinh thái bao gồm: dã ngoại, du thuyền, leo thác, đi bộ trong rừng, tham quan nghiên cứu đa dạng sinh học, thăm quan các bản làng dân tộc.

Trong những năm gần đây, Na Hang đã xây dựng được các tour du lịch sinh thái trên lòng hồ với chiều dài khoảng 70km, các tour du lịch đó sẽ đưa du khách đắm mình với thiên nhiên sông nước và núi rừng, được tìm hiểu về từng sự tích gắn với mỗi địa danh nơi đây.

Với vẻ đẹp tự nhiên riêng có, thác Khuổi Nhi đang trở thành điểm du lịch hấp dẫn du khách khi đến huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang. Lên thác Khuổi Nhi thích nhất vẫn là hoạt động leo thác, tắm thác, cho cá rĩa chân, nấu nướng ven hồ, cắm trại, vui văn nghệ, bơi thuyền nan, thuyền kayak. Với chiều dài khoảng 3 km, thác đổ từ trên đỉnh núi xuống vách đá với dòng nước trong, mát lạnh. Thác có nhiều tầng, nước chảy mạnh, tung bọt vào vách núi trắng xóa. Những giọt nước nhỏ theo gió bay li ti tạo một không gian mát lạnh. Du khách leo lên đỉnh là tầng thác chính, thác dội từ trên cao xuống nhìn như “mái tóc nàng tiên giữa đại ngàn”.

Khu bảo tồn thiên nhiên Tát Kê - Bản Bung với sự đa dạng về cảnh sắc thiên nhiên và phong phú về động thực vật là điểm du lịch sinh thái quan trọng để thu hút du khách, các nhà nghiên cứu khoa học, khảo sát thực địa, du lịch khám phá, thám hiểm. Tuy nhiên, hiện nay khách du lịch chủ yếu là tham quan tự phát, những khách đi thám hiểm, nghiên cứu khoa học hay du lịch sinh thái rất ít.

Tham quan các làng bản dân tộc - chủ nhân của du lịch sinh thái cộng đồng. Những trải nghiệm của du khách khi đến với du lịch sinh thái Na Hang không chỉ bởi tham quan du lịch lòng hồ thủy điện trong quần thể khu du lịch sinh thái, mà còn có các điểm đầy hấp dẫn đưa ta đến đời sống thường nhật của đồng bào dân tộc nơi đây, đó là lòng mến khách nồng hậu và nhiệt tình của đồng bào nơi miền núi cao, là những điệu hát then, hát lượn của dân tộc Tày, hát sli của dân tộc Nùng, hát Soọng cô của dân tộc Sán Dìu... Sự giao thoa giữa các nền văn hóa của các dân tộc tạo nên sức lôi cuốn du khách bởi nét văn hóa bản địa truyền thống vô cùng độc đáo, đặc sắc được thể hiện qua các lễ hội cổ truyền như: Lễ hội Lòng tông của người Tày, người Nùng, lễ Cấp Sắc, lễ Tơ Hồng, lễ Rước Dâu của người Dao trong trang phục thổ cẩm độc đáo. Thăm chợ vùng cao Thượng Lâm, thường họp vào thứ Năm và Chủ Nhật hàng tuần, du khách có thể thưởng thức chén rượu ngô Na Hang nổi tiếng nấu bằng men lá, nghe kể về những truyền thuyết của miền đất huyền thoại này như sự thích hoa Phặc Phiền, chuyện Đèo Nàng, sự thích 99 ngọn núi... Khu làng văn hóa Hồng Thái với những ruộng bậc thang tuyệt đẹp khi chiều buông. Là khung cảnh thơ mộng, hữu tình hòa trong màn sương bao phủ quanh năm của mảnh đất Khau Tinh, mỗi điểm đến chắc chắn sẽ mang lại cho du khách một hành trình ấn tượng, khó phai [3]...

Thực trạng khách du lịch sinh thái: Theo Ban Quản lý Khu du lịch sinh thái Na Hang, trong 6 tháng đầu năm, lượng khách du lịch đến tham quan, trải nghiệm đạt trên 97.000 lượt người, tăng 13,7% so với cùng kỳ năm 2018. Trong đó, khách quốc tế là 558 lượt người và khách trong nước trên 96.400 lượt người; doanh thu từ dịch vụ lưu trú và vận chuyển khách du lịch bằng đường thủy đạt hơn 4 tỷ đồng [2, tr.1]. Hiện nay, khi áp lực của công việc và cuộc sống gia tăng, những ảnh hưởng của biến đổi khí hậu đã có những tác động xấu đến môi trường sinh thái và cuộc sống của con người, khách du lịch có xu hướng trở về với tự nhiên, đến với du lịch sinh thái ngày càng nhiều hơn. Số lượng khách du lịch sinh thái đến hồ Na Hang gia tăng nhanh, mặc dù chưa có các con số thống kê chính xác lượng khách du lịch sinh thái thuần túy. Đa phần khách du lịch tới đây với mục đích nghỉ dưỡng cuối tuần, tham quan khám vẻ đẹp của hồ Na Hang hoặc khách du lịch kết hợp với mục đích tâm linh,... do đó thành phần khách cũng rất đa dạng: cán bộ công nhân viên chức, học sinh, sinh viên, những người buôn bán tự do và một số nhà nghiên cứu. Đến với Na Hang, đa phần là khách tham quan, thời gian lưu trú trung bình ngắn, chi tiêu ít.

Về thực trạng xúc tiến, quảng bá du lịch sinh thái: Những năm gần đây, hình ảnh du lịch Na Hang được quảng bá rất nhiều trên các phương tiện thông tin đại chúng. Huyện phối hợp với Đài Truyền hình Việt Nam xây dựng chương trình quảng bá danh lam thắng cảnh và ẩm thực với

thời lượng 30 phút về Khu du lịch sinh thái Na Hang phát trên kênh VTV2, VTV4; xây dựng nội dung chương trình “S Việt Nam - Hương vị cuộc sống” để quảng bá, giới thiệu về tiềm năng, hình ảnh Khu du lịch sinh thái Na Hang phát sóng trên kênh VTV1. Huyện phối hợp với các cơ quan liên quan, các địa phương hoàn thiện hồ sơ, thủ tục trình UNESCO đưa hồ sơ Ba Bể - Na Hang vào danh mục hồ sơ di sản thế giới. Tháng 7 năm 2019 UBND huyện Lâm Bình đã tổ chức Giải đua thuyền Kayak huyện Lâm Bình lần thứ II để giới thiệu tiềm năng, thế mạnh du lịch lòng hồ thủy điện đến đông đảo người dân và du khách thập phương, tạo điểm nhấn để thúc đẩy phát triển du lịch trên địa bàn. Bên cạnh đó, các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở đây cũng đã tổ chức hoạt động quảng bá, liên kết, xúc tiến phát triển du lịch tại tỉnh bạn; tổ chức đón tiếp đoàn Famtrip, Presstrip đến khảo sát, quảng bá mở tour, tuyên du lịch, đưa các đoàn khách du lịch đến với khu du lịch sinh thái Na Hang.

Về hệ thống giao thông: tỉnh Tuyên Quang cũng đã đầu tư nâng cấp quốc lộ 2C từ xã Sơn Nam (Sơn Dương) đến thị trấn Na Hang (Na Hang) với chiều dài 201,24km, từ điểm kết nối với Vĩnh Phúc, là một chặng liên tục dẫn tới các điểm du lịch nổi bật của tỉnh như Khu di tích Quốc gia đặc biệt Tân Trào, Khu di tích Quốc gia đặc biệt Kim Bình, khu hồ sinh thái Na Hang. Tại đây, quốc lộ 279 từ xã Đà Vị (Na Hang) đến xã Hồng Quang (Chiêm Hóa) chiều dài 96km; Quốc lộ 280 từ Thượng Giáp (Na Hang) tiếp giáp với xã Đường Âm, Bắc Mê (Hà Giang) đã giúp gắn kết du lịch hồ sinh thái Na Hang với tỉnh bạn Hà Giang. Khi giao thông phát triển những năm gần đây là điều kiện tốt giúp huyện Na Hang khơi dậy tiềm năng phát triển của ngành kinh tế du lịch. Với diện tích hơn 8.000ha, hồ sinh thái Na Hang kết nối các tuyến đường thủy từ thị trấn Na Hang với 8 xã khu C của huyện và các xã của huyện Lâm Bình; nối liền với khu danh thắng Quốc gia Ba Bể của tỉnh Bắc Kạn [6].

### 3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI TẠI HỒ NA HANG

- Nâng cao chất lượng dịch vụ, đa dạng hóa loại hình sản phẩm dịch vụ du lịch.

Trước hết, chúng ta cần xây dựng các sản phẩm du lịch sinh thái vừa phải phong phú vừa phải độc đáo mang sắc thái riêng của Na Hang, nâng cao chất lượng các sản phẩm hiện có và đa dạng hóa các sản phẩm. Bên cạnh đó, cần chú trọng phát triển khai thác những đặc trưng của các dân tộc thiểu số ở đây để phát triển du lịch để qua đó khách du lịch có cơ hội để tìm hiểu các giá trị văn hóa bản địa được hình thành và phát triển gắn liền với đặc điểm sinh thái tự nhiên của vùng. Hơn nữa, cần tổ chức sắp xếp trật tự các tàu đón khách, xây dựng phương án tính giá thống nhất dịch vụ thuyền chuyên chở khách du lịch trong lòng hồ thủy điện; các phương tiện di chuyển trên lòng hồ sử dụng nhiên liệu ít tổn hại đến môi trường, bổ sung thêm một số phương tiện di chuyển không sử dụng nhiên liệu để phát triển vui chơi giải trí trên hồ như thuyền Kayak,... xây dựng thêm các đường mòn diễn giải trong phân khu phục hồi sinh thái để du khách có thể tham quan và tìm hiểu sự đa dạng, phong phú của sinh vật tại khu Tát Kẽ - Bản Bung.

Ngoài ra, để có thể thu hút được nhiều khách du lịch nhất là giới trẻ, chúng ta cần dựng các điểm check in sử dụng các nguyên liệu tự nhiên mang màu sắc địa phương, tổ chức một số trò chơi dân gian của các dân tộc cho khách du lịch trải nghiệm.

- Quy hoạch tổng thể khu du lịch sinh thái.

Công tác quy hoạch là một trong những yếu tố quan trọng để phát triển du lịch bền vững. Theo quy hoạch, khu du lịch sinh thái Na Hang sẽ hình thành một số phân khu chức năng như Khu lâm viên Phiêng Bung (có sân bay mini, trường đua ngựa, sân golf, bãi cắm trại...), Khu

lâm thủy Cọc Vài (gồm khu biệt thự, đảo nuôi thú, khu thể thao mạo hiểm, khu câu cá, bến cảng...), khu thể thao trên nước, khu làng văn hóa lịch sử... Vì vậy các cơ quan chức năng và chính quyền địa phương cần xem xét quản lý chặt chẽ các dự án đầu tư phát triển du lịch sao cho phù hợp với quy hoạch đã được phê duyệt, ưu tiên các dự án về du lịch sinh thái, các dự án phát triển mang tính bền vững có lợi cho cộng đồng và ít tổn hại đến môi trường. Ngoài việc nâng cao hiệu quả tổ chức và quản lý tại khu du lịch bằng cách thành lập đơn vị chuyên phụ trách du lịch sinh thái chúng ta cũng nên xây dựng các nội quy và quy chế hoạt động phù hợp với phát triển du lịch sinh thái.

- Lập kế hoạch đào tạo và phát triển nguồn nhân lực để phục vụ cho hoạt động du lịch nói chung và du lịch sinh thái nói riêng: Ưu tiên nguồn nhân lực địa phương sẵn có tham gia vào các hoạt động du lịch, tổ chức các lớp đào tạo cho cán bộ quản lý, kỹ năng cho hướng dẫn viên, bồi dưỡng nghiệp vụ chuyên môn và ngoại ngữ. Tăng cường thêm các kiến thức về đảm bảo an ninh, an toàn cho du khách, các biện pháp cấp cứu, sơ cứu người bị nạn cho những người làm du lịch và cộng đồng dân cư. Bên cạnh đó, cần có những chương trình đào tạo tập huấn riêng cho hướng dẫn viên những kiến thức về tự nhiên, về du lịch sinh thái, để họ có khả năng hướng dẫn, tuyên truyền giáo dục cho du khách về bảo vệ các cảnh quan và môi trường tự nhiên.

- Tăng cường hợp tác đầu tư và xúc tiến quảng bá.

Các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở đây cũng đã tổ chức hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch tuy nhiên, khu du lịch sinh thái Na Hang cần được xây dựng thương hiệu về phát triển du lịch sinh thái nhằm thu hút khách du lịch trong và ngoài nước. Cần phối hợp giữa các cơ quan quản lý nhà nước và các doanh nghiệp du lịch để tổ chức quảng bá có hiệu quả, đúng thời điểm và tập trung vào các thị trường khách quan trọng. Tổ chức nhiều tour khảo sát cho các hãng lữ hành của nước ngoài để qua đó họ hiểu và đưa khu du lịch hồ Na Hang thành một trong những điểm đến du lịch sinh thái hấp dẫn vì hiện nay số lượng khách du lịch quốc tế đến tham gia các hoạt động du lịch sinh thái ở đây còn hạn chế. Hơn nữa cần nâng cấp và hoàn thiện website về du lịch sinh thái Na Hang ([www.dulichsinhthainahang.gov.vn](http://www.dulichsinhthainahang.gov.vn)), bổ sung thêm phiên bản bằng tiếng Anh để có thể quảng bá rộng rãi cho khách du lịch và các hãng lữ hành quốc tế.

Thêm vào đó, chúng ta cũng cần tranh thủ nguồn vốn từ chính phủ, các tổ chức có liên quan, từ địa phương, các nhà đầu tư và các cá nhân trong cộng đồng. Các dự án đầu tư nên ở quy mô nhỏ và vừa, mang tính địa phương, phù hợp với tính chất của du lịch sinh thái.

- Nâng cao nhận thức và khuyến khích cộng đồng dân cư địa phương tham gia tích cực vào hoạt động du lịch bằng cách ưu tiên thu hút lao động địa phương vào các hoạt động du lịch; Khuyến khích, hỗ trợ đối với công tác tập huấn về du lịch, nhất là du lịch sinh thái, du lịch bền vững. Nâng cao nhận thức của người dân và khách du lịch về đa dạng sinh học, về việc bảo tồn, tôn tạo và phát triển các nguồn tài nguyên du lịch.

- Quan tâm công tác quản lý và giáo dục môi trường. Ban quản lý cần thường xuyên kiểm tra kiểm soát chặt chẽ các hoạt động cũng như những hành vi bất cẩn của du khách gây tổn thất đến tài nguyên, môi trường, có biện pháp cụ thể và có hiệu quả để phòng cháy và chữa cháy rừng; Kiểm soát chặt chẽ các công trình kiến trúc xây dựng cho phù hợp với tính chất của du lịch sinh thái và không gây tác động xấu đến môi trường. Công tác giáo dục môi trường cần được tiến hành thường xuyên, liên tục ở mọi lúc mọi nơi và trên mọi phương tiện thông tin có thể. Cần có

những hướng dẫn chi tiết cho các hoạt động của du khách, những việc nên tránh làm ảnh hưởng đến môi trường sinh thái như đốt lửa, xả rác bừa bãi,...

- Phát triển cơ sở hạ tầng - kỹ thuật: Nâng cấp và cải tạo hệ thống đường giao thông, mạng lưới điện nước và thông tin liên lạc để đảm bảo cho sự phát triển bền vững của du lịch sinh thái tại đây. Có thể xây dựng thêm và nâng cấp các khu nghỉ dưỡng với các kiến trúc hài hòa với phong cảnh tuyệt đẹp nơi đây và phù hợp với phát triển du lịch sinh thái để thu hút và đáp ứng nhu cầu lưu trú của du khách tuy nhiên vẫn ưu tiên phát triển hình thức lưu trú homestay. Chú trọng đầu tư phát triển cơ sở ăn uống, nhà hàng, các cửa hàng, khu vui chơi giải trí, điểm nghỉ chân,... nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ. Tuy nhiên, khi xây dựng cần được tính toán kỹ lưỡng, quy hoạch thận trọng, tôn trọng các nguyên tắc của du lịch sinh thái, giám sát, kiểm tra khi thi công và vận hành nhằm tránh những tác động xấu đến môi trường sinh thái của khu du lịch.

Để thực hiện được những giải pháp này, chúng ta vừa phải phát huy vai trò của chủ thể quản lý, có sự phối hợp đồng bộ của các cơ quan chức năng vừa phải có những biện pháp tuyên truyền, giáo dục nâng cao ý thức của cộng đồng. Có như vậy mới có thể phát huy mạnh mẽ giá trị của hồ Na Hang nhằm phát triển du lịch sinh thái tại đây để vừa khai thác được vẻ đẹp của “Hạ Long giữa đại ngàn”, góp phần nâng cao đời sống kinh tế - xã hội của người dân địa phương vừa bảo tồn, giữ gìn tài nguyên, môi trường sinh thái theo hướng phát triển bền vững.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Chung, Du lịch sinh thái khu bảo tồn thiên nhiên Tát Kê - Bản Bung Na Hang, ([www.dulichnahang.com](http://www.dulichnahang.com)).
2. Huy Hoàng, Du lịch hồ sinh thái Na Hang thu hút du khách, ([baotuyenquang.com.vn](http://baotuyenquang.com.vn), 5/7/2019).
3. Phạm Hương (2017), Khu du lịch sinh thái Na Hang - nàng tiên xanh giữa đại ngàn, ([dulichtuyenquang.gov.vn](http://dulichtuyenquang.gov.vn)).
4. Phạm Trung Lương (2002), Du lịch sinh thái những vấn đề về lý luận và thực tiễn phát triển ở Việt Nam, NXB Giáo dục, 2002.
5. Mai Kim Thành (2013), Khu du lịch sinh thái Na Hang (Tuyên Quang), ([www.maseantraveller.net](http://www.maseantraveller.net) ngày 02/6/2013).
6. Tuyên Quang: Đầu tư hạ tầng giao thông tạo đà phát triển du lịch (2018) ([baotuyenquang.gov.vn](http://baotuyenquang.gov.vn), 13/9/2018).
7. [www.dulichsinhthainahang.gov.vn](http://www.dulichsinhthainahang.gov.vn)
8. [www.dulichlambinh.gov.vn](http://www.dulichlambinh.gov.vn)
9. Ủy ban nhân dân huyện Lâm Bình (2019), Báo cáo tiềm năng và tình hình phát triển du lịch cộng đồng huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang.
10. Ủy ban nhân dân huyện Lâm Bình (2019), Kế hoạch phát triển du lịch huyện Lâm Bình giai đoạn 2016-2020.

## DEVELOPE ECOTOURISM AT NA HANG LAKE - TUYEN QUANG PROVINCE

**Nguyen Thi Quynh Trang**

*Hanoi University of Culture*

### **Abstract**

Ecotourism is one of the tourism trends that increasingly develop and attract international and domestic tourists. Ecotourism has great potential to benefit local communities and aid in conservation of natural resources and ecological environment towards sustainable development. With the diversity and speciality of ecosystems, Viet Nam has a great advantage for ecotourism development. Na Hang is one of such an attractive eco-tourism site in Tuyên Quang. This lake has the natural green, lying between the majestic cliffs, limestone mountains between the deep lake as the small Halong Bay Vietnam of Tuyên Quang. This place is untouched beauty, a virtual fantasy that is extremely poetic. Beside beautiful waterfalls, around Na Hang Lake is also inhabited by highland ethnic groups such as Mong, Tay, Dao... each ethnic group has its own customs and habits carrying distinct cultural identity. The increasing of tourists to Na Hang in the recent years is not reserved to its potential. If investment is concentrated focal point, the better policy on ecotourism development is given, Na Hang certainly would be an ideal tourist destination.

### **Keywords**

Na Hang lake, ecotourism development, development, Tuyên Quang.



## MỘT VÀI NÉT VỀ NGÀNH DU LỊCH TÔN GIÁO Ở ITALIA

Hồ Thị Thu Huyền, Lê Thị Kim Oanh  
*Viện nghiên cứu châu Âu*

Trần Văn Cường, Nguyễn Thị Thúy  
*Trường Cao đẳng Nghề Việt Xô số 1*

### Tóm tắt

Du lịch tôn giáo là một trong những hình thức du lịch sớm nhất trong lịch sử loài người. Ý tưởng về cuộc hành hương tôn giáo bắt đầu gần như với bình minh của nhân loại. Vào thời Kinh Thánh, các trung tâm tôn giáo quan trọng không chỉ trở thành một phần của cảnh quan văn hóa mà còn trở thành những nhân tố chính thu hút khách du lịch và là bộ phận quan trọng trong nền kinh tế của những thành phố nơi tồn tại trung tâm tôn giáo này. Italia là một quốc gia nằm ở bán đảo phía Nam châu Âu, là một trong những nước đông dân nhất ở châu Âu. Nơi đây tập trung nhiều công trình kiến trúc, di sản tôn giáo lâu đời. Mỗi năm, có hàng triệu khách du lịch đến với Italia không chỉ để nhìn ngắm các kỳ quan thiên nhiên đặc sắc, thưởng thức các món ăn đặc trưng, mà còn để đắm mình trong những nét đẹp của các công trình tôn giáo cổ xưa, và bày tỏ sự nhiệt thành với tín ngưỡng mà mình đang theo đuổi. Trong khuôn khổ bài viết này tác giả tìm hiểu sự phát triển ngành Du lịch tôn giáo ở Italia và một số giải pháp nhằm khai thác và quản lý loại hình du lịch tôn giáo ở Italia.

### Từ khóa

Du lịch, tôn giáo, công trình tôn giáo, du lịch tôn giáo, Italia.

## 1. KHÁI NIỆM DU LỊCH TÔN GIÁO

Du lịch tôn giáo, hay còn được gọi là du lịch tâm linh, không phải là một lĩnh vực mới mẻ trên thế giới nhưng việc tiếp cận với khái niệm du lịch tôn giáo vẫn còn khá khó khăn. Ở đây, ta có thể hiểu du lịch tôn giáo là một loại hình du lịch, nơi mọi người đi du lịch cá nhân hoặc theo nhóm cho các mục đích hành hương, truyền giáo hoặc giải trí. Khách du lịch đi du lịch vì mục đích tôn giáo, rời khỏi đất nước cư trú trong thời gian không quá sáu tháng để đến thăm các thánh địa và trung tâm tôn giáo. Nơi tổ chức loại hình du lịch này là các địa bàn liên quan đến hoạt động tôn giáo hoặc lịch sử, kiến trúc tôn giáo như các nhà thờ, thánh địa, chùa chiền...

Học giả Mu và các cộng sự (2007), trong công trình nghiên cứu có tên “*Du lịch và hành hương văn hóa : Quan điểm của Trung Quốc*” đã định nghĩa du lịch văn hóa như một hoạt động du lịch đặc biệt, được định nghĩa bởi văn hóa tâm linh, với sự hỗ trợ của môi trường văn hóa - sinh thái cụ thể, và nó liên quan tới các hoạt động du lịch đặc biệt như thờ cúng, nghiên cứu, văn cảnh và văn hóa được thực hiện bởi các tín đồ tâm linh và du khách thế tục. Một định nghĩa khác thường được trích dẫn nhiều nhất trong các công trình nghiên cứu về du lịch tâm linh có lẽ phải kể đến định nghĩa của Rinschede (1992) khi ông cho rằng du lịch tâm linh là khi “có sự tham gia của du khách được thúc đẩy một phần hoặc hoàn toàn vì những lý do tâm linh”. Như vậy với những định nghĩa này của hai học giả trên thì du lịch tâm linh bao gồm các chuyến tham quan tới

các địa điểm tâm linh bởi cả khách đi hành hương và du khách thông thường, là những người có động cơ một phần hoặc hoàn toàn là tâm linh (Matina Terzidou et al., 2008).<sup>226</sup>

Tuy nhiên, du lịch tôn giáo không chỉ là chuyến thăm đến một địa điểm linh thiêng cụ thể, mà còn có thể là du lịch vì mục đích nhân đạo, vì lý do tình bạn hoặc thậm chí là một hình thức giải trí. Du lịch tôn giáo có thể là lý do chính cho một chuyến đi nhưng nó cũng có thể là một phần của chuyến đi và cung cấp một điểm đến với các điểm tham quan bổ sung. Một sai lầm phổ biến là giả định rằng một khách du lịch phải thuộc một tôn giáo cụ thể để đến thăm một địa điểm tôn giáo cụ thể. Chẳng hạn, mặc dù Vatican có ý nghĩa đặc biệt đối với những người theo tín ngưỡng Công giáo, nhưng hàng triệu người ngoài Công giáo cũng đến thăm Vatican cả về tâm linh và vẻ đẹp kiến trúc của nó.

### **Đặc điểm du lịch tôn giáo**

Du lịch tôn giáo là một loại hình du lịch đặc thù, mỗi chương trình du lịch bên cạnh việc đáp ứng đầy đủ các nhu cầu của du khách về lưu trú, ăn uống, vận chuyển... như các loại hình du lịch khác, nó còn phải thỏa mãn nhu cầu về tôn giáo, tín ngưỡng của du khách.

Các tour du lịch tôn giáo vừa phải đáp ứng yếu tố “*tâm linh*” (*niềm tin tôn giáo*) vừa phải đáp ứng yếu tố “*du lịch*”. Đây là hai yếu tố không thể thiếu trong bất cứ chương trình du lịch tôn giáo nào. Các chương trình du lịch tôn giáo mang đến cho du khách cảm giác gần gũi, dễ thông cảm, sẵn sàng sẻ chia và cởi mở với nhau.

Bản chất của du lịch tôn giáo chính là tính hướng thiện. Cho nên các chương trình du lịch tôn giáo phải đảm bảo cho du khách có cơ hội thực hành và sống trong môi trường của cầu nguyện và chiêm bái, thực tập việc tu tập và thư giãn, chăm sóc thân và tâm, tạo niềm tin và tìm nơi nương tựa trong tâm hồn.

### **Các hình thức của du lịch tôn giáo**

Nhiều người tin rằng khách du lịch tôn giáo chủ yếu là những người hành hương đến các địa điểm tâm linh để thực hiện các hành vi tôn giáo. Trên thực tế, đối tượng du lịch theo hình thức này rất đa dạng, bao gồm:

- Người hành hương: chủ yếu di chuyển giữa các giáo xứ, tổ chức tôn giáo hoặc đi lại một cách độc lập và được thúc đẩy bởi động lực tôn giáo mạnh mẽ. Họ tham gia nhiều hơn và quan tâm sâu sắc đến các nghi lễ thiêng liêng và thông điệp tôn giáo ở nơi mà họ đến. Những người hành hương thường có ngân sách hạn chế, chủ yếu đi vào mùa thấp điểm và không cầu kỳ về nơi ăn, chốn ở.
- Khách du lịch văn hóa: bị thu hút bởi nền văn hóa của đất nước sở tại và mong muốn khám phá lịch sử, cảnh quan, kiến trúc, nghệ thuật, ẩm thực và các nét đặc trưng khác của vùng đất nơi họ đến. Đối tượng này có xu hướng chi tiêu cao hơn khách du lịch hành hương và cầu kỳ hơn trong việc lựa chọn điểm đến cũng như khách sạn, nhà hàng.
- Khách du lịch đức tin: quan tâm đến cả khía cạnh văn hóa và tôn giáo.
- Khác: những người đến Ý để tham gia các cuộc hội thảo, hội nghị, ký kết các hiệp ước liên quan đến tôn giáo.

<sup>226</sup> Trần Thị Hiên (2015) “*Nghiên cứu loại hình du lịch tôn giáo tại Ninh Bình*”, Luận Văn Thạc sĩ, Đại học khoa học xã hội và nhân văn, Hà Nội, 2015.

## 2. TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN DU LỊCH TÔN GIÁO Ở ITALIA

### 2.1. Tiềm năng phát triển du lịch tôn giáo ở Italia

#### Một số tôn giáo chính ở Italia

Italia được coi là một đất nước công giáo mặc dù chính phủ nước này, từ năm 1984, đã từ bỏ điều luật xem công giáo là quốc giáo. Ngoài công giáo, đạo Phật, đạo Do Thái cũng là những tôn giáo chính nhưng có số lượng tín đồ thấp hơn rất nhiều. Đạo Hồi, mặc dù là đại diện cho nhóm phi Công giáo lớn nhất ở Italia và 32,6% dân số nhập cư là người Hồi giáo nhưng lại không được chính phủ Italia thừa nhận. Điều này đã tạo ra rất nhiều thiệt thòi cho các tín đồ Hồi giáo. Dưới đây là thống kê một số cộng đồng tôn giáo lớn ở Italia:

#### Công giáo (còn gọi là Kito giáo)

Đối với nhiều người Italia, công giáo giáo thậm chí không phải là một lựa chọn có ý thức. Công giáo bị cuốn sâu vào văn hóa đến mức gần như không thể tách rời ảnh hưởng xã hội khỏi giáo lý. Vì vậy, có một sự kỳ thị nhất định gắn liền với việc tuyên bố mình là người không Công giáo.

Hiện có khoảng 78% công dân Italia là thành viên nhà thờ Công giáo La Mã. Các giáo phái công giáo khác bao gồm Chính thống giáo, Nhân chứng Jehovah, Tin lành và Methodists. Ngoài Công giáo La Mã, Nhân Chứng Giê-hô-va phát triển mạnh ở Italia. Họ nổi tiếng về việc giúp người khác tìm hiểu Kinh Thánh cũng như sống theo các tiêu chuẩn của sách này. Có hơn 3.000 hội thánh Nhân Chứng Giê-hô-va trên khắp đất nước này, và nhiều hội thánh nhắm đến những người nói tiếng nước ngoài.<sup>227</sup>

#### Đạo Hồi

Ít nhất 1,8 triệu người Hồi giáo đang sống ở Italia, biến đạo Hồi thành tôn giáo lớn thứ hai của đất nước. Tuy nhiên, không giống như Kitô giáo, Hồi giáo không được chính thức công nhận ở Italia và phần lớn người Italia đều có cái nhìn tiêu cực đối với đạo Hồi. Điều này có nghĩa là nhà thờ Hồi giáo không thể nhận được tiền công, đám cưới Hồi giáo không có giá trị pháp lý và công nhân Hồi giáo không được nghỉ ngày lễ. Do đó, các tín đồ đạo Hồi chịu rất nhiều thiệt thòi, và gây ra nhiều mâu thuẫn trong đời sống xã hội.

#### Phật giáo

Phật giáo là tôn giáo phổ biến thứ ba, bên cạnh Kitô giáo và Hồi giáo. Quốc gia này có khoảng 256.000 Phật tử, có nghĩa là 0,4% tổng dân số. Sự hiện diện của Phật giáo ở Italia bắt đầu được biết đến vào những năm 1960 khi Hiệp hội Phật giáo Italia được thành lập. Năm 1985 liên minh các Phật tử từ Italia (IBU) được thành lập tại Milan và trở thành thành viên của Liên minh Phật giáo châu Âu, sau đó được chính thức công nhận trong Hiến pháp của Italia.

Ngoài ra, 0,6% số dân theo các tôn giáo khác như Ấn Độ giáo, Đạo Sikh, Do Thái giáo...

Hiện nay, niềm tin tôn giáo của công dân Italia ngày càng có dấu hiệu giảm sút. Đây không chỉ là vấn đề riêng của Italia mà còn ở các nước Tây Âu. Theo một cuộc khảo sát của trung tâm nghiên cứu Pew, chỉ có khoảng 21% công dân Italia<sup>228</sup> cho rằng tôn giáo đóng vai trò quan trọng

<sup>227</sup> <https://www.jw.org/vi/an-pham/tap-chi/g201401/%C4%91%E1%BA%BFn-th%C4%83m-n%C6%B0%E1%BB%9Bc-%C3%BD/>

<sup>228</sup> Nguồn: bảng khảo sát của PEW tại 34 nước giai đoạn 2015-2017.

trong đời sống của họ. Ngoài ra, mặc dù hầu hết số người được hỏi tự coi mình là Kitô hữu, nhiều người trong số họ hiếm khi đi nhà thờ. Tỷ lệ đến nhà thờ vào ngày chủ nhật hiện rất thấp, khoảng 18,5%<sup>229</sup> và chủ yếu là những người cao tuổi. Mặt khác, dù đại đa số người được khảo sát nói rằng họ đã được rửa tội, hiện nay nhiều người không coi mình là tín đồ Kitô hữu. Một số người nói rằng họ dần dần rời xa tôn giáo, ngừng tin vào giáo lý tôn giáo hoặc xa lánh nó bởi các vụ bê bối của nhà thờ về các vấn đề xã hội.

### **Một số địa điểm du lịch tôn giáo nổi tiếng**

Italia tự hào là quốc gia có nhiều nhà thờ và khu bảo tồn tôn giáo trên đầu người hơn bất kỳ quốc gia nào khác, với bảy trong số 10 khu bảo tồn Thiên chúa giáo được ghé thăm nhiều nhất trên toàn thế giới. Theo thống kê, ở Italia có khoảng 1.500 đền thờ, 30.000 nhà thờ, 700 bảo tàng giáo phận, và một số lượng lớn các tu viện và tu viện<sup>230</sup>. Dưới đây là một số điểm du lịch tôn giáo nổi tiếng, thu hút nhiều khách tham quan tới chiêm ngưỡng và bày tỏ niềm tin tôn giáo.

#### **Vatican**

Nói đến nước Italia, chúng ta không thể không kể đến Vatican nơi đặt trụ sở của giáo hội Thiên chúa giáo và có hơn 30.000 nhà thờ và khu bảo tồn tôn giáo. Đây là ngôi nhà tinh thần của 1,1 tỷ người Công giáo trên thế giới.

Nằm ngay trong lòng thành phố Roma, từ năm 1929, khi hồng y đạt được thỏa thuận với Mussolini, Vatican đã trở thành một quốc gia độc lập, trở thành quốc gia nhỏ nhất thế giới với diện tích là 0,44km<sup>2</sup>.

Dù Vatican có dân số ít hơn 1.000 người nhưng lại có các điểm tham quan nổi tiếng nhất thế giới. Trên thực tế, chỉ riêng Bảo tàng Vatican đã nhận được tới gần 5,5 triệu lượt khách du lịch mỗi năm. Ngoài ra, được biết đến như là tâm điểm của mọi chuyến đi du lịch đến Vatican, Nhà thờ thánh Peter là nhà thờ lớn nhất thế giới với những tác phẩm quý giá của các nghệ sĩ nổi tiếng trên khắp thế giới như Michelangelo Muff Pietà và Bernini Muff baldachin.

#### **Milan**

Thành phố Milan nổi tiếng với công trình nhà thờ Milan, nhà thờ lớn nhất ở Ý và lớn thứ ba trên thế giới. Do nằm trên quảng trường Duomo, nên còn có tên là nhà thờ Duomo. Công trình này được xây dựng theo phong cách kiến trúc Gothic và phải mất sáu thế kỷ để hoàn thành; bắt đầu vào thế kỷ XIV và kết thúc vào năm 1965.

Công trình kiến trúc ban đầu được thiết kế với 3 gian chính, sau đó được mở rộng ra thành 5 gian. Mặt tiền của nhà thờ được thiết kế thành những cạnh nhỏ, chồng chéo lên nhau như một tấm mạng nhện mỏng mảnh, mềm mại. Theo thiết kế, nhà thờ có một gian ở giữa lớn cao 45m với 4 lối đi phụ, được chống đỡ bởi 40 trụ cột, các cột gian giữa cao 24,5m. Nhà thờ được xây bằng gạch ốp đá cẩm thạch trắng do Gian Galeazzo Visconti tặng, do đó việc sửa chữa rất phức tạp.

Ngoài những đường nét tinh tế trong kiến trúc thì Duomo Milan thu hút khách du lịch bởi vô số những bức tượng được điêu khắc tinh tế trang trí bên ngoài nhà thờ. Bên ngoài công trình có tất cả 135 chóp kim nhọn và 3.400 tượng xung quanh, trong đó có 96 tượng đầu thú khổng lồ;

<sup>229</sup> <https://www.lastampa.it/2018/08/06/vaticaninsider/half-of-italian-believers-practise-a-doityourself-religion-EsJbSH2eofnyEB6xiQB1IJ/pagina.html>

<sup>230</sup> “Religious Tourism - Training needs and population wider attitude in Italy”, 2012.

trong đó chóp Madonnina được xây dựng năm 1762, có chiều cao 108,5m, do Francesco Croce thiết kế.

Nếu bên ngoài được trang trí bởi nhiều bức tượng thì bên trong nhà thờ lại được tô điểm bởi những ô cửa sổ kính màu mà mỗi bức tranh trên đây đều mang ý nghĩa nhân sinh lại khiến mỗi người đến đây đều tìm được sự bình yên riêng trong tâm hồn. Sân thượng cho tầm nhìn ngoạn mục ra Quảng trường Duomo, Milan và môi trường xung quanh. Nếu ngày trời quang, khách du lịch thậm chí có thể có cơ hội nhìn thấy dãy Alps.

### **Florence**

Tòa nhà Florence Baptistery là một trong những tòa nhà tôn giáo cổ và quan trọng nhất Florence. Tòa nhà hiện lên mỹ miều, với tường đá cẩm thạch xanh và những “cánh cửa thiên đường” bằng đồng, còn bên trong tràn ngập những tác phẩm thời Phục hưng.

Khu vực bát giác kiểu Tuscan theo phong cách Romanesque được bao phủ bằng đá cẩm thạch Prato màu trắng và xanh lá cây và có vòm thanh nhã giữa các cột đa giác ở tầng trên và các cột bán tháp ở tầng thấp hơn. Ngoại thất được trang trí với mái vòm và đèn lồng của thế kỷ XII. Tòa nhà mở ra lối vào các công trình nổi tiếng như Piazza di San Giovanni và Piazza del Duomo. Phần cửa tây, “Cửa Thiên đàng”, là phần cửa nổi tiếng nhất, có phần nguyên bản hiện nay được trưng bày tại bảo tàng dell'Opera del Duomo, nên hiện nay đứng ở vị trí phía Tây của tòa nhà chỉ là phiên bản sao chép mà thôi. Cửa Tây có mười tấm ván khắc họa lại Kinh thánh. Phía trên cửa là một bức tượng, “The Baptism of Christ” (Lễ rửa tội của Chúa) được đúc bởi Andrea Sansovino. Phần tường bên trong được dát vàng. Phần sàn nhà có vân đá cẩm thạch. Ngoài ra, ở đây có chứa mộ của một số người quan trọng, bao gồm cả phần mộ của Giáo hoàng John XXIII được thiết kế bởi Donatello và Michelozzo.

### **Venice**

Được biết đến với những chiếc thuyền gondola và kênh đào, Venice cũng có ý nghĩa trong Giáo hội Công giáo. Nhà thờ Thánh Mark - công trình nổi tiếng nhất của thành phố, nằm trên quảng trường San Marco. Mặt ngoài và mặt trong của nhà thờ được trang trí trên 500 cột đá bằng hoa, đá thạch anh, đá porphyry, đá serpentine và thạch cao tuyết hoa... Cổng chính được trang trí bằng đầu sư tử với 3 vòm với những bức tượng từ thế kỷ XIII mô tả các phường hội của Venezia và tượng trưng cho 12 cung hoàng đạo. Điểm thu hút của nhà thờ chính là các bức tranh khảm mạ vàng lâu đời nhất. Bước vào bên trong nhà thờ, du khách sẽ được nhìn thấy những tượng điêu khắc, hình chạm và tranh khảm được trang trí vô cùng công phu và tinh xảo, mang đậm phong cách kiến trúc Byzantine.

Một nhà thờ nổi tiếng khác của Venice là Basilica Santa Maria della Salute Basilica Santa Maria della Salute ược thành lập vào năm 1630 để tỏ lòng thành kính với Đức Mẹ Đồng Trinh và cầu mong Đức Mẹ sẽ giải thoát cho thành phố khỏi bệnh dịch hoành hành. Thiết kế của công trình chính là hiện thân đầy đủ về Đức Mẹ Đồng Trinh với mái vòm thể hiện vương miện và nội thất chính là tấm lòng của Đức Mẹ.

## **2.2. Thực tiễn phát triển du lịch tôn giáo ở Italia**

Theo UNWTO, du lịch tôn giáo là một trong những phân khúc phát triển nhanh nhất của ngành Du lịch. Ước tính có 300 triệu khách du lịch đến thăm các địa điểm tôn giáo lớn trên thế

giới hằng năm (tức  $\frac{1}{4}$  tổng lượng khách du lịch quốc tế) và 600 triệu chuyến đi vì mục đích tôn giáo trong nước và quốc tế được thực hiện hằng năm.<sup>231</sup>

Trong những năm 1990 và cho đến khi bắt đầu thiên niên kỷ mới, Ý đứng thứ tư trên toàn thế giới. Một cuộc kiểm tra các điểm đến du lịch hàng đầu thế giới cho thấy năm 2010, Ý đứng thứ năm về lượng khách quốc tế (43.626 triệu) sau Pháp, Hoa Kỳ, Trung Quốc và Tây Ban Nha. Ý cũng đứng thứ năm về doanh thu du lịch quốc tế (38.786 nghìn tỷ đô la) sau Hoa Kỳ, Tây Ban Nha, Pháp và Trung Quốc (UNWTO, 2011, trang 6).<sup>232</sup>

Còn tại Italia, mỗi năm có khoảng 40 triệu khách du lịch tôn giáo dịch chuyển trong các khu vực của Italia; bao gồm khách hành hương, khách du lịch và khách đi bộ đường dài. Tuy nhiên, con số này sẽ giảm đáng kể nếu chỉ tính riêng những khách du lịch ở lại qua đêm; chỉ 3% trong số khách này thực hiện chuyến đi và ở lại qua đêm tại khu vực họ đến (số liệu này không bao gồm các cơ sở lưu trú và giáo hội). Tổng nguồn thu từ khách du lịch tôn giáo theo số liệu mới nhất từ năm 2017 là 2,5 tỷ euro.<sup>233</sup>

Trên thực tế, có 71,9% khách du lịch đến với Italia có động lực chính từ lý do tôn giáo kết hợp với mong muốn tham gia các sự kiện tâm linh (37%), ngoài mong muốn khám phá sự giàu có của di sản văn hóa nghệ thuật (42,4%), mong muốn được nhìn thấy những địa điểm mới (26,3%) và tò mò tìm hiểu về phong tục và truyền thống địa phương (21,1%).<sup>234</sup>

Theo số liệu nghiên cứu của Isnart (Viện nghiên cứu du lịch quốc gia) cho thấy, khách hàng nước ngoài chiếm khoảng 60% phân khúc du lịch trong ngành Du lịch tôn giáo ở Ý, trong đó 45,3% đến từ châu Âu, và 14,9% từ các nước ngoài EU<sup>235</sup>. Trong số này, thị trường chi tiêu nhiều nhất ở các điểm du lịch tôn giáo của Italia là Đức (13,5%), Ba Lan (12,9%), Hoa Kỳ (12,4%), Tây Ban Nha (10,6%) và Pháp (8%). Các địa điểm du lịch cũng thường có số lượng không đồng nhất. Hầu hết các địa điểm mang tính biểu tượng tập trung từ 3 đến 5 triệu khách du lịch.

Ngoài ra, hình thức du lịch cũng không có sự đồng nhất. 44,4% số khách đi qua các tổ chức trung gian, công ty lữ hành và các công ty du lịch; 32,7% đi du lịch với đối tác; trong khi 20% chọn tour du lịch có tổ chức; 19,7% thích đi du lịch với một nhóm bạn, 13,3% với gia đình và 9,8% một mình. Số lượng phụ nữ đi du lịch ở Ý vì mục đích tôn giáo cao hơn nam giới, đạt mức 57% so với con số 43% ở nam giới. Nghề nghiệp của khách du lịch cũng rất đa dạng, nhưng đa phần là những người đã đến tuổi nghỉ hưu. Theo thống kê, có 42% số người đã nghỉ hưu; 14% đang làm công việc văn phòng hoặc liên quan đến lĩnh vực tôn giáo; 18% là người nội trợ; 7% là lao động tự làm chủ; 8% là công nhân nhà máy; 2% là nghệ nhân; 3% là quản lý và 4% còn lại là các doanh nhân.<sup>236</sup>

<sup>231</sup> [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/nrt\\_proposal\\_flyer-14july2016-lowres.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/nrt_proposal_flyer-14july2016-lowres.pdf)

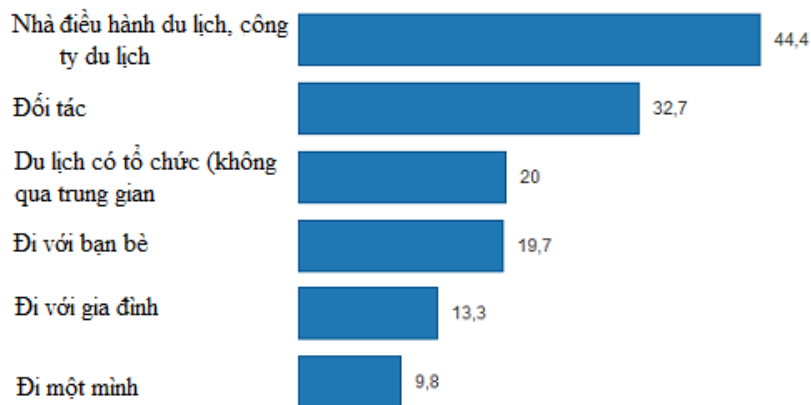
<sup>232</sup> Silvia Angeloni (2013), “*Cultural tourism and well-being of the local population in Italy*”, January 2013, [https://www.researchgate.net/publication/276274283\\_Cultural\\_tourism\\_and\\_well-being\\_of\\_the\\_local\\_population\\_in\\_Italy](https://www.researchgate.net/publication/276274283_Cultural_tourism_and_well-being_of_the_local_population_in_Italy)

<sup>233</sup> Laureando, “*Turismo religioso e paesaggi culturali: il caso dei benedettini nel padovano*”, 2017.

<sup>234</sup> Laureando, “*Turismo religioso e paesaggi culturali: il caso dei benedettini nel padovano*”, 2017.

<sup>235</sup> Bill Alen, “*Italy: religious, tourism on the rise*”, <https://www.tourism-review.com/religious-tourism-in-italy-is-growing-news5398>, tải ngày 24/6/2018.

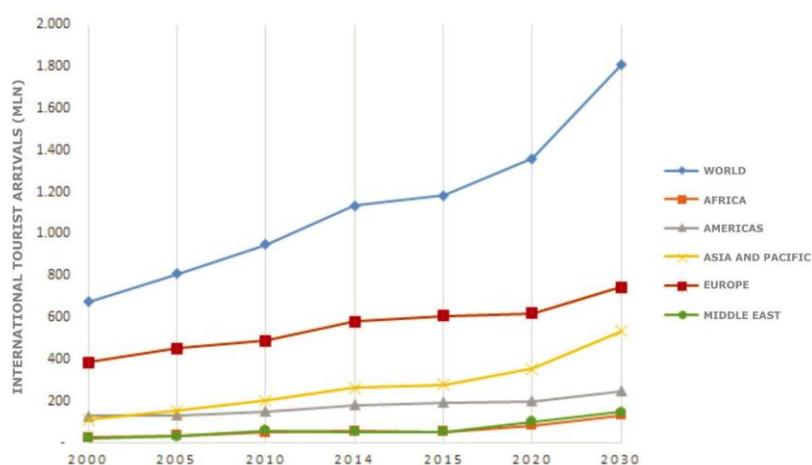
<sup>236</sup> <https://www.turismo-celeste.it/blog/notizie/cifre-turismo-religioso-italia/>, tải ngày 24/6/2018.



Hình 1: Hình thức đi du lịch vì mục đích tôn giáo ở Italia (%)

Trong tổng số khách du lịch tôn giáo ở Italia, 55% số khách thực hiện một chuyến du lịch vì mục đích tôn giáo mỗi năm; 27% số khách đi 2 lần/năm; và chỉ 12% số khách đi 3 lần/năm. Chi phí trung bình mỗi ngày cho chuyến du lịch là khoảng 51 euro mỗi người. Tuy nhiên khách du lịch Italia thường có xu hướng chi tiêu cao hơn, ở mức 59 euro mỗi ngày, trong khi khách du lịch nước ngoài tiết kiệm hơn với 46 euro/người/ngày.

Ngành Du lịch tôn giáo ở Italia có lượng khách quốc tế 2015 là năm tăng trưởng thứ sáu liên tiếp của khách quốc tế, tăng 4,4% so với năm 2014 (đạt con số kỷ lục 1,19 tỷ lượt khách quốc tế, so với 435 triệu vào năm 1990) 12. Sự tăng trưởng đáng kể này cũng tiếp tục vào những tháng đầu năm 2016 (trung bình +5%) 13 và ước tính xu hướng này sẽ vẫn tích cực trên toàn cầu - trung bình khoảng 4% - cho đến năm 2030 (Hình 2). Sự gia tăng số lượng khách đều gia tăng: Châu Mỹ (+5,9%), Châu Á và Thái Bình Dương (+5,6%), Châu Âu (+4,7%), Trung Đông (+1,7%). Ngoại lệ duy nhất là Châu Phi (-3,3%). Châu Âu là khu vực có tỷ lệ khách đến ổn định nhất (51,3%), tương đương với 607,6 triệu khách du lịch.



Hình 2: Khách quốc tế đến Italia

Nguồn: processing of UNWTO data (2016)

## 2.3. Đánh giá về hoạt động khai thác loại hình du lịch tôn giáo tại Italia

### 2.3.1. Những kết quả tích cực

- Về chính sách phát triển du lịch: Vào ngày 18/01/2013, một Kế hoạch chiến lược phát triển du lịch đã được soạn thảo ở Italia. Do đó, sau năm năm thông báo, lần đầu tiên chính phủ đã

đề ra được 1 chính sách hợp lý có tiêu đề là “Du lịch Ý 2020”<sup>237</sup>, nhằm đối phó với việc Italia bị mất khả năng cạnh tranh trong ngành Du lịch và để giành lại vị trí dẫn đầu thị trường.

Kế hoạch chiến lược về du lịch (PST) có thời gian sáu năm (2017-2022)<sup>238</sup>, do Ủy ban thường trực về xúc tiến du lịch, với sự phối hợp của Tổng cục du lịch của Bộ di sản, hoạt động văn hóa và du lịch - MiBACT, mang đến cơ hội thực hiện đầy đủ chiến lược cung cấp Ý với một tầm nhìn thống nhất về du lịch và văn hóa, do đó thỏa mãn nhu cầu tập trung các chính sách phát triển của đất nước vào du lịch.

**- Về cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch tôn giáo**

Các di sản văn hóa và lãnh thổ của Ý được khai thác triệt để. Quản lý lâu dài, sử dụng bền vững và sáng tạo của nó được đảm bảo.

Di sản độc đáo, đa dạng và không thể bắt chước của Ý - liên kết với văn hóa, nghệ thuật, thiên nhiên, cảnh quan, truyền thống, sáng tạo, phong cách, thời trang, thiết kế, thương hiệu Made in Italy và các sản phẩm thực phẩm nông nghiệp - là nguồn hấp dẫn chính. Việc sử dụng sáng tạo di sản này trong du lịch là cần thiết bằng cách thay đổi công nghệ và thị trường mở rộng và bền vững hơn. Một phương pháp sử dụng các dịch vụ cảnh quan và hệ sinh thái liên quan đến nó như một phong nền đơn giản phải được loại bỏ. Điều cần thiết là đảm bảo du khách được trải nghiệm độc đáo và xác thực, bằng cách tạo ra các sản phẩm du lịch mới và cải thiện những sản phẩm trưởng thành và hàng đầu - bắt đầu với các khu nghỉ mát bãi biển, một trong những điểm thu hút chính của đất nước - theo đặc điểm cụ thể của từng lãnh thổ và cảnh quan.

Italia là một quốc gia nổi bật bởi sự đa dạng và phong phú của các danh lam thắng cảnh, mỗi quốc gia có tài sản văn hóa, môi trường và văn hóa riêng, được tạo ra qua nhiều thế kỷ và đầy đủ kiến thức, hình thức và mối quan hệ đặc trưng cho phẩm chất cụ thể của họ.<sup>239</sup>

Hệ thống cơ sở lưu trú và ăn uống được phân bố đều tại các điểm du lịch và trung tâm thành phố về cơ bản đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách từ bình dân cho đến cao cấp, sang trọng. Bên cạnh hệ thống nhà nghỉ, các khách sạn và khu nghỉ dưỡng cao cấp đã được hình thành nhằm thỏa mãn một phần nhu cầu của tập khách thu nhập cao, mang lại nguồn doanh thu lớn cho hoạt động du lịch. Cơ sở lưu trú tại Italia rất đa dạng về loại hình như: Khách sạn, nhà nghỉ, nhà sàn, resort, homestay, lều trại... phù hợp với từng loại hình và khu du lịch cụ thể. Nhiều cơ sở lưu trú mới được xây dựng với trang thiết bị hiện đại, kiến trúc đẹp và đảm bảo yêu cầu về vệ sinh.

### 2.3.2. Những tồn tại, hạn chế

**- Về quản lý và khai thác tài nguyên du lịch:**

Sự phát triển đô thị là kết quả của sự xâm lược môi trường đã tàn phá cảnh quan mà không tôn trọng quy luật tự nhiên hoặc những gì tạo nên môi trường xung quanh đẹp. Ngoài ra các sự

<sup>237</sup> Silvia Angeloni, *The Strategic Plan for Tourism Development in Italy*, June 2013, [https://www.researchgate.net/publication/276274196\\_The\\_Strategic\\_Plan\\_for\\_Tourism\\_Development\\_in\\_Italy](https://www.researchgate.net/publication/276274196_The_Strategic_Plan_for_Tourism_Development_in_Italy), tải ngày 29/8/2019.

<sup>238</sup> The PST has been prepared according to the indications of the Ministry of Heritage, Cultural Activities and Tourism Decree dated 8 August 2014, on “Creation and duties of the Standing Committee on Tourism Promotion in Italy, pursuant to article 58 of Legislative Decree no. 79 dated 23 May 2011 and subsequent amendments”, as supplemented by the Decree of said Ministry dated 21 July 2015 (hereinafter DM of 8 August 2014).

<sup>239</sup> THE STRATEGIC PLAN FOR DEVELOPMENT OF TOURISM, [https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Pext8ys7xSkJ:https://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/documents/14823200294\\_41\\_PST\\_2017\\_ENG.pdf+&cd=2&hl=vi&ct=clnk&gl=vn](https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Pext8ys7xSkJ:https://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/documents/14823200294_41_PST_2017_ENG.pdf+&cd=2&hl=vi&ct=clnk&gl=vn)



kiện đặc biệt hoặc tự nhiên như động đất, lũ lụt lở đất tác động mạnh mẽ đến cảnh quan môi trường tự nhiên. Ý đã sai lầm thông qua việc xây dựng và phát triển không theo kế hoạch, dẫn đến quá trình đô thị hóa quá mức của bờ biển. Tại Ý, trên 43% đường bờ biển được đô thị hóa hoàn toàn, 28% được đô thị hóa một phần và dưới 29% vẫn chưa được xây dựng. Chỉ có sáu đoạn bờ biển dài hơn 20km không có công trình và chỉ có 33 đoạn dài từ 10 đến 20km mà không có bất kỳ công trình xây dựng nào (Hall, 2006, tr.147)<sup>240</sup>. Thiệt hại về cảnh quan, xói mòn đất, các loài có nguy cơ tuyệt chủng, mở rộng xả thải và ô nhiễm ra biển.

Một vấn đề lịch sử liên quan đến sự phát triển du lịch khan hiếm ở miền Nam của đất nước, mặc dù có những nét đẹp lịch sử, cung cấp nguồn cung đa dạng kém, và chủ yếu là hình thức các khu nghỉ mát bên bờ biển mà người Ý thường xuyên lui tới. Một số điểm đến của Ý hoàn toàn do khách du lịch điều hành do mức độ phổ biến của chúng, trong khi các khu vực khác hầu như không được biết đến. Nhiều tài nguyên di sản địa phương (môi trường và văn hóa) không được tận dụng hoặc thực sự lãng phí ở miền Nam. Có một sự tập trung địa lý mạnh mẽ của khách du lịch ở một số khu vực. Trong năm 2010, 71,5% số người nước ngoài được ghi nhận ở 5 khu vực: Veneto, Trentino Alto-Adige, Lazio, Tuscany, Lombardy, gây thiệt hại cho miền Nam. Năm 2010 chỉ có 18% tổng số khách du lịch đến thăm miền Nam. Bằng cách phân tích dữ liệu liên quan đến người nước ngoài, khách nước ngoài đến miền Nam chỉ là 11,3%. Những con số này rất đáng lo ngại, đặc biệt khi xem xét rằng miền Nam có 3/4 bờ biển Ý và tài sản vô giá có ý nghĩa lịch sử và văn hóa.

#### - Về cơ chế quản lý

Một vấn đề chung khác là quan liêu, một trong những trở ngại lớn cho tất cả các doanh nghiệp, bao gồm cả du lịch. Sự phức tạp của khung pháp lý của Ý không có lợi cho kinh doanh. Thời gian và chi phí cần thiết để thành lập một doanh nghiệp, sự chậm chạp của các quy trình, sự thiếu minh bạch của các quy tắc, sự kém hiệu quả của hành chính công, nhưng cũng có những vụ bê bối tham nhũng và hiện tượng bảo trợ khiến các nhà đầu tư nước ngoài rời khỏi Italia<sup>241</sup>.

Một vấn đề thứ hai của quản lý điểm đến của Ý là sự đánh giá thấp các luồng du lịch liên quan đến ngôi nhà thứ hai. Những dòng chảy này thường không được biết đến và bị bỏ qua một cách bất công bởi các nhà hoạch định chính sách du lịch. Theo Viện Thống kê Quốc gia Ý (Istituto Nazionale di Statistica, ISTAT, 2011), khách du lịch nội địa và nội địa đã dành khoảng 375 triệu đêm trong nhà ở tập thể (210 triệu là đêm dành cho khách du lịch trong nước và 165 triệu cho những người không cư trú, khách du lịch); nhưng nếu xem xét hiện tượng nhà nghỉ (khoảng 670 triệu đồng), con số thực tế cuối cùng là 1,045 tỷ đồng<sup>242</sup>. Con số cuối cùng này là con số nên được sử dụng để xây dựng chính sách du lịch, bởi vì nó có nhiều tác động: tăng tiêu thụ tài nguyên, ô nhiễm, giao thông và nhu cầu cho các dịch vụ công cộng và tư nhân. Nếu chính quyền địa phương không có nhận thức chính xác về hiện tượng du lịch, trước hết họ sẽ có tầm nhìn về ảnh hưởng của du lịch đối với nền kinh tế địa phương. Thứ hai, họ không lập kế hoạch và cung cấp đầy đủ các dịch vụ công cộng và cơ sở hạ tầng để phù hợp với quy mô thực tế của nhu cầu du lịch.

<sup>240</sup> Silvia Angeloni (2013), "Cultural tourism and well-being of the local population in Italy", January 2013, [https://www.researchgate.net/publication/276274283\\_Cultural\\_tourism\\_and\\_well-being\\_of\\_the\\_local\\_population\\_in\\_Italy](https://www.researchgate.net/publication/276274283_Cultural_tourism_and_well-being_of_the_local_population_in_Italy)

<sup>241</sup> nt

<sup>242</sup> nt

- *Về nguồn nhân lực du lịch tôn giáo:*

Một vấn đề quan trọng khác cho sự phát triển hơn nữa của ngành là sự khan hiếm nhân viên với các kỹ năng và chuyên môn cụ thể cho từng sản phẩm và kinh nghiệm du lịch. Mặc dù có sự gia tăng gần đây về trình độ của những người làm việc trong lĩnh vực này (từ năm 2005 đến 2009, việc tuyển dụng những người có trình độ học vấn đã tăng gấp đôi), các công ty du lịch Ý vẫn tuyển dụng rất ít sinh viên tốt nghiệp đại học (chỉ có 2,2% tuyển dụng mới Năm 2009, tỷ lệ thấp hơn 5 lần so với trong ngành công nghiệp và dịch vụ)<sup>243</sup> và một số lượng rất lớn những người không có giáo dục cụ thể cần thiết (37% tuyển dụng mới trong năm 2009) (OECD, 2011, tr.138).

Cuối cùng, khả năng cạnh tranh của ngành Du lịch bị ảnh hưởng tiêu cực bởi trốn thuế tràn lan. Đây là một vấn đề rất nghiêm trọng, vì nó dẫn đến sự đánh giá thấp doanh thu du lịch và vì nó gây ra sự cạnh tranh không lành mạnh giữa các nhà khai thác, như người trốn thuế, không nộp thuế và đóng góp an sinh xã hội, và do đó có cơ cấu chi phí nhỏ hơn. Để bù đắp cho khoản doanh thu bị mất này và để đảm bảo chi trả cho các chi phí của mình, nhà nước Ý buộc phải áp dụng mức thuế rất cao cho công dân và doanh nghiệp của mình.

Do đó, cũng trong bối cảnh của các khía cạnh tiêu cực được đề cập ở trên, không có gì đáng ngạc nhiên khi Ý thường bị cáo buộc là một quốc gia rất đắt đỏ để truy cập với tỷ lệ chất lượng so với giá cao, đặc biệt là nếu so với các quốc gia khác. Hiện tượng này là kết quả của một số yếu tố: áp dụng thuế VAT đối với dịch vụ du lịch ở mức 10 hoặc 21%, áp dụng thuế du khách gần đây (theo quyết định của thành phố), chi phí lao động và tiện ích cao (đặc biệt là điện, gas và xăng dầu), và tính thời vụ cực đoan, đòi hỏi các nhà khai thác phải tính giá trong mùa cao điểm để bù đắp cho họ vì thiếu doanh thu trong những tháng còn lại của năm.

### 3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM KHAI THÁC VÀ QUẢN LÝ LOẠI HÌNH DU LỊCH TÔN GIÁO Ở ITALIA

Vấn đề truyền thông của Ý là du lịch chưa bao giờ được coi là một khoản đầu tư để tập trung cho sự phát triển của đất nước. Do đó, thiếu văn hóa du lịch, đó là thiếu quản lý điểm đến (De Carlo, 2008, tr.53), giải thích sự mất khả năng cạnh tranh khi đối mặt với toàn cầu hóa.

Để bảo vệ, thúc đẩy, hỗ trợ và tận dụng di sản quốc gia, cần phải nâng cao nhận thức của chính quyền địa phương, công việc của họ là quản lý cẩn thận và bền vững kho báu địa phương của họ, sử dụng các mô hình quản trị công tiên tiến hơn. Ở Ý, sau khi sửa đổi hiến pháp năm 2001, Khu vực đã có được quyền lập pháp độc quyền trong vấn đề du lịch. Tuy nhiên, du lịch là một ngành công nghiệp glocal, cạnh tranh quốc tế với một đề nghị quốc gia, và đặc biệt cần có sự phối hợp mạnh mẽ và hiệu quả giữa Chính phủ Trung ương và Khu vực và Chính quyền địa phương. Một thiết kế hợp tác hiệu quả giữa Nhà nước và Khu tự trị đòi hỏi phải làm rõ các vấn đề du lịch mà Chính phủ Quốc gia phải chịu trách nhiệm (ví dụ như chiến lược của Ý về du lịch quốc tế) và các khu vực mà Khu vực giữ độc lập (ví dụ như thúc đẩy và phát triển dịch vụ địa phương). Nhưng, vì du lịch là một ngành đa ngành, điều quan trọng là phải xác định vai trò và trách nhiệm, cả về mặt quản trị, không chỉ giữa Nhà nước và Khu vực, mà còn giữa các Tỉnh và Thành phố có liên quan đến các hành động quản lý, truyền thông và tiếp thị quảng cáo của các điểm đến địa phương<sup>244</sup>. Trong thời đại ngày càng được truyền cảm hứng cho chủ nghĩa liên bang hợp tác, chính quyền địa phương và các hiệp hội phải tham gia xây dựng và tăng cường

<sup>243</sup> nt

<sup>244</sup> nt

một đề nghị du lịch không chỉ có thể thu hẹp khoảng cách với các đối thủ quốc tế mà còn cải thiện chất lượng cuộc sống của cư dân. Thật vậy, du lịch địa phương cung cấp một kích thích để chăm sóc lãnh thổ và cải thiện trang trí của không gian công cộng; hơn nữa, và quan trọng nhất, du lịch địa phương cung cấp các nguồn lực cần thiết để thực hiện mục đích này. Khoản tài trợ này có thể thông qua việc chuyển một phần tiền có nguồn gốc từ du lịch (ví dụ: thuế thu nhập) cho việc nâng cấp và duy trì trật tự, sạch sẽ và trang trí. Do đó, phát triển du lịch có chức năng không chỉ về kinh tế, mà còn mang tính giáo dục, bởi vì nó củng cố nhận thức về tầm quan trọng của việc bảo vệ di sản Ý. Ý vì lịch sử văn hóa phong phú của nó, có hàng ngàn nhà thờ, cung điện và các tòa nhà lịch sử khác, điều đó là không thể, ngay cả trong điều kiện kinh tế thịnh vượng hơn, để duy trì chúng đúng cách mà không cần hỗ trợ du lịch.

Phát triển du lịch bền vững là một giải pháp làm hài lòng người dân, mà cả khách du lịch. Thật vậy, khi khách du lịch hoặc những người tham quan du lịch ghé thăm các điểm tham quan quá đông bởi du khách không thể hưởng lợi từ trải nghiệm văn hóa thú vị và cảm thấy thất vọng về chất lượng của ưu đãi (Origet du Cluzeau, 2000).

#### 4. KẾT LUẬN

Khai thác những giá trị văn hóa tôn giáo vào hoạt động du lịch đang là xu thế phát triển du lịch của nhiều quốc gia, đặc biệt là Italia, nơi có nhiều tiềm năng để phát triển loại hình du lịch này. Việc khai thác các hoạt động du lịch tôn giáo tại Italia đã mang lại nhiều hiệu quả kinh tế - xã hội, tuy nhiên qua quá trình hoạt động cũng bộc lộ nhiều hạn chế, gây ảnh hưởng đến việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa - tín ngưỡng đặc biệt là công tác tổ chức và quản lý hoạt động du lịch. Trong thời gian sắp tới, Italia cần chú trọng đến việc định hướng phát triển, nâng cao hiệu quả phát triển hoạt động du lịch tôn giáo, góp phần cải thiện văn hóa - xã hội ở nước này.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Văn Đỉnh - Trần Thị Minh Hòa (2008), *Giáo trình Kinh tế du lịch*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
2. Trần Thị Hiên (2015) “*Nghiên cứu loại hình du lịch tôn giáo tại Ninh Bình*”, Luận Văn Thạc sĩ, Trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn, Hà Nội, 2015.
3. Trần Đức Thanh (2001), *Nhập môn khoa học du lịch*, NXB Đại Học Quốc Gia Hà Nội.
4. Xem “America: Religions and Religion” (1981).
5. Bill Alen, “*Italy: religious, tourism on the rise*”, <https://www.tourism-review.com/religious-tourism-in-italy-is-growing-news5398>, tải ngày 24/6/2018.
6. Rober thanguar (1993), *Kinh tế du lịch*, NXB Thế giới, Hà Nội.
7. Religious Tourism - Training needs and population wider attitude in Italy”, 2012.
8. Silvia Angeloni (2013), “*Cultural tourism and well-being of the local population in Italy*”, January 2013.  
[https://www.researchgate.net/publication/276274283\\_Cultural\\_tourism\\_and\\_well-being\\_of\\_the\\_local\\_population\\_in\\_Italy](https://www.researchgate.net/publication/276274283_Cultural_tourism_and_well-being_of_the_local_population_in_Italy).
9. Laureando, “*Turismo religioso e paesaggi culturali: il caso dei benedettini nel padovano*”, 2017.

## SOME FEATURES ABOUT THE RELIGION TOURISM IN ITALY

**Ho Thi Thu Huyen & Le Thi Kim Oanh**

*European Research Institute*

**TS. Tran Van Cuong & Nguyen Thi Thuy**

*Viet Xo Vocational College No. 1*

### **Abstract**

Religious tourism is one of the earliest forms of tourism in human history. The idea of religious pilgrimage begins almost with the dawn of mankind. In Biblical times, important religious centers not only became part of the cultural landscape, but also became a major factor in attracting tourists and an main part of the economy of cities where this religious center exists. Italy is a country located on the Southern European Peninsula, one of the most populous countries in Europe. This place concentrates many architectural works, long-standing religious heritages. Every year, millions of tourists come to Italy not only to see the unique natural wonders, to enjoy the typical dishes, but also to immerse themselves in the beauty of ancient religious buildings and expressed enthusiasm for the beliefs which they are pursuing. In this article, the author explores the development of the religious tourism industry in Italy and some solutions to exploit and manage the type of religious tourism in Italy.

### **Keywords**

Tourism, religion, religious buildings, religious tourism, Italy.

## QUAN ĐIỂM CỦA ĐẢNG BỘ TỈNH TUYÊN QUANG VỀ ĐẨY MẠNH PHÁT TRIỂN DU LỊCH

Hoàng Thị Trang, Nguyễn Mai Chinh

*Trưởng Đại học Tân Trào*

### Tóm tắt

Du lịch không chỉ mang lại nguồn thu nhập lớn cho nền kinh tế, tạo việc làm, chuyển dịch cơ cấu kinh tế; phát triển các ngành dịch vụ, cơ sở hạ tầng, mà còn thúc đẩy hòa bình, giao lưu văn hóa. Tuyên Quang là tỉnh có tiềm năng du lịch đa dạng, phong phú và hấp dẫn với nhiều loại hình du lịch như: du lịch lịch sử cách mạng, lịch sử văn hóa, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch sinh thái, du lịch lễ hội, du lịch cộng đồng... Xác định du lịch là ngành kinh tế quan trọng, Đảng bộ tỉnh luôn quan tâm phát triển du lịch bền vững để trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

### Từ khóa

Quan điểm, phát triển du lịch.

Đảng Cộng sản Việt Nam đã có nhiều chủ trương đẩy mạnh phát triển du lịch trong các định hướng phát triển kinh tế, xã hội. Xác định du lịch là ngành kinh tế quan trọng có thể phát triển trở thành ngành kinh tế mũi nhọn được khẳng định trong suốt các kỳ Đại hội của Đảng. Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ IX (2001) của Đảng đã xác định: “Phát triển nhanh du lịch thật sự trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn”. Đại hội XII (2016) xác định: “có chính sách phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn. Khuyến khích các thành phần kinh tế đầu tư phát triển du lịch với hệ thống hạ tầng đồng bộ, hiện đại, sản phẩm đa dạng và tính chuyên nghiệp cao...”<sup>245</sup>. Ngày 3/8/2016, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành Quyết định số 2714/QĐ-BVHTTDL phê duyệt Đề án “Chiến lược phát triển sản phẩm du lịch Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”. Ngày 16/01/2017, Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết số 08-NQ/TW về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Tuyên Quang được biết tới như là một trong những tỉnh có nhiều “thế mạnh” nổi bật về các loại hình du lịch như du lịch văn hóa lịch sử, du lịch lễ hội, du lịch tâm linh, du lịch sinh thái nghỉ dưỡng, du lịch cộng đồng. Thực hiện quan điểm của Trung ương Đảng, ngày 12/6/2006, Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh (khóa XIV) đã ra Nghị quyết số 03-NQ/TU về phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang giai đoạn 2006-2010. Quan điểm của Đảng bộ tỉnh: “Phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế quan trọng, phù hợp với quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh và tạo sự chuyển dịch mạnh về cơ cấu kinh tế giai đoạn 2006-2010, nâng cao tỷ trọng GDP ngành dịch vụ trong cơ cấu kinh tế của tỉnh. Thông qua hoạt động du lịch tạo ra nhiều việc làm cho xã hội, nâng cao đời sống vật chất, tinh thần cho nhân dân, góp phần nâng cao hiệu quả công tác xóa đói, giảm nghèo”.<sup>246</sup>

<sup>245</sup> Đảng Cộng sản Việt Nam, Văn kiện đại biểu toàn quốc lần thứ XII, Văn phòng trung ương Đảng, Hà Nội, 2016, tr.288.

<sup>246</sup> Tỉnh ủy Tuyên Quang, Các văn bản của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh, Ban Thường vụ Tỉnh ủy khóa XIV năm 2006-2007, Tuyên Quang tháng 6 năm 2007, tr. 134.

Trước năm 2010 du lịch Tuyên Quang hầu như mới chỉ dừng lại ở việc phát triển mang tính chất tự phát chưa có nét riêng,... Trước tình hình đó, trong nhiệm kỳ 2010-2015, cấp ủy đảng, chính quyền các cấp ở Tuyên Quang đã tập trung lãnh đạo, chỉ đạo việc phát triển ngành Du lịch; trọng tâm là đẩy mạnh khai thác có hiệu quả những tiềm năng du lịch của địa phương. Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh lần thứ XV (2010) xác định phát triển kinh tế du lịch là một trong 4 khâu đột phá, từng bước đưa ngành Du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh nhằm sớm đưa Tuyên Quang thoát ra khỏi tình trạng kém phát triển. Đại hội chỉ rõ: “Chú ý thu hút đầu tư phát triển du lịch lịch sử văn hóa, du lịch sinh thái, du lịch nghỉ dưỡng, khai thác có hiệu quả tiềm năng du lịch, từng bước đưa ngành Du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh. Tiếp tục đầu tư hệ thống hạ tầng Khu du lịch lịch sử, văn hóa và sinh thái Tân Trào, Khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm, Khu du lịch sinh thái Na Hang, điểm du lịch Núi Dùm và một số điểm du lịch theo quy hoạch...”<sup>247</sup>

Ngày 25/8 /2011, Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang (khóa XV) ban hành Kết luận số 34-KL/TU về nhiệm vụ, giải pháp tiếp tục đẩy mạnh phát triển kinh tế du lịch giai đoạn 2011-2015. Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh đã đưa ra nhiệm vụ trọng tâm đẩy mạnh phát triển kinh tế du lịch giai đoạn 2011-2015: “Đưa ngành Du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh; quan tâm bảo tồn, tôn tạo và phát huy giá trị các di tích lịch sử cách mạng, văn hóa truyền thống các dân tộc trên địa bàn tỉnh; Liên kết phát triển các tour, tuyến du lịch trong và ngoài tỉnh; tăng cường công tác tuyên truyền, giới thiệu, quảng bá du lịch Tuyên Quang; phát triển và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch và dịch vụ du lịch trên địa bàn tỉnh...”<sup>248</sup>

Đại hội Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang lần thứ XVI (2015) xác định: “phát huy tiềm năng, đẩy mạnh phát triển du lịch để trở thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh”. Khai thác tiềm năng để phát triển du lịch” là 1 trong 3 khâu đột phá với mục tiêu đến năm 2020 của tỉnh. Để đẩy mạnh phát triển du lịch để trở thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh cần tỉnh chỉ rõ: “khai thác tốt loại hình du lịch lịch sử, văn hóa, nghỉ dưỡng, sinh thái, tâm linh. Phát huy giá trị các di tích lịch sử, bản sắc văn hóa của các dân tộc; đổi mới việc tổ chức lễ hội để thu hút du khách; triển khai xây dựng thương hiệu Lễ hội Thành Tuyên; xây dựng làng văn hóa dân tộc gắn với các điểm du lịch. Tổ chức có hiệu quả các hoạt động xúc tiến đầu tư, quảng bá du lịch; tăng cường liên kết, hợp tác trong nước và nước ngoài; đa dạng hóa loại hình du lịch...”<sup>249</sup>

Từng bước đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của địa phương, tỉnh Tuyên Quang chủ trương thúc đẩy ngành Du lịch phát triển theo hướng hiệu quả, bền vững. Ngày 27/6/2017, Tỉnh ủy Tuyên Quang ban hành văn bản số 15-Ctr/TU về Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/1/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Mục tiêu đến năm 2020, Tỉnh tập trung phát triển du lịch Tuyên Quang trở thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh, phấn đấu từng bước trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của địa phương, góp phần thực hiện thắng lợi mục tiêu đưa du lịch Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Phấn đấu xây dựng Khu di tích lịch sử quốc gia đặc biệt Tân Trào trở thành Khu du lịch quốc gia; “Thực hành Then

<sup>247</sup> Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang, Văn kiện Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang lần thứ XV, tháng 10 năm 2010, tr.89-90.

<sup>248</sup> Tỉnh ủy Tuyên Quang, Các văn bản chỉ đạo của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh, Ban Thường vụ Tỉnh ủy khóa XV (từ tháng 10/2010 đến tháng 12/2012), tr.139.

<sup>249</sup> Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang, Văn kiện Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang lần thứ XVI, tháng 10 năm 2015, tr.104.

của người Tày, Nùng, Thái ở Việt Nam” được UNESCO công nhận là di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại; Khu di sản thiên nhiên Ba Bể (tỉnh Bắc Kạn) - Na Hang (tỉnh Tuyên Quang) được công nhận là di sản thế giới. Phần đầu xây dựng Khu du lịch trung tâm thành phố Tuyên Quang và phụ cận, Khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm, Khu du lịch sinh thái Na Hang - Lâm Bình trở thành các khu du lịch trọng điểm của tỉnh. Phần đầu xây dựng ít nhất 02 sản phẩm du lịch của tỉnh mang tầm thương hiệu quốc gia và khu vực.

Thực hiện chủ trương của Trung ương, Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang, Ủy ban nhân dân tỉnh cũng đã cụ thể hóa thành các văn bản, nghị quyết thực hiện như: Ngày 02/6/2015 Ủy ban Nhân dân tỉnh đã ban hành Kế hoạch hành động số 46/KH-UBND thực hiện Nghị quyết số 92/NQ-CP ngày 08/12/2014 của Chính phủ về một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch Tuyên Quang trong thời kỳ mới. Quyết định số 28/QĐ-UBND ngày 28/01/2013 phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang đến năm 2020, định hướng đến năm 2030. Ngày 23 tháng 6 năm 2016, Ủy ban nhân dân tỉnh xây dựng Kế hoạch phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang giai đoạn 2016-2020.

Sau khi nghị quyết của Trung ương ban hành, Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang chỉ đạo các huyện ủy, thành ủy, đảng ủy trực thuộc Tỉnh ủy, các cơ quan, ban ngành, Mặt trận Tổ quốc và các đoàn thể nhân dân trong tỉnh đã quán triệt, phổ biến rộng rãi chủ trương, nghị quyết đến cán bộ, đảng viên, đoàn viên và các tầng lớp nhân dân. Ủy ban nhân dân tỉnh đã xây dựng các kế hoạch và giao nhiệm vụ cụ thể cho các cơ quan, ban ngành tổ chức thực hiện; các huyện ủy, thành ủy, đảng ủy phường, thị trấn... đã xây dựng các chương trình hành động. Nhận thức của các cấp ủy đảng, chính quyền, cán bộ, đảng viên, nhân dân trong tỉnh về phát triển du lịch đã có sự chuyển biến rõ rệt. Số lượng khách du lịch đến Tuyên Quang và doanh thu xã hội từ du lịch, dịch vụ ngày càng tăng. Ưu tiên hỗ trợ đầu tư phát triển hạ tầng giao thông để phát triển kinh tế - xã hội nói chung, du lịch nói riêng. Công tác tuyên truyền, xúc tiến, quảng bá, giới thiệu tiềm năng du lịch của tỉnh đã được các cơ quan, đơn vị quan tâm triển khai có hiệu quả nhằm thu hút khách du lịch trong nước và quốc tế. Toàn tỉnh đã hoàn thành quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang và quy hoạch tổng thể 3 khu du lịch: Khu du lịch lịch sử, văn hóa và sinh thái Quốc gia Tân Trào, Khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm, Khu du lịch sinh thái Na Hang.

Bên cạnh những kết quả đạt được, nhìn chung hoạt động du lịch của Tuyên Quang chưa có được sức hấp dẫn đối với du khách; ít có những đoàn khách lớn; thời gian lưu trú của khách du lịch không dài; Quy hoạch chi tiết các khu, điểm du lịch còn chậm; chưa tạo được môi trường kinh doanh thực sự hấp dẫn để thu hút đầu tư vào du lịch; Kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất - kỹ thuật; hệ thống đường giao thông nội bộ, điện, vệ sinh môi trường chưa đáp ứng yêu cầu. Hoạt động du lịch chưa có tính chuyên nghiệp, các cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch còn thiếu, chất lượng phục vụ chưa cao; bước đầu mới xây dựng được thương hiệu du lịch lịch sử và du lịch lễ hội; hoạt động kết nối các tour, tuyến du lịch liên thông với các tỉnh, thành phố trong nước và quốc tế còn yếu. Chưa phát huy được hết lợi thế tiềm năng du lịch của tỉnh như: Du lịch lịch sử văn hóa, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch sinh thái, du lịch lễ hội... Công tác xúc tiến, quảng bá du lịch còn thiếu đồng bộ; việc lập Website về du lịch, quảng cáo còn chậm.

Nguyên nhân do nhận thức của một số cấp ủy, chính quyền, tổ chức, cá nhân nhất là ở cơ sở về phát triển du lịch còn hạn chế; công tác lãnh đạo, chỉ đạo, tổ chức thực hiện của một số cấp ủy, chính quyền chưa thường xuyên và thiếu cụ thể; năng lực của một số cán bộ, nhân viên ngành Du lịch chưa đáp ứng yêu cầu; do đường giao thông không thuận lợi; các tuyến đường đến các điểm du lịch đã nâng cấp nhưng chất lượng chưa cao; ban quản lý các khu di tích còn thiếu chủ động trong hoạt động xúc tiến, quảng bá, liên kết du lịch...

Một số kinh nghiệm đẩy mạnh phát triển du lịch tỉnh Tuyên Quang trong thời gian tới:

*Thứ nhất, bám sát thực tiễn, vận dụng sáng tạo chủ trương của trung ương về phát triển du lịch và đề ra chủ trương phù hợp với thực tiễn của tỉnh.* Khi các chủ trương, nghị quyết của Trung ương ban hành xuống địa phương, Đảng bộ, chính quyền tỉnh đã triển khai một cách sáng tạo; tổ chức phổ biến đến toàn thể cán bộ, đảng viên, nhân dân. Trong quá trình lãnh đạo, chỉ đạo thực hiện, Đảng bộ tỉnh đã kế thừa và phát huy bài học kinh nghiệm bám sát thực tiễn, cùng với sự vận dụng nghiêm túc các quan điểm, chủ trương của Đảng. Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang đã đánh giá đúng tình hình địa phương và hoạch định chủ trương thực hiện phù hợp với thực tiễn. Đưa chủ trương, nghị quyết đi vào cuộc sống, tạo sự chuyển động từ cơ sở từng bước đưa ngành Du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh.

*Thứ hai, nâng cao nhận thức về vị trí, vai trò, tầm quan trọng của du lịch đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh.* Trong quá trình lãnh đạo, chỉ đạo, Đảng bộ tỉnh yêu cầu các cấp, các ngành, đoàn thể tuyên truyền, nâng cao nhận thức của người dân về cơ hội cũng như thách thức của phát triển du lịch. Tăng cường công tác tuyên truyền, giáo dục nhằm nâng cao nhận thức về vị trí, vai trò và ý nghĩa của du lịch đối với sự phát triển kinh tế - xã hội cho nhân dân, tạo sự đồng thuận trong xã hội để phát triển kinh tế du lịch, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế; thu hút đầu tư; tạo nhiều việc làm, nâng cao thu nhập, hướng tới giảm nghèo bền vững, nâng cao dân trí, bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa dân tộc; xây dựng và quảng bá hình ảnh của địa phương. Hướng dẫn người dân phát triển du lịch theo hướng hiệu quả, bền vững; gắn phát triển du lịch với bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa truyền thống của cộng đồng các dân tộc trên địa bàn toàn tỉnh.

*Thứ ba, phát huy tính chủ động, sáng tạo và trách nhiệm của các cấp, các ngành trong thực hiện phát triển du lịch.* Hội đồng nhân dân, Ủy ban nhân dân tỉnh thường xuyên quan tâm, lãnh đạo, chỉ đạo việc thực hiện mục tiêu đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của địa phương. Các sở, ban, ngành, chính quyền địa phương và Ban chỉ đạo phát triển Du lịch tăng cường sự phối hợp trong tham mưu và triển khai các chương trình, kế hoạch phát triển du lịch. Đề cao trách nhiệm của người đứng đầu cấp ủy và chính quyền các cấp trong tổ chức triển khai, quản lý hoạt động du lịch. Chủ động thực hiện nhiều cơ chế, chính sách ưu đãi cho doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực du lịch. Các cơ quan quản lý chú trọng đẩy mạnh công tác xã hội hóa huy động mọi thành phần kinh tế, nguồn lực đầu tư cho cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch và xây dựng các cơ sở dịch vụ: nhà nghỉ, y tế, ăn uống, vui chơi giải trí...

*Thứ tư, phát triển đa dạng các sản phẩm du lịch là thế mạnh của tỉnh.* Tỉnh tập trung nguồn lực phát triển những sản phẩm du lịch là thế mạnh của tỉnh. Một trong những yếu tố không thể thiếu được đó là xây dựng thêm những sản phẩm du lịch mới độc đáo, mang nét đặc trưng riêng của địa phương như: Lễ hội Thành Tuyên; một thương hiệu riêng có của Tuyên Quang; đặc biệt xây dựng các dự án giải trí về đêm, xây dựng khu ẩm thực, siêu thị, trung tâm thương mại, khu vui chơi giải trí lớn, các tổ hợp du lịch nghỉ dưỡng. Xây dựng, sản xuất, chế tạo các sản phẩm, quà tặng, hàng lưu niệm du lịch, ẩm thực truyền thống mang thương hiệu Tuyên Quang; xây dựng và triển khai kế hoạch phát triển nghề truyền thống, xây dựng các trang trại nông nghiệp hàng hóa phục vụ du lịch.

*Thứ năm, đẩy mạnh xúc tiến quảng bá, tăng cường liên kết vùng để phát triển du lịch.* Tỉnh tăng cường công tác thông tin, quảng bá các sản phẩm du lịch, hình ảnh về miền đất, văn hóa, con người Tuyên Quang và kêu gọi đầu tư; xây dựng trang thông tin điện tử về du lịch Tuyên Quang và nâng cao hiệu quả quảng bá du lịch trên các trang thông tin điện tử của tỉnh, của



ngành, các khu, điểm du lịch. Xây dựng và thực hiện các chương trình, kế hoạch về quảng bá du lịch; tham gia các sự kiện du lịch của các tỉnh, thành phố, khu vực trong nước và quốc tế; tổ chức hoặc đăng cai tổ chức các sự kiện văn hóa, thể thao, du lịch cấp khu vực, quốc gia và quốc tế trên địa bàn tỉnh; Các hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch phải được quan tâm tổ chức thường xuyên theo hướng đa dạng về quy mô, phong phú về nội dung và hướng vào những đối tượng du khách, những phân khúc thị trường cụ thể để mang lại hiệu quả cao.

Để đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, trong thời gian tới đòi hỏi các cấp ủy, chính quyền, các ban ngành và người dân cùng chung trách nhiệm để ngành Du lịch tiếp tục có những đóng góp quan trọng vào sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

## **OPINIONS OF THE PROVINCIAL PARTY COMMITTEE ON PROMOTING TOURISM DEVELOPMENT**

**Hoang Thi Trang, Nguyen Mai Chinh**  
*Tan Trao University*

### **Abstract**

Tourism not only brings a large source of income to the economy, creates jobs, and transforms the economic structure; developing service industries and infrastructure, but also promoting peace and cultural exchanges. Tuyen Quang is a province with diverse tourism potential, rich and attractive with many types of tourism such as: revolutionary historical tourism, cultural history, resort tourism, eco-tourism, holiday tourism, associations, community tourism... Determining tourism is an important economic sector, the provincial Party always pays attention to developing sustainable tourism to become a key economic sector.

### **Keywords**

Perspective, developing tourism.

## LÀNG VĂN HÓA DU LỊCH: TRIỂN VỌNG CỦA PHÁT TRIỂN DU LỊCH DỰA VÀO CỘNG ĐỒNG

Dương Trường Phúc

Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn Thành phố Hồ Chí Minh

### Tóm tắt

Du lịch thường được xem là lựa chọn phát triển dựa vào những đặc trưng văn hóa, lịch sử, địa lý của mỗi địa phương. Trên cơ sở đó, việc phát triển các vùng nông thôn dựa vào du lịch được đề xuất vì nơi đây còn chứa đựng những giá trị truyền thống độc đáo của cư dân địa phương. Một số loại hình du lịch phát triển ở nông thôn có thể kể đến như: du lịch sinh thái, du lịch văn hóa, du lịch dựa vào cộng đồng. Bài viết phân tích và tổng hợp dựa trên nguồn dữ liệu thứ cấp phong phú về du lịch nông thôn, du lịch dựa vào cộng đồng. Kết quả cho thấy cùng với sự gia tăng du lịch dựa vào cộng đồng tại các nước đang phát triển, mô hình làng văn hóa du lịch được đề xuất như một giải pháp nhằm tăng cường hơn nữa sự tham gia của cộng đồng địa phương vào hoạt động du lịch. Mặc dù còn khá mới mẻ nhưng Việt Nam lại nhiều tiềm năng để xây dựng và phát triển mô hình này, điển hình như Tuyên Quang. Nếu quản lý tốt thì có thể mang đến những triển vọng về cải thiện sinh kế cộng đồng, đảm bảo bình đẳng và công bằng, bảo tồn tài nguyên bản địa hướng đến phát triển bền vững khu vực nông thôn.

### Từ khóa

Làng văn hóa du lịch, du lịch dựa vào cộng đồng, bảo tồn tài nguyên bản địa.

### 1. DẪN NHẬP

Du lịch nói chung được xem là một trong những ngành công nghiệp lớn nhất thế giới (Saarinen, 2006; Wallace & Russell, 2004) với sự tăng trưởng vẫn đang tiếp tục (McAreevey & McDonagh, 2011). Khi du lịch ngày càng trở nên quan trọng đối với các cộng đồng trên toàn thế giới, nhu cầu phát triển du lịch bền vững cũng trở thành mối quan tâm hàng đầu. Cơ sở lý luận của phát triển du lịch bền vững thường dựa trên sự đảm bảo các lợi ích kinh tế, xã hội và văn hóa tái tạo cho cộng đồng và môi trường. Trong xu thế đó, sự gia tăng mối quan tâm về đạo đức du lịch (*ethical tourism*) nghĩa là du lịch có tính đến sự nhạy cảm và mối quan tâm của công chúng về môi trường, cộng đồng và tính bền vững đã dẫn đến sự phát triển của các thuật ngữ phản ánh triết lý du lịch như du lịch sinh thái (*ecotourism*), du lịch vì người nghèo (*pro-poor tourism*), du lịch bền vững (*sustainable tourism*), du lịch có trách nhiệm (*responsible tourism*) và du lịch vì lợi ích cộng đồng (*community benefit tourism*).

Hầu hết các khu vực nông thôn vùng núi đều có thể tạo ra tiềm năng cho phát triển du lịch (Ciolac et al., 2017). Một trong những lợi thế cạnh tranh có giá trị nhất của khu vực này so với khu vực thành thị là sự kết hợp hài hòa các giá trị tự nhiên và văn hóa thành một phức hợp độc đáo và hấp dẫn (Trukhachev, 2015). Trên cơ sở đó, việc phát triển các vùng nông thôn dựa vào du lịch được đề xuất vì nơi đây còn chứa đựng những giá trị truyền thống độc đáo của cư dân địa phương (Butler, 1998) và cũng vì du lịch là một công cụ hiệu quả để thu hút đầu tư và thúc đẩy sự quan tâm đến lối sống nông thôn, truyền thống và bản sắc địa phương của khu vực nông thôn (Trukhachev, 2015). Du lịch dựa vào cộng đồng đóng góp đáng kể cho nền kinh tế nông thôn và

cho ngành Du lịch rộng lớn hơn và có xu hướng ngày càng tăng trong những thập kỷ qua ở các nước đang phát triển (Goodwin & Santili, 2009; Trukhachev, 2015; Vinay, 2014). Trong xu thế đó, việc xây dựng và sử dụng các mô hình làng văn hóa du lịch (*cultural tourism village*) ngày càng tăng ở các nước đang phát triển (Moswete, Saarinen, & Monare, 2015; Smith & Richards, 2013). Đây là mô hình thực hành du lịch đề cao và tăng cường sự tham gia của cộng đồng địa phương làm nền tảng để tăng lợi ích và giảm thiểu các tác động tiêu cực của du lịch, cải thiện chất lượng đóng góp của du lịch vào phát triển quốc gia (Giampiccoli & Saayman, 2018). Từ những triển vọng mà mô hình này mang đến trong việc phát triển du lịch dựa vào cộng đồng cùng với việc điển cứu tiềm năng du lịch tại Tuyên Quang cho thấy nếu triển khai mô hình này ở địa phương có thể khai thác những cảnh quan thiên nhiên trời phú, bản sắc văn hóa đặc sắc của các tộc người Mông, Dao, Tày, Thái... đồng thời thúc đẩy hiệu quả của mối quan hệ tương hỗ giữa du lịch và bảo tồn.

## 2. LÀNG VĂN HÓA DU LỊCH VÀ KHẢ NĂNG PHÁT TRIỂN Ở TUYÊN QUANG

### 2.1. Làng văn hóa du lịch

#### 2.1.1. Làng văn hóa du lịch là gì?

Làng văn hóa du lịch được định nghĩa là điểm đến du lịch tượng trưng cho lối sống của người dân địa phương, do đó du khách có thể tìm hiểu về văn hóa cũng như lối sống từ quá khứ đến hiện đại của cư dân bản địa (Zeppel, 2002); là kiểu làng liên quan đến các hoạt động giới thiệu lối sống của các nhóm dân tộc và văn hóa bản địa cùng với lịch sử, hiện vật và di tích mà những tộc người đã tạo ra (Smith, 2003); là một khu vực nông thôn cung cấp một bầu không khí hoàn toàn trong lành, chứa đựng cả về văn hóa xã hội, phong tục, đời sống hàng ngày, kiến trúc truyền thống, cấu trúc không gian làng và có tiềm năng phát triển các thành phần khác nhau của du lịch, ví dụ: các điểm tham quan, thực phẩm và đồ uống, đồ lưu niệm, chỗ nghỉ và các nhu cầu du lịch khác (Dewi, Astawa, Siwantara, & Mataram, 2018).

Làng văn hóa du lịch là nơi tập hợp những điểm du lịch tương đối mới đã mở ra cơ hội cho sự tiến bộ của du lịch dựa vào cộng đồng ở các nước đang phát triển. Mô hình làng kiểu này dựa trên ý niệm về phát triển bền vững cộng đồng bản địa, khuyến khích đa dạng hóa thu nhập từ hoạt động du lịch (McAreavey & McDonagh, 2011) kết hợp các khía cạnh văn hóa xã hội, kinh tế, môi trường và truyền thống của dân bản địa. Ngoài các giá trị văn hóa vật thể như kiến trúc truyền thống, đồ vật truyền thống, trang phục dân gian, điêu khắc dân gian, sản phẩm thân thiện môi trường thì các giá trị văn hóa phi vật thể như tôn giáo, ngôn ngữ, thần thoại, lịch sử, âm nhạc, điệu múa, nghi thức, phong tục và lối sống cũng góp phần vào sự đặc sắc và hấp dẫn của việc phát triển du lịch làng văn hóa ở một địa phương (UN-WTO, 2008). Nói cách khác, chính lối sống nông thôn là điểm hấp dẫn đối với du khách vốn muốn xa lánh cuộc sống buồn chán ở đô thị và tìm lại những giá trị văn hóa suýt bị đánh mất bởi đô thị hóa. Vì vậy, việc phát triển làng du lịch văn hóa có thể khuyến khích cộng đồng địa phương tự hào về văn hóa dân tộc và góp phần củng cố bản sắc cộng đồng (Smith & Richards, 2013).

Du lịch dựa vào cộng đồng từ làng văn hóa du lịch mang bản chất của du lịch - sự đa dạng trong mối liên kết với các lĩnh vực khác như nông nghiệp, thương mại, cơ sở hạ tầng - đặc biệt hứa hẹn cho phát triển nông thôn (Khartishvili, Muhar, Dax, & Khelashvili, 2019). Về trực tiếp, du lịch tại các làng văn hóa đảm bảo sự ổn định đầu ra cho nông sản, tăng việc làm nông thôn. Về gián tiếp là phát triển cơ sở hạ tầng và phong phú thêm văn hóa bản địa.

Thực hành du lịch tại các làng văn hóa du lịch cho phép sử dụng tối ưu các nguồn tài nguyên tự nhiên tạo thành yếu tố chính trong phát triển du lịch, duy trì các quá trình sinh thái

thiết yếu và giúp bảo tồn di sản thiên nhiên và đa dạng sinh học; tôn trọng tính xác thực văn hóa của các cộng đồng bản địa, bảo tồn các di sản văn hóa các giá trị truyền thống, và góp phần vào sự hiểu biết và khoan dung liên văn hóa; phân phối công bằng lợi ích kinh tế - xã hội cho tất cả các bên liên quan và góp phần xóa đói giảm nghèo; đảm bảo sự hài lòng về trải nghiệm của du khách tại địa phương, nâng cao nhận thức về các vấn đề bền vững và thúc đẩy các hoạt động du lịch bền vững (Asker, Boronyak, Carrard, & Paddon, 2010; Kiss, 2004; Sznajder, Przezbórska, & Scrimgeour, 2009). Ngoài ra, cần lưu ý rằng, về mọi mặt, cộng đồng phải được tham khảo ý kiến trước và đồng ý về bất kỳ dự án nào liên quan đến du lịch vì đây là nhóm dân số sẽ chịu tác động trực tiếp đầu tiên từ các dự án du lịch (Briones, Yusay, & Valdez, 2017).

### 2.1.2. Một số mô hình làng văn hóa du lịch

Một số khu vực trên Thế giới, mô hình làng văn hóa du lịch được vận hành thông qua hình thức cư dân bản địa đóng vai trò là những hướng dẫn viên và chủ thể văn hóa tái hiện lại các hoạt động thường nhật trong đời sống vật chất và tinh thần để du khách trải nghiệm và học hỏi. Những mô hình làng văn hóa du lịch này cũng được xem là “bảo tàng” trong việc lưu giữ và truyền bá các giá trị văn hóa truyền thống của địa phương. Các quốc gia với những làng văn hóa du lịch nổi tiếng có thể kể đến như Malaysia, Indonesia, Thái Lan, Việt Nam...



Hình 1. Làng văn hóa Sarawak

Nguồn: (SCV, 2019)

Làng văn hóa du lịch Sarawak nằm dưới chân núi Santubong (Malaysia) được xem là “bảo tàng sống” trong việc bảo tồn và trưng bày di sản văn hóa Sarawak. Ngôi làng có diện tích khoảng 69.000m<sup>2</sup> với khoảng 150 nhân khẩu thực hiện các hoạt động sản xuất thủ công mỹ nghệ và ẩm thực địa phương (*sago*). Du khách đến đây có thể nhìn thấy người dân địa phương mặc trang phục truyền thống trong các điệu múa và lắng nghe những câu chuyện về đời sống văn hóa thường nhật (Hình 1).



Hình 2. Làng văn hóa Nglanggeran

Nguồn: (MTORI, 2019)

Làng văn hóa du lịch Nglanggeran nằm dưới chân ngọn núi lửa 60 triệu năm tuổi. 'Nglanggeran' xuất phát từ từ 'Langgeng', có nghĩa là hòa bình và thanh thản. Người dân trong làng luôn hợp tác, tôn trọng lẫn nhau cùng với lối sống đơn giản. Làng du lịch này có rất nhiều nét độc đáo về văn hóa và trí tuệ địa phương, chẳng hạn như kỹ thuật canh tác truyền thống và

chế biến thực phẩm địa phương. Chính phủ Indonesia cũng công nhận những giá trị đặc sắc của địa phương và trao giải thưởng Du lịch cộng đồng ASEAN năm 2017 (Hình 2).

Làng văn hóa Khmer Trà Vinh là điểm du lịch lưu dấu gần như toàn bộ nền văn hóa Khmer Nam Bộ nói chung và văn hóa Khmer Trà Vinh nói riêng. Đến với nơi đây, du khách sẽ được thưởng thức nhiều món ăn đặc sản như bánh ống, cốm dẹp, hòa mình vào nhiều tiết mục văn nghệ với những lời ca, điệu múa được truyền từ đời này sang đời khác, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc Khmer (Hình 3).



Hình 3. Làng văn hóa Khmer Trà Vinh  
Nguồn: (TVT, 2019)

### 2.1.3. Chiến lược xây dựng và phát triển làng văn hóa du lịch

Mục đích chính của làng văn hóa du lịch là cung cấp sự thỏa mãn cho du khách và cải thiện mức sống của cộng đồng địa phương với các đặc điểm: (1) các lợi ích được cộng đồng địa phương thụ hưởng; (2) cơ sở hạ tầng đầy đủ và đáp ứng nhu cầu du khách; (3) bảo vệ môi trường văn hóa và tự nhiên; (4) phát triển các sản phẩm du lịch địa phương; (5) khả năng tiếp cận tốt bằng các phương tiện giao thông; (6) môi trường trong làng đảm bảo các tiêu chuẩn vệ sinh và an toàn an ninh (Syafi'i & Suwandono, 2015).

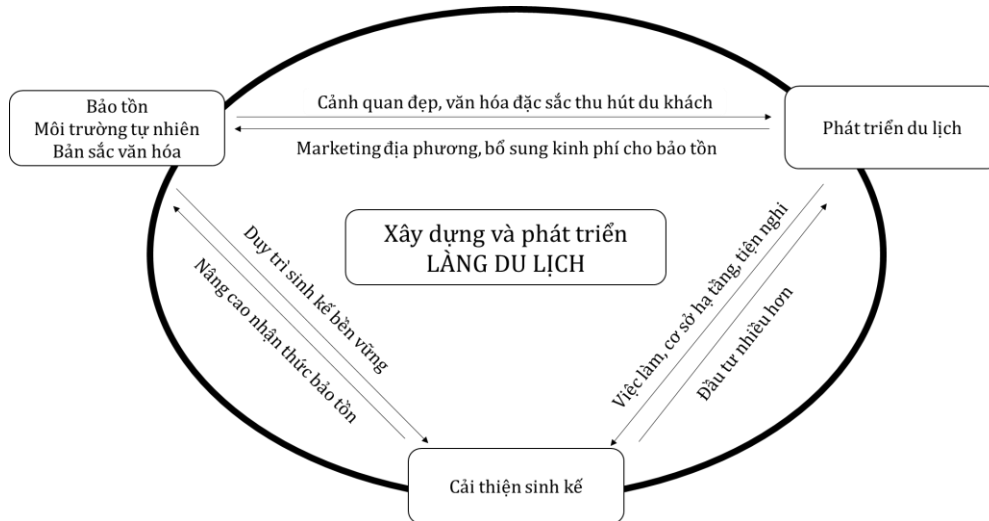
Việc phát triển làng văn hóa du lịch cần thiết một chiến lược đúng đắn trên cơ sở phối hợp ma trận giữa nhân tố bên trong và nhân tố bên ngoài. Những nhân tố bên trong, thuộc về nội tại của địa phương bao gồm cảnh quan thiên nhiên và nhận thức của cộng đồng. Những nhân tố bên ngoài, cần thiết quản lý chặt chẽ bao gồm hoạt động du lịch và hài lòng của du khách. Việc xếp ma trận giữa những yếu tố này hình thành bốn nhóm chiến lược: chiến lược xây dựng và phát triển cảnh quan, chiến lược thúc đẩy sự tham gia của cộng đồng, chiến lược quản trị cảnh quan du lịch, chiến lược duy trì sự thân thiện và hiếu khách.

Bảng 1. Chiến lược xây dựng và phát triển làng văn hóa du lịch

<b>Nhân tố bên trong</b>	<b>Phát triển cảnh quan</b> - Đa dạng sinh học - Tính tự nhiên, hoang sơ - Phong cảnh nông thôn	<b>Đồng thuận của cộng đồng</b> - Tham gia của cộng đồng - Phối hợp các thành viên - Tập quán truyền thống - Lòng hiếu khách
<b>Nhân tố bên ngoài</b>		
<b>Hoạt động du lịch</b> - Giải trí - Làm nông - Mua sắm - Ngắm cảnh thiên nhiên	Chiến lược xây dựng và phát triển cảnh quan	Chiến lược thúc đẩy sự tham gia của cộng đồng
<b>Hài lòng của du khách</b> - Khả năng tiếp cận - Ẩm thực - Chất lượng dịch vụ - Chi phí	Chiến lược quản trị cảnh quan du lịch	Chiến lược duy trì sự thân thiện và hiếu khách

Nguồn: (Cawley & Gillmor, 2008)

Xây dựng và phát triển làng văn hóa du lịch thể hiện mối quan hệ cộng sinh giữa các chủ thể trong hoạt động du lịch: sự hài lòng của du khách và duy trì hạnh phúc của dân bản địa (Mbaiwa & Sakuze, 2009). Ngoài việc bảo tồn cảnh quan tự nhiên cùng với bản sắc văn hóa, việc phát triển du lịch dựa trên làng văn hóa du lịch còn thể hiện một số khía cạnh khác như giảm bất bình đẳng, phát triển bền vững, cải thiện sinh kế..., (Hình 4).



Hình 4. Mối quan hệ giữa các hợp phần của làng văn hóa du lịch

Nguồn: Tác giả

Cảnh quan thiên nhiên và bản sắc văn hóa là yếu tố quan trọng trong việc phát triển du lịch tại nông thôn. Cảnh quan đẹp, văn hóa đặc sắc là điểm hấp dẫn đối với du khách, giúp tăng doanh thu và lợi nhuận cho du lịch. Ngược lại, phát triển du lịch (đặc biệt du lịch có trách nhiệm) có thể mang lại những lợi ích tích cực cho cộng đồng địa phương cũng như việc sử dụng và quản lý tài nguyên du lịch thông qua công tác marketing địa phương, phát huy giá trị kinh tế và tăng kinh phí cho công tác bảo tồn. Có thể thấy, phát triển du lịch và bảo tồn môi trường tự nhiên-bản sắc văn hóa có mối liên kết chặt chẽ cả về tác động và sự phụ thuộc. Công tác bảo tồn và phát triển du lịch tạo ra nhiều cơ hội cho cộng đồng địa phương cải thiện sinh kế. Khi sinh kế được cải thiện, cộng đồng địa phương ý thức nhiều hơn vào việc đầu tư phát triển du lịch và bảo vệ cảnh quan thiên nhiên, bản sắc văn hóa để sinh kế bền vững.

## 2.2. Khả năng phát triển mô hình làng văn hóa du lịch tại Tuyên Quang

Tuyên Quang là một tỉnh miền núi vùng Đông Bắc Việt Nam với nhiều tiềm năng về tự nhiên (cảnh quan thiên nhiên hùng vĩ, hoang sơ) và nhân văn (đa văn hóa, đa sắc tộc) có thể phát triển đa dạng các loại hình du lịch như du lịch sinh thái, du lịch văn hóa... Điển cứu tại Na Hang và Lâm Bình, bài viết nhận thấy nhiều khả năng cho phát triển mô hình làng văn hóa du lịch từ cảnh quan tự nhiên và bản sắc văn hóa của tộc người bản địa.

### 2.2.1. Na Hang

Cảnh quan tự nhiên của Na Hang còn nhiều nét hoang sơ nhưng cũng không kém phần thơ mộng hấp dẫn du khách. Vào mùa xuân, thời tiết mát mẻ, trăm hoa đua nở, cảnh sắc tuyệt đẹp và nhiều lễ hội dân gian diễn ra. Vào mùa hạ, mưa nhiều nên những dòng sông suối, thác ghềnh được tăng cường nước cuộn chảy âm vang núi rừng. Vào mùa thu, lá vàng rơi rụng cùng thời tiết mát mẻ. Vào mùa đông, sương đọng trên lá, mặt trời chiếu rọi bùng sáng cả cánh rừng.

Na Hang cũng có nhiều di tích lịch sử - văn hóa như hang Nà Thầm, xưởng quân khí H52, đền Pác Tạ, đền Pác Vãng. Cộng đồng địa phương ở Na Hang vẫn giữ gìn được bản sắc văn hóa truyền thống, ngôn ngữ gốc, phong tục tập quán đặc trưng, đặc biệt là đồng bào người Tày và người Dao. Đồng bào các tộc người ở Na Hang có đời sống văn hóa, tinh thần khá phong phú. Trong lao động cải tạo thiên nhiên, xây dựng quê hương, đồng bào đã sáng tác nhiều bài ca, điệu múa thể hiện sự kỳ vĩ của thiên nhiên, ý chí vươn lên và niềm khát khao phấn đấu cho cuộc sống vui tươi, hạnh phúc. Các món ẩm thực phong phú như cơm lam, thịt trâu khô, thịt lợn chua, xôi ngũ sắc, lẩu cá lăng, các món làm từ cá nheo hay rượu ngô... đều đem lại sức hấp dẫn đối với khách du lịch.

### **2.2.2. Lâm Bình**

Lâm Bình được thiên nhiên ban tặng nhiều cảnh quan tuyệt đẹp với 99 ngọn núi Thượng Lâm, mệnh mang sóng nước hồ sinh thái và những cánh rừng nguyên sinh trải khắp các xã. Nổi bật là 99 ngọn núi xã Thượng Lâm được ví là “Hạ Long cạn giữa đại ngàn” được bao bọc bởi những dãy núi trùng trùng, điệp điệp hay là truyền thuyết về Phượng hoàng bay về.

Lâm Bình còn có nhiều tộc người cùng sinh sống như Tày, Dao, Mông, Pà Thẻn... với tâm lòng hiếu khách. Văn hóa truyền thống các dân tộc như Lễ hội Lồng tồng, Lễ hội Nhảy lửa, các làn điệu dân ca, dân vũ, nghề truyền thống như nghề làm bún, trồng bông dệt vải, công việc đồng áng ở nơi đây như trồng lúa, cày cấy, gặt hái. Đến với Lâm Bình du khách còn được thưởng thức những món ăn truyền thống của người Tày, người Dao như cơm lam, thịt chua, thịt trâu khô, cá mắm ruộng, chè khâu mát, rượu ngô, rượu thóc men lá...

## **3. TRIỂN VỌNG CỦA PHÁT TRIỂN DU LỊCH DỰA VÀO CỘNG ĐỒNG TỪ LÀNG VĂN HÓA DU LỊCH**

### **3.1. Triển vọng về cải thiện sinh kế cộng đồng**

Ở những quốc gia đang phát triển, du lịch dựa vào cộng đồng (*community-based tourism*) đang trở nên phổ biến (Mearns & Lukhele, 2015) và được công nhận như một phương án đầy hứa hẹn cho giảm nghèo và thúc đẩy phát triển cộng đồng địa phương thay thế cho ngành nông nghiệp vốn không thể đảm bảo thu nhập ổn định cho cư dân nông thôn (Runyowa, 2017). Thông qua các chiến lược phát triển khi thiết lập Làng văn hóa du lịch, du lịch dựa vào cộng đồng có ý nghĩa kích thích các cơ hội phát triển kinh tế bản địa và cải thiện sinh kế các cộng đồng nông thôn (Wilson, Fesenmaier, Fesenmaier, & Van Es, 2001) đặc biệt là cộng đồng dễ tổn thương vùng sâu vùng xa nơi nghèo đói được nhìn thấy rõ rệt (Madzwamuse & Fabricius, 2004). Điều này cực kỳ quan trọng vì làm giảm áp lực của con người lên các nguồn tài nguyên thiên nhiên và nâng cao niềm tin của cư dân bản địa (Jegdić, Škrbić, & Milošević, 2017).

### **3.2. Triển vọng về đảm bảo bình đẳng và công bằng**

Làng văn hóa du lịch là hình thức của chiến lược hỗ trợ, được áp dụng ở nhiều quốc gia để tăng cường sự tham gia của cộng đồng vào các hoạt động phát triển đặc biệt là lập kế hoạch, ra quyết định và thực hiện các dự án, sau đó có thể đóng góp cho phát triển nông thôn bền vững lâu dài (Idziak, Majewski, & Zmyslony, 2015). Phát triển du lịch địa phương dựa trên mô hình làng văn hóa du lịch thúc đẩy sự công bằng trong phát triển du lịch với việc mang lại cho toàn bộ cộng đồng những lợi ích từ việc cung cấp các dịch vụ và cơ sở hạ tầng (Beierle & Konisky, 2000). Bên cạnh đó, sự tham gia của cộng đồng đã được sử dụng như cách tiếp cận hiệu quả để thúc đẩy

phát triển du lịch bởi vì cách tiếp cận này có thể trao quyền cho cư dân địa phương, đảm bảo sự kiểm soát đối với tài nguyên du lịch, nâng cao vị thế trong quá trình ra quyết định và cung cấp công bằng những lợi ích kinh tế từ phát triển du lịch (Murphy, 2013). Nếu điều này được phát triển đúng cách, sẽ hình thành du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng (*community-based ecotourism*). Du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng cho phép các cộng đồng địa phương có quyền kiểm soát và tham gia vào sự phát triển và quản lý, tạo cơ hội cho những người không trực tiếp tham gia vào hoạt động du lịch cũng nhận được lợi ích từ du lịch hiện tại do đó du lịch trở nên có ý nghĩa cần thiết đối với cộng đồng (López-Guzmán, Sánchez-Cañizares, & Pavón, 2011), thúc đẩy trách nhiệm tập thể bao gồm các sáng kiến địa phương vì lợi ích bền vững (Amerta, 2017). Không có sự tham gia của cộng đồng thì phát triển du lịch không thể bền vững (Richards & Hall, 2003).

### 3.3. Triển vọng về bảo tồn tài nguyên bản địa

Du lịch dựa vào cộng đồng từ làng văn hóa du lịch mang ý nghĩa trái ngược với du lịch đại chúng (*mass tourism*) về tổ chức, nguồn nhân lực liên quan và sự thỏa mãn nhu cầu xã hội (Murray & Kline, 2015). Đây là mô hình du lịch phát sinh để bù đắp các tác động tiêu cực của du lịch thông thường (*conventional tourism*) hoặc du lịch đại chúng (*mass tourism*) như hủy hoại và giảm sự kiểm soát của địa phương đối với tài nguyên thiên nhiên (Mtapuri & Giampiccoli, 2017) và có thể đáp ứng yêu cầu mang đến giá trị cho cộng đồng và đảm bảo có ý nghĩa cho bảo tồn (Ciolac et al., 2017). Làng văn hóa du lịch hướng đến mục tiêu đạt được sự bền vững trong các hoạt động du lịch ở nông thôn thông qua việc tôn trọng cảnh quan thiên nhiên và giá trị văn hóa bản địa (Jansen van Veuren, 2001). Du lịch tại các làng văn hóa du lịch sử dụng sự thu hút của việc bảo tồn thiên nhiên hoặc liên kết phát triển du lịch với bảo tồn tài nguyên thiên nhiên và văn hóa (Sproule, 1996). Đồng thời còn tạo ra các cơ hội để giao lưu văn hóa giữa các địa phương trong và ngoài nước (Lenao, 2009; Nzama, 2010). Đây là nhân tố quan trọng bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống và phát triển các cơ hội phát triển kinh tế ở các vùng nghèo.

## 4. KẾT LUẬN

Du lịch dựa vào cộng đồng trở thành xu hướng phát triển của nhiều quốc gia đang phát triển vì loại hình du lịch này được hứa hẹn là công cụ hỗ trợ xóa nghèo hiệu quả đối với các cộng đồng nông thôn, nhất là những nơi vùng sâu vùng xa như Tuyên Quang. Trong xu thế đó, mô hình làng văn hóa du lịch nổi lên như phương tiện thúc đẩy phát triển du lịch dựa vào cộng đồng bản địa tại nông thôn. Làng văn hóa du lịch thực chất là một không gian tương trưng tập hợp những điểm du lịch hấp dẫn trong khu vực bao gồm cảnh quan tự nhiên, văn hóa bản địa và lối sống nông thôn. Xây dựng làng văn hóa du lịch mang đến những triển vọng của việc phát triển du lịch dựa vào cộng đồng như cải thiện sinh kế cộng đồng, đảm bảo bình đẳng và công bằng, bảo tồn tài nguyên bản địa. Nếu được quản lý tốt, mô hình này có thể trở thành mô hình thực hành du lịch bền vững hướng đến phát triển bền vững khu vực nông thôn đặc biệt là những vùng nông thôn miền núi gần biên giới.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Amerta, I. M. S. (2017). Community based tourism development. *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(3), 97-107.
2. Asker, S. A., Boronyak, L. J., Carrard, N. R., & Paddon, M. (2010). *Effective Community Based Tourism: A Best Practice Manual*. Sydney, Australia: Sustainable Tourism Cooperative Research Centre.



3. Beierle, T. C., & Konisky, D. M. (2000). Values, conflict, and trust in participatory environmental planning. *Journal of Policy Analysis and Management*, 19(4), 587-602.
4. Briones, Z. B. H., Yusay, R. M. S., & Valdez, S. (2017). Enhancing community based tourism programs of Gawad Kalinga enchanted farm towards sustainable tourism development. *Journal of Economic Development, Management, IT, Finance, and Marketing*, 9(1), 51-60.
5. Butler, R. (1998). Rural recreation and tourism. In B. Ilbery (Ed) *The Geography of Rural Change* (pp. 211-232). London, UK: Longman.
6. Cawley, M., & Gillmor, D. A. (2008). Integrated rural tourism: Concepts and Practice. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 316-337.
7. Ciolac, R., Rujescu, C., Constantinescu, S., Adamov, T., Dragoi, M. C., & Lile, R. (2017). Management of a tourist village establishment in mountainous area through analysis of costs and incomes. *Sustainability*, 9(6), 875.
8. Dewi, N. I. K., Astawa, I. P., Siwantara, I. W., & Mataram, I. G. A. B. (2018). Exploring the potential of cultural villages as a model of community based tourism. *Journal of Physics: Conference Series*, 953(1), 12-72.
9. Giampiccoli, A., & Saayman, M. (2018). Community-based tourism development model and community participation. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(4), 1-27.
10. Goodwin, H., & Santili, R. (2009). *Community-Based Tourism: A success?* ICRT Occasional Paper 11.
11. Idziak, W., Majewski, J., & Zmyślony, P. (2015). Community participation in sustainable rural tourism experience creation: A long-term appraisal and lessons from a thematic villages project in Poland. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1341-1362.
12. Jansen van Veuren, E. J. (2001). Transforming cultural villages in the spatial development initiatives of South Africa. *South African Geographical Journal*, 83(2), 137-148.
13. Jegdić, V., Škrbić, I., & Milošević, S. (2017). Models of entrepreneurship development in rural tourism destinations in Vojvodina. *Economics of Agriculture*, 64(1), 221-237.
14. Khartishvili, L., Muhar, A., Dax, T., & Khelashvili, I. (2019). Rural Tourism in Georgia in Transition: Challenges for Regional Sustainability. *Sustainability*, 11(2), 410.
15. Kiss, A. (2004). Is community-based ecotourism a good use of biodiversity conservation funds? *Trends in Ecology & Evolution*, 19(5), 232-237.
16. Lenao, M. (2009). *The impact of cultural tourism on the authenticity of traditional baskets in the Okavango Delta: The case of Gumare and Etsha 6 villages*. Master's Thesis, University of Botswana.
17. López-Guzmán, T., Sánchez-Cañizares, S., & Pavón, V. (2011). Community-based tourism in developing countries: A case study. *Tourismos*, 6(1), 68-84.
18. Madzwamuse, M., & Fabricius, C. (2004). Local ecological knowledge and the Basarwa in the Okavango Delta: The case of Xaxaba, Ngamiland District. In C. Fabricius & E. Koch (Eds.), *Rights, Resources and Rural Development- Community-based natural Resource Management in Southern Africa* (pp. 160-173). United Kingdom: Earthscan.
19. Mbaiwa, J. E., & Sakuze, L. K. (2009). Cultural tourism and livelihood diversification: The case of Gcwihaba Caves and XaiXai village in the Okavango Delta, Botswana. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 7(1), 61-75.

20. McAreavey, R., & McDonagh, J. (2011). Sustainable rural tourism: Lessons for rural development. *Sociologia Ruralis*, 51(2), 175-194.
21. Mearns, K. F., & Lukhele, S. E. (2015). Addressing the operational challenges of community-based tourism in Swaziland. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(1), 1-13.
22. Moswete, N., Saarinen, J., & Monare, M. J. (2015). Perspectives on Cultural Tourism: A Case Study of Bahurutshe Cultural Village for Tourism in Botswana. *Nordic Journal of African Studies*, 24(3&4), 279-300.
23. Mtapuri, O., & Giampiccoli, A. (2017). A conceptual coalescence: Towards Luxury Community based Tourism. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 6(3), 1-14.
24. MTORI. (2019). Introducing Nglanggeran Tourism Village. Retrieved August 20, 2019, from <https://www.indonesia.travel/gb/en/destinations/java/nglanggeran-tourism-village>
25. Murphy, P. E. (2013). *Tourism: A community approach (RLE Tourism)*. Routledge.
26. Murray, A., & Kline, C. (2015). Rural tourism and the craft beer experience: Factors influencing brand loyalty in rural North Carolina, USA. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1198-1216.
27. Nzama, T. A. (2010). Sustainable cultural and heritage tourism development in the rural areas of KwaZulu-Natal with reference to Ntambanana Local Municipality. In K. Zellmer, R. van der Duim, & J. Saarinen (Eds.), *Tourism for development: environmental sustainability, poverty reduction and empowering communities* (pp. 39-55). Netherlands: ATLAS.
28. Richards, G., & Hall, D. (2003). *Tourism and sustainable community development* (Vol. 7). Psychology Press.
29. Runyowa, D. (2017). Community-based tourism development in Victoria Falls, Kompisi Cultural Village: an entrepreneur's model. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 6(2), 1-7.
30. Saarinen, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1121-1140.
31. SCV. (2019). Introducing Sarawak Cultural Village. Retrieved August 20, 2019, from <https://scv.com.my/>
32. Smith, M. (2003). *Issues in cultural tourism studies*. New York & London: Routledge.
33. Smith, M., & Richards, G. (2013). *The Routledge handbook of cultural tourism*. New York & London: Routledge.
34. Sproule, K. W. (1996). Community-based ecotourism development: Identifying partners in the process. In *The Ecotourism Equation: Measuring the Impacts* (Vol. 99, pp. 233-250). New Haven, CT, USA: Yale University.
35. Syafi'i, M., & Suwandono, D. (2015). Tourism village planning concept approach community based tourism (case study Bedono Village, Sayung, Demak). *Ruang*, 1(2), 51-60.
36. Sznajder, M., Przezbórska, L., & Scrimgeour, F. (2009). *Agritourism*. Walingford, UK: CABI.
37. Trukhachev, A. (2015). Methodology for evaluating the rural tourism potentials: A tool to ensure sustainable development of rural settlements. *Sustainability*, 7(3), 3052-3070.

38. TVT. (2019). Kỳ vọng về Làng văn hóa Khmer Trà Vinh. Retrieved August 20, 2019, from <https://www.dulichtravinh.com.vn>
39. UN-WTO. (2008). *Policy for the Growth and Development of Tourism in Botswana*. UNWTO/Government of Botswana Project for the Formulation of a Tourism Policy for Botswana, July 2008. UNWTO and Department of Tourism, Gaborone.
40. Vinay, R. R. (2014). Perception and creating a new model “community tourism.” *International Journal of Logistics & Supply Chain Management Perspectives* © Pezzottaite Journals, 3(2), 1059-1065.
41. Wallace, G., & Russell, A. (2004). Eco-cultural tourism as a means for the sustainable development of culturally marginal and environmentally sensitive regions. *Tourist Studies*, 4(3), 235-254.
42. Wilson, S., Fesenmaier, D. R., Fesenmaier, J., & Van Es, J. C. (2001). Factors for success in rural tourism development. *Journal of Travel Research*, 46(2), 132-138.
43. Zeppel, H. (2002). Cultural tourism at the Cowichan native village, British Columbia. *Journal of Travel Research*, 41(1), 92-100.

## CULTURAL TOURISM VILLAGE: PROSPECT OF COMMUNITY-BASED TOURISM DEVELOPMENT

**Duong Truong Phuc**

*Hanoi University of Social Sciences and Humanities*

### **Abstract**

Tourism is often acknowledged as a development option based on the cultural, historical and geographical characteristics of each locality. On that basis, tourism-based rural development is proposed because it also contains the unique traditional values of local residents. Some types of tourism development in rural can be mentioned as ecotourism, cultural tourism, community-based tourism. The paper analyzes and synthesizes abundant secondary data of rural tourism and community-based tourism. The results showed that along with the increase in community-based tourism in developing countries, the model of cultural tourism villages was proposed as a solution to further enhance the participation of local communities into tourism activities. Although still quite new, Vietnam has many potentials to build and develop this model, typically the Tuyen Quang province. If it well managed by mechanisms such as empowerment and co-management, it can bring practical benefits to localities such as improving community livelihoods, ensuring equality and fairness, preserving indigenous resources towards sustainable development in rural.

### **Keywords**

Cultural tourism village, community-based tourism, preserving indigenous resources.

## ẢNH HƯỞNG CỦA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN ĐẾN HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH KHÁCH SẠN - NGHIÊN CỨU TẠI KHÁCH SẠN INTERCONTINENTAL HANOI WESTLAKE

Trần Thị Huyền Trang

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

### Tóm tắt

Công nghệ thông tin (CNTT) được áp dụng trong hoạt động kinh doanh khách sạn với mục tiêu cải thiện hiệu quả hoạt động kinh doanh và nâng cao khả năng cạnh tranh chiến lược của doanh nghiệp. Để đối phó với môi trường kinh doanh phức tạp và năng động hiện nay, các doanh nghiệp cần có sự chấp nhận và đổi mới liên tục trong việc triển khai các công nghệ mới. Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM để kiểm định sự ảnh hưởng của việc ứng dụng CNTT đến hiệu quả kinh doanh khách sạn trên ba khía cạnh: sự sẵn có của các thành phần CNTT; sự tích hợp của các thành phần CNTT; và cường độ sử dụng các thành phần CNTT.

### Từ khóa

Công nghệ thông tin, hiệu quả hoạt động kinh doanh khách sạn.

### 1. LÝ DO LỰA CHỌN VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU

#### - Về lý luận

Tổ chức Du lịch Thế giới UNWTO nhận định sự thay đổi đời sống xã hội cùng với cuộc cách mạng công nghệ là yếu tố quan trọng tạo nên sự phát triển nhanh chóng của ngành Du lịch trong những năm gần đây. Ứng dụng Công nghệ thông tin (CNTT) trong hoạt động kinh doanh khách sạn không chỉ giúp nâng cao năng lực quản lý của các khách sạn mà còn giúp tạo nên hình ảnh, thương hiệu uy tín của các khách sạn đối với khách hàng. Rất nhiều các nhà nghiên cứu đã đưa ra những dự đoán về việc áp dụng công nghệ thông tin trong ngành khách sạn sẽ giúp tăng năng suất, nâng cao chất lượng dịch vụ, giảm chi phí, và cải thiện sự hài lòng của khách hàng và mang lại lợi nhuận trong dài hạn (Law and Jogaratnam, 2005; Lee và cộng sự, 2003).

CNTT đã trở thành một tài sản chiến lược quan trọng đối với các doanh nghiệp kinh doanh khách sạn. Đầu tư vào CNTT đóng một vai trò quan trọng trong quá trình lập kế hoạch chiến lược của các nhà quản trị khách sạn. Hơn nữa, các khoản đầu tư vào CNTT sẽ giúp tăng hiệu quả hoạt động kinh doanh của khách sạn, tiết giảm chi phí, đồng thời gia tăng giá trị cho các sản phẩm và dịch vụ cung cấp cho khách hàng (Ham và cộng sự, 2005; Piccoli, 2008). Các nghiên cứu này cũng đã đi sâu vào phân tích tác động của các khoản đầu tư vào CNTT đến việc tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững cho các doanh nghiệp khách sạn. Việc triển khai có hiệu quả và kịp thời bằng cách ứng dụng CNTT mới sẽ cung cấp thêm nhiều cơ hội trong việc cải thiện các dịch vụ của khách hàng nhằm đáp ứng kỳ vọng ngày càng cao của khách hàng, đồng thời giúp cải thiện chi phí kiểm soát/giám sát, đưa ra chiến lược marketing hiệu quả hơn, và mang lại cơ hội mở rộng cho khách sạn (Law and Jogaratnam, 2005; Piccoli, 2008).

Thực tế là, việc sử dụng CNTT trong ngành khách sạn đã thay đổi nhanh chóng và mang lại nhiều cơ hội cho các hoạt động kinh doanh của khách sạn, cụ thể là: truyền đạt thông tin tốt hơn, cải thiện khả năng giao tiếp và cho phép quản lý các giao dịch cũng như các mối quan hệ với khách hàng được thuận lợi và hiệu quả hơn (Siguaw và cộng sự, 2000). Nhờ có CNTT mà khách hàng có thể truy cập vào các trang web của khách sạn với mục đích sử dụng các hệ thống đặt phòng điện tử, các trang web của các công ty du lịch để lên kế hoạch về các chuyến đi. Tuy nhiên, theo quan điểm của Sigala (2003), việc sử dụng công nghệ sẽ không tạo ra hiệu quả tối ưu khi các khách sạn chỉ tập trung vào các chức năng của công nghệ mà không cần quan tâm đến khả năng tích hợp công nghệ. Vậy, câu hỏi đặt ra là công nghệ thông tin có tác động như thế nào đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của khách sạn, công nghệ thông tin được áp dụng như thế nào trong mỗi bộ phận của khách sạn? Nghiên cứu này được đưa ra để trả lời cho những câu hỏi quan trọng như trên.

#### - Về thực tiễn

Đầu tư vào CNTT không chỉ giúp nâng cao năng lực của các khách sạn mà còn đạt được các kết quả cụ thể như mang lại chi phí thấp cho khách hàng cũng như cho khách sạn, gia tăng giá trị và cải thiện tốc độ phục vụ khách hàng, đổi mới công nghệ thông tin trong khách sạn, đồng thời nâng cao chất lượng dịch vụ và năng lực cạnh tranh của khách sạn. Tuy nhiên, các khách sạn cũng cần lưu ý rằng việc ứng dụng CNTT không chỉ mang lại lợi thế cạnh tranh cho các doanh nghiệp này mà các khách sạn cần phải đưa ra những cách thức để ứng dụng, triển khai và tích hợp CNTT với các khu vực và các bộ phận khác trong khách sạn. Bởi vì, việc chậm nắm bắt các thông tin hay công nghệ có thể là nguyên nhân chính làm cho khách sạn bị tụt hậu lại phía sau so với các đối thủ cạnh tranh và dẫn đến lợi nhuận giảm không ngừng. Vì vậy, để cạnh tranh trong môi trường kinh doanh hiện nay, các nhà quản lý khách sạn cần phải hiểu được lợi thế và tiềm năng của việc ứng dụng CNTT trong hoạt động kinh doanh của khách sạn, và phải dành nhiều thời gian và nỗ lực hơn nữa để có thể tận dụng được lợi thế của các công nghệ mới. Để đạt được mục tiêu này, các nhà quản lý khách sạn nên duy trì mối quan hệ tốt với các khách hàng hiện tại bằng cách sử dụng CNTT phù hợp, tích hợp CNTT vào các chiến lược phát triển của khách sạn, đồng thời nâng cao kiến thức của nhân viên cũng như khả năng sử dụng thuần thục và thành thạo các CNTT mới và thường xuyên cập nhật các xu hướng CNTT trong tương lai có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của khách sạn (Law và cộng sự, 2009).

Theo khảo sát của Hiệp hội Du lịch Việt Nam, hiện nay, ngoài hệ thống khách sạn, đặc biệt là khách sạn cao cấp, thương hiệu quốc tế và các hãng hàng không ứng dụng CNTT trong hoạt động kinh doanh khá thành công thì hầu hết các doanh nghiệp vừa và nhỏ chưa có nhiều nguồn lực để khai thác và ứng dụng mạnh mẽ các lợi thế của công nghệ trong cạnh tranh, thu hút khách hàng cũng như trong quản lý, điều hành doanh nghiệp. Do đó, việc áp dụng các công nghệ hiện đại trong hoạt động quảng cáo và kinh doanh không chỉ giúp các doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh mà còn là cơ sở thúc đẩy các cơ sở kinh doanh dịch vụ lưu trú tiếp cận CNTT bằng nhiều hình thức nhằm nâng cao thương hiệu và gia tăng doanh số bán. Chẳng hạn như, bằng các quảng cáo sống động, cung cấp thông tin đầy đủ trên hệ thống ti-vi tương tác, ti-vi thông minh hoặc trên các thiết bị di động của khách, khách sạn tiết kiệm được chi phí in ấn các bảng thông tin khách sạn, và ấn phẩm quảng cáo, từ đó giúp khách sạn tiết kiệm được chi phí quản lý.

Tuy nhiên, cho đến nay các nghiên cứu liên quan đến việc ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động kinh doanh của khách sạn chưa được đi sâu làm rõ, đặc biệt là trong bối cảnh của ngành kinh doanh khách sạn ở Việt Nam. Do vậy, nghiên cứu liên quan đến việc ứng dụng CNTT trong kinh doanh khách sạn sẽ đáp ứng nhu cầu về mặt lý luận và thực tiễn. Chính vì những lý do trên, tác giả đã lựa chọn đề tài “*Ảnh hưởng của công nghệ thông tin đến hiệu quả hoạt động kinh doanh khách sạn - nghiên cứu tại Khách sạn InterContinental Hanoi Westlake*” để nghiên cứu nhằm giúp các nhà quản lý khách sạn và các nhà hoạch định chính sách có những giải pháp tốt nhất góp phần vào việc nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng và tăng cường năng lực cạnh tranh của khách sạn.

## **2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VỀ VIỆC ÁP DỤNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN TRONG KINH DOANH KHÁCH SẠN**

### **2.1. Khái niệm Công nghệ thông tin**

Buhalis (2003) chỉ ra rằng CNTT mà đại diện cho nó chính là công nghệ, đóng vai trò rất cần thiết trong việc xử lý và chuyển giao các luồng thông tin: các công cụ tiên tiến tạo thành một hệ thống tích hợp phần mềm và thiết bị mạng tạo điều kiện cho việc xử lý dữ liệu, chia sẻ thông tin, liên lạc, tìm kiếm và lựa chọn từ việc sử dụng các sản phẩm và dịch vụ hiện có nhằm mang lại lợi ích cho doanh nghiệp.

### **2.2. Ảnh hưởng của Công nghệ thông tin đến hoạt động kinh doanh khách sạn**

Áp dụng CNTT trong hoạt động kinh doanh khách sạn là một yếu tố đóng vai trò quan trọng đối với việc nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của khách sạn thông qua các biện pháp nội bộ như tăng năng suất lao động, tăng doanh thu, cũng như các biện pháp bên ngoài doanh nghiệp như gia tăng sự hài lòng của khách hàng (Sirirak, Islam, & Khang, 2011). Nghiên cứu này cho rằng CNTT đã trở thành một nguồn lợi thế cạnh tranh bền vững và là một vũ khí chiến lược của các doanh nghiệp bởi vì nó được coi như một tài nguyên chiến lược giúp cung cấp giá trị kinh doanh, gia tăng năng lực cốt lõi của khách sạn đồng thời tăng cường khả năng cạnh tranh của khách sạn trên thị trường. Hơn nữa, Aziz, Bakhtiar, Syaquif, Kamaruddin, & Ahmad, 2012 cũng chứng minh rằng nhờ có sự áp dụng CNTT mà các khách sạn đã giảm được chi phí, tăng năng suất lao động, tăng doanh thu, nâng cao chất lượng dịch vụ và cải thiện sự hài lòng của khách hàng.

Do sự cạnh tranh gay gắt trên thị trường cùng với sự mong đợi ngày càng cao của khách hàng về chất lượng dịch vụ của khách sạn đã khiến nhiều khách sạn phải khám phá ra các cách thức sáng tạo nhất để đạt được lợi thế cạnh tranh của mình (Sirirak và cộng sự, 2011). Các nghiên cứu trên cũng đều cho rằng việc áp dụng CNTT trong ngành khách sạn giúp mang lại rất nhiều lợi ích cho doanh nghiệp như giảm chi phí vận hành, nâng cao sự hài lòng của khách hàng, gia tăng thị phần và cải thiện hiệu suất làm việc của nhân viên (Sirirak và cộng sự, 2011). Các khách sạn đã ứng dụng CNTT vào các lĩnh vực hoạt động của khách sạn, như bộ phận đón tiếp, bộ phận buồng phòng, bộ phận nhà hàng, bộ phận kỹ thuật... (Sigala, 2003).

### **2.3. Ứng dụng Công nghệ thông tin trong các bộ phận của khách sạn**

Theo nghiên cứu của Ham và cộng sự, (2005), hệ thống thông tin khách sạn được chia thành bốn loại chính, bao gồm (i) hệ thống tiền sảnh; (ii) hệ thống hậu sảnh; (iii) Hệ thống buồng phòng; và (iv) Hệ thống trong phòng. Trong khi, nghiên cứu của Sirirak và cộng sự, (2011) đã xác định ba thành phần cơ bản của hệ thống CNTT, đó là: (i) sự sẵn có của CNTT; (ii) sự liên kết

của CNTT; và (iii) mức độ sử dụng CNTT. Tuy nhiên, trong bối cảnh các nước đang phát triển, tác giả đã chia hệ thống CNTT trong ngành khách sạn thành hai loại chính: hệ thống buồng phòng và hệ thống nhà hàng.

### 2.3.1. Hệ thống buồng phòng

Bộ phận buồng phòng là bộ phận đóng vai trò trung tâm trong khách sạn bởi vì đây là bộ phận tạo ra doanh thu nhiều nhất cho khách sạn. Bộ phận buồng phòng bao gồm lễ tân, buồng, bảo trì và an ninh. Mục tiêu hoạt động chính của khách sạn là doanh thu, trong đó phần lớn doanh thu đến từ việc bán phòng cho khách.

#### \* **Bộ phận lễ tân**

Bộ phận lễ tân là một trong những bộ phận hoạt động hiệu quả nhất trong việc ứng dụng CNTT trong việc quản lý và kết nối các hệ thống đặt phòng máy tính. Hệ thống này cho phép khách hàng đặt khách sạn thông qua Internet mọi lúc, mọi nơi. Đây là một trong những ứng dụng hiệu quả nhất mang lại sự hài lòng cho khách hàng. Law và cộng sự, (2005) đã thực hiện một nghiên cứu để xác định số lượng đặt phòng khách sạn trực tuyến trên các trang web của các cơ quan du lịch khác nhau trong khu vực. Nghiên cứu này cho rằng tính hiệu quả của trang web của các công ty du lịch sẽ ảnh hưởng đến số lượng đặt phòng trực tuyến.

CNTT đang được sử dụng ngày càng nhiều trong bộ phận lễ tân, vì nó tạo điều kiện nhanh chóng, thuận lợi và dễ dàng hơn cho công việc của nhân viên bộ phận lễ tân. CNTT được sử dụng trong các hoạt động của bộ phận lễ tân như nhận phòng và trả phòng, theo dõi đặt phòng, ghi lại chi tiêu của khách và chia sẻ thông tin của khách đến các bộ phận khác trong khách sạn. Bằng cách sử dụng CNTT, khách hàng có thể liên lạc với nhân viên lễ tân qua Internet hoặc điện thoại để đặt và xác nhận đặt phòng trong khi họ vẫn có thể ở nhà của mình mà không cần thiết phải đến trực tiếp khách sạn (Ansah và cộng sự, 2012).

#### \* **Bộ phận buồng phòng**

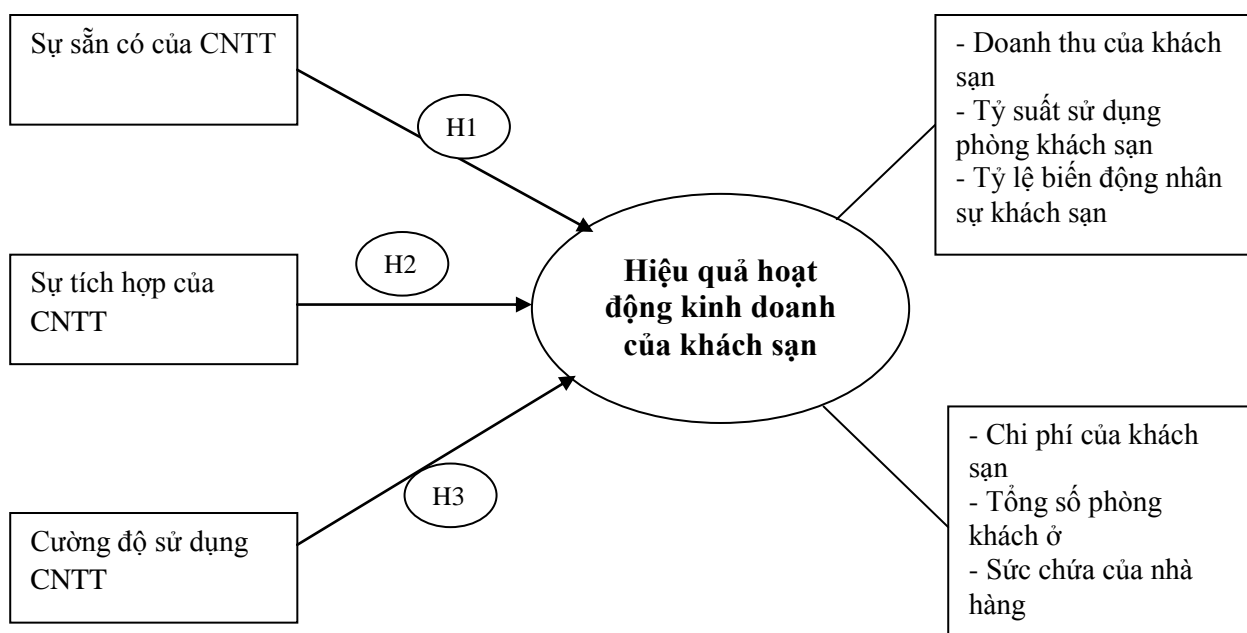
Bộ phận buồng phòng có một vai trò quan trọng và không thể thiếu trong khách sạn vì nó đóng góp tới 60% doanh thu của khách sạn. Bộ phận này không chỉ đảm bảo chất lượng của từng phòng trong khách sạn mà còn giúp duy trì và phát triển chất lượng dịch vụ phòng, từ đó giúp mang lại sự hài lòng cho khách hàng. Sigala, (2003) đã chứng minh rằng mục đích của hệ thống trạng thái buồng phòng nhằm để kết nối bộ phận đặt phòng, lễ tân và thu ngân với bộ phận buồng để tất cả các bộ phận trong khách sạn biết phòng này có trống hay không. Hệ thống máy vi tính cho phép bộ phận buồng cập nhật trạng thái phòng trực tiếp vào bộ nhớ trung tâm để bộ phận lễ tân biết được về số lượng phòng trống, cũng như tình trạng phòng được chuẩn bị cho khách (Sigala, 2003). Ý nghĩa của việc ứng dụng công nghệ này cho phép các khách sạn tận dụng thời gian của nhân viên hiệu quả hơn, tiết kiệm chi phí hơn, trong khi mối quan hệ của khách sạn với khách hàng cũng có thể được cải thiện vì khách sẽ không bị làm phiền bởi nhân viên khách sạn.

### 2.3.2. Hệ thống nhà hàng

Aziz và cộng sự, (2012) cho rằng hệ thống quản lý nhà hàng được thiết kế đặc biệt để tạo thuận lợi cho hoạt động của nhà hàng và/hoặc các cơ sở phục vụ bằng cách cho phép nhập, lưu trữ và truy xuất dữ liệu về sở thích của khách hàng. Các hệ thống này có thể bao gồm hệ thống hiển thị nhà bếp, hệ thống quản lý lao động nhà bếp và/hoặc hệ thống báo động cho các sự cố khác nhau. Các hệ thống này có thể tạo ra các báo cáo hỗ trợ việc ra quyết định quản lý, cải thiện chất lượng dịch vụ, giảm thời gian cung cấp thực phẩm, tạo dự báo giúp các nhà quản lý lên kế hoạch đặt hàng, sản xuất thực phẩm và lên lịch làm việc cho nhân viên (Aziz và cộng sự, 2012).

## 2.4. Mô hình nghiên cứu

Mô hình lý thuyết được hình thành dựa trên việc xác định sự ảnh hưởng của việc ứng dụng CNTT đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của khách sạn InterContinental Hanoi Westlake. Trên cơ sở kế thừa kết quả các công trình nghiên cứu của Sigala (2003); Sirirak và cộng sự (2011); Chevers (2015), các biến được xác định và sàng lọc trước khi đưa vào mô hình nghiên cứu, trong đó xem xét mức độ ảnh hưởng của việc áp dụng CNTT đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của khách sạn trên các khía cạnh về sự sẵn có của các thành phần CNTT, sự tích hợp của các thành phần CNTT và cường độ sử dụng các thành phần CNTT.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu dự kiến

Dựa vào mô hình nghiên cứu dự kiến, các giả thuyết được phát triển như sau:

- Giả thuyết 1: Sự sẵn có của các thành phần CNTT có tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của khách sạn.
- Giả thuyết 2: Sự tích hợp của các thành phần CNTT có tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của khách sạn.
- Giả thuyết 3: Cường độ sử dụng các thành phần CNTT có tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của khách sạn.

## 3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### 3.1. Thiết kế nghiên cứu

*Nghiên cứu định lượng:* nhằm kiểm định các giả thuyết và mô hình nghiên cứu đề xuất. Các công cụ định lượng được sử dụng trong nghiên cứu gồm phương pháp phân tích độ tin cậy thang đo, phân tích EFA, CFA và SEM. Nghiên cứu định lượng chính thức được thực hiện thông qua phiếu điều tra, khảo sát một cách trực tiếp. Nghiên cứu này được thực hiện thông qua quá trình phỏng vấn trực tiếp các nhà quản lý và các nhân viên của các bộ phận buồng phòng và nhà hàng của khách sạn InterContinental Hanoi Westlake.

### 3.2. Thu thập dữ liệu

Nghiên cứu định lượng này sử dụng khảo sát dựa trên bảng hỏi để thu thập dữ liệu (Durbarry, 2018). Bảng hỏi này bao gồm mười câu hỏi. Khảo sát này được thực hiện tại chỗ tại



khách sạn từ tháng 9 đến tháng 12 năm 2018. Có 356 bảng hỏi được phát trực tiếp tới các nhà quản lý và nhân viên của các bộ phận buồng phòng và nhà hàng của khách sạn InterContinental Hanoi Westlake; trong đó có 287 bảng hỏi được thu về, với tỷ lệ trả lời là khoảng 81%.

### 3.3. Phân tích dữ liệu

Phân tích dữ liệu được thực hiện qua các bước như sau: Bước đầu tiên là làm sạch dữ liệu. Bước này cho thấy có 32 bảng hỏi chưa đủ điều kiện; chỉ có 255 bảng hỏi phù hợp sẽ được phân tích. Sau đó dữ liệu được nhập vào phần mềm SPSS; và các phân tích sau đây được sử dụng. *Thứ nhất*, các số liệu thống kê mô tả và phân tích độ tin cậy của thang đo Cronbach alpha được thực hiện cho mỗi cấu trúc. *Thứ hai*, phân tích nhân tố khám phá (EFA) được sử dụng để loại bỏ những thang đo không có ý nghĩa hoặc không có mức độ tương quan biến tổng cao. *Thứ ba*, phân tích nhân tố khẳng định (CFA) nhằm kiểm định sự phù hợp của mô hình nghiên cứu thông qua các chỉ tiêu CFI, GFI và  $TLI \geq 0.9$  (Bentler & Bonett, 1980);  $CMIN/df \leq 2$ ; và  $RMSEA \leq 0,08$ . Cuối cùng, mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) được sử dụng thông qua phần mềm AMOS nhằm kiểm định các giả thuyết và sự phù hợp của mô hình nghiên cứu.

## 4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

### 4.1. Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu theo biến kiểm soát

Tổng số có 356 bảng hỏi được các cộng tác viên phát đến Khách sạn Continental Hanoi Westlake, phát trực tiếp cho các nhà quản lý và nhân viên của khách sạn trong thời gian 90 ngày từ 1/9/2018 đến 31/12/2018. Số phiếu trả lời nhận lại là 287 phiếu đạt tỷ lệ 81%. Sau quá trình kiểm tra, làm sạch dữ liệu còn lại 255 phiếu hợp lệ đạt 89% số phiếu thu về.

Thông qua kết quả đánh giá độ tin cậy của các thang đo trong mô hình nghiên cứu, có 03 nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh khách sạn đều có độ tin cậy  $> 0,6$ . Cụ thể:

- (1) Yếu tố sự sẵn có của các thành phần CNTT (AV) có hệ số Cronbach's Alpha là 0,906;
- (2) Yếu tố sự tích hợp của các thành phần CNTT (ING) có hệ số Cronbach's Alpha là 0,905;
- (3) Yếu tố cường độ sử dụng của các thành phần CNTT có hệ số Cronbach's Alpha là 0,891;
- (4) Yếu tố hiệu quả hoạt động kinh doanh khách sạn (HP) có hệ số Cronbach's Alpha là 0,723.

Vì vậy, các thành phần của thang đo đều có ý nghĩa thống kê và đạt hệ số tin cậy cần thiết để thực hiện phân tích EFA.

### 4.2. Đánh giá sơ bộ thang đo bằng phân tích nhân tố khám phá EFA

Kết quả kiểm định phân tích nhân tố khám phá được trình bày trong bảng 1.

*Bảng 1. Kiểm định KMO và Bartlett*

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.867
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3290.658
	df	253
	Sig.	0.000

*Nguồn: Kết quả điều tra của tác giả từ tháng 9 đến tháng 12/2018*

Hệ số KMO tính được từ mẫu điều tra là 0,867 lớn hơn 0,5. Giá trị P-value (Sig.) nhỏ hơn so với mức ý nghĩa 0,05. Có thể kết luận các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng

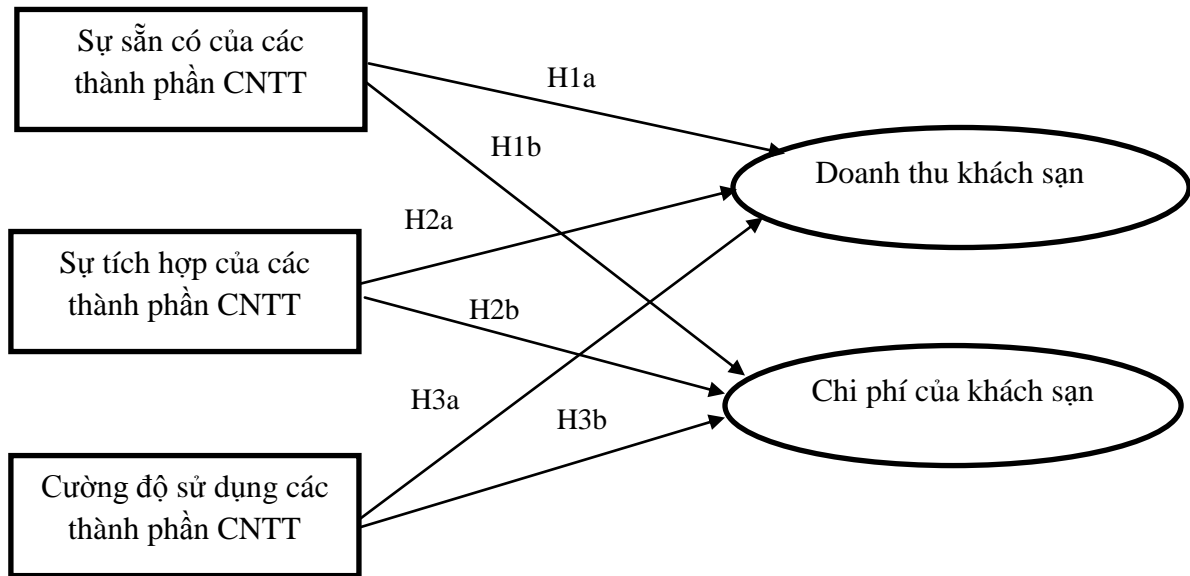
thể. Kết quả phân tích cho thấy có 04 yếu tố được trích tại eigenvalue là 1,374 và tổng phương sai trích là 61,815%, và độ tin cậy của các thang đo đều > 0,7 đạt yêu cầu. Tuy nhiên để khẳng định giá trị của các thang đo một cách cụ thể hơn đồng thời đảm bảo tính đơn nghĩa, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của các thang đo thì việc phân tích CFA là hết sức cần thiết.

Bảng 2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

Biến quan sát	Yếu tố					Cronbach's Alpha
	1	2	3	4	5	
AV8	.897					0.906
AV7	.835					
AV2	.762					
AV4	.762					
AV5	.759					
AV6	.692					
ING7		.876				0.905
ING2		.868				
ING4		.861				
ING8		.770				
ING1		.668				
INT3			.888			0.891
INT5			.823			
INT2			.820			
INT1			.743			
HP6				.825		0.833
HP9				.801		
HP5				.699		
HP7				.662		
HP1					.837	0.799
HP3					.666	
HP4					.644	
HP2					.605	

Nguồn: Kết quả điều tra của tác giả từ tháng 9 đến tháng 12/2018

Sau khi thực hiện xong phân tích EFA, các thang đo của yếu tố hiệu quả hoạt động kinh doanh khách sạn bị tách thành hai nhóm và được đặt tên tương ứng là các khoản doanh thu của khách sạn (HP01) và các khoản chi phí của khách sạn (HP02). Vì vậy, tác giả đã tiến hành hiệu chỉnh lại mô hình nghiên cứu như sau:



Hình 2. Mô hình nghiên cứu hiệu chỉnh

H1a: Sự sẵn có của các thành phần CNTT có tác động tích cực đến doanh thu từ hoạt động kinh doanh khách sạn.

H1b: Sự sẵn có của các thành phần CNTT có tác động tiêu cực đến chi phí từ hoạt động kinh doanh khách sạn.

H2a: Sự tích hợp của các thành phần CNTT có tác động tích cực đến doanh thu từ hoạt động kinh doanh khách sạn.

H2b: Sự tích hợp của các thành phần CNTT có tác động tiêu cực đến chi phí từ hoạt động kinh doanh khách sạn.

H3a: Cường độ sử dụng các thành phần CNTT có tác động tích cực đến doanh thu từ hoạt động kinh doanh khách sạn.

H3b: Cường độ sử dụng các thành phần CNTT có tác động tiêu cực đến chi phí từ hoạt động kinh doanh khách sạn.

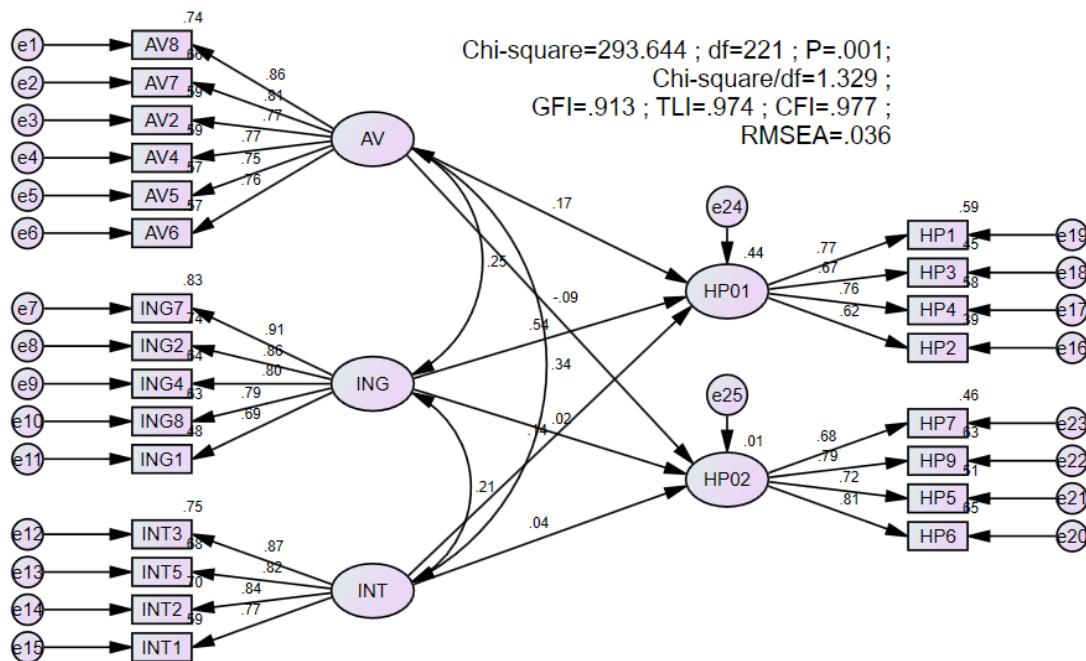
#### 4.3. Kiểm định thang đo bằng phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

Kết quả phân tích CFA thu được cho thấy: giá trị Chi-bình phương = 292,799; bậc tự do 220 với giá trị P-value = 0,001. Ngoài ra các chỉ tiêu đo lường sự phù hợp khác của mô hình đều đạt các giá trị cao (GFI = 0,914; NFI = 0,914; CFI = 0,977; IFI = 0,977; TLI = 0,973 và RMSEA = 0,036) (Bentler và Bonett, 1980). Điều này chứng tỏ rằng mô hình nghiên cứu với các thành phần giải thích cho hiệu quả hoạt động kinh doanh khách sạn phù hợp với bộ dữ liệu; các giá trị và các chỉ tiêu đo lường độ phù hợp đạt ở mức cao. Ngoài ra, kết quả phân tích nhân tố khẳng định cho thấy hệ số tải hay giá trị trọng số nhân tố chuẩn hóa đều đạt giá trị > 0,5. Kết quả này cho thấy các thang đo sử dụng trong nghiên cứu này đạt độ tin cậy và độ hội tụ cao.

#### 4.4. Kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu bằng phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM

Kết quả phân tích SEM (hình 3) cho thấy mô hình có 221 bậc tự do với giá trị thống kê Chi-bình phương là 293,644 (P-value = 0,001). Tuy nhiên khi điều chỉnh với bậc tự do CMIN/df

thì giá trị này cho thấy mô hình đạt mức thích hợp với bộ dữ liệu ( $1,329 < 2,0$ ). Hơn nữa, các chỉ tiêu đánh giá mức độ phù hợp khác đều đạt yêu cầu (TLI = 0,974; CFI = 0,977; GFI = 0,913; NFI = 0,914; IFI = 0,977; RMSEA = 0,036) (Browne và Cudek, 1992). Như vậy, mô hình nghiên cứu đề xuất phù hợp với bộ dữ liệu thu thập được.



Hình 3. Phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM 1

Bảng 3. Kết quả kiểm định mối quan hệ giữa các khái niệm trong mô hình nghiên cứu hiện chỉnh 1

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Kết quả
Doanh thu từ hoạt động kinh doanh khách sạn	← Sự sẵn có của các thành phần CNTT	.168	.038	2.494	.013	Chấp nhận
Doanh thu từ hoạt động kinh doanh khách sạn	← Sự tích hợp của các thành phần CNTT	.541	.050	6.942	***	Chấp nhận
Doanh thu từ hoạt động kinh doanh khách sạn	← Cường độ sử dụng các thành phần CNTT	.144	.049	2.149	.032	Chấp nhận
Chi phí từ hoạt động kinh doanh khách sạn	← Cường độ sử dụng các thành phần CNTT	.041	.135	.519	.604	Bác bỏ
Chi phí từ hoạt động kinh doanh khách sạn	← Sự tích hợp của các thành phần CNTT	.023	.113	.305	.761	Bác bỏ
Chi phí từ hoạt động kinh doanh khách sạn	← Sự sẵn có của các thành phần CNTT	-.086	.104	-1.091	.275	Bác bỏ

Kết quả này cho thấy có 3/6 mối quan hệ có ý nghĩa thống kê ở mức  $P < 5\%$ . Như đã đề xuất các giả thuyết H1a, H2a, H3a trong hình 2, các yếu tố sự sẵn có của các thành phần CNTT, sự tích hợp của các thành phần CNTT và cường độ sử dụng của các thành phần CNTT có tác động tích cực đến doanh thu từ hoạt động kinh doanh khách sạn. Tuy nhiên, các giả thuyết H1b, H2b, H3b có P-value = 0,604; 0,761; và 0,275 đều lớn hơn 0,05 nên không có ý nghĩa thống kê, điều này có nghĩa là các yếu tố sự sẵn có của các thành phần CNTT, sự tích hợp của các thành

phần CNTT và cường độ sử dụng của các thành phần CNTT không có tác động đến chi phí từ hoạt động kinh doanh khách sạn.

Sau khi loại bỏ các giả thuyết H1b, H2b, H3b, kết quả phân tích SEM cho thấy mô hình có 146 bậc tự do với giá trị thống kê Chi-bình phương là 213,364 (P-value = 0,000). Tuy nhiên khi điều chỉnh với bậc tự do CMIN/df thì giá trị này cho thấy mô hình đạt mức thích hợp với bộ dữ liệu (CMIN/df = 1,461 < 2,0). Hơn nữa, các chỉ tiêu đánh giá mức độ phù hợp khác đều đạt yêu cầu (TLI = 0,972; CFI = 0,976; GFI = 0,925; RMSEA = 0,043) (Browne và Cudek, 1992). Như vậy, mô hình nghiên cứu đề xuất thứ hai phù hợp với bộ dữ liệu thu thập được.

*Bảng 4. Kết quả kiểm định mối quan hệ giữa các khái niệm trong mô hình nghiên cứu hiệu chỉnh 2*

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Kết quả
Doanh thu từ hoạt động kinh doanh khách sạn	← Sự sẵn có của các thành phần CNTT	.169	.038	2.502	.012	Chấp nhận
Doanh thu từ hoạt động kinh doanh khách sạn	← Sự tích hợp của các thành phần CNTT	.541	.050	6.941	***	Chấp nhận
Doanh thu từ hoạt động kinh doanh khách sạn	← Cường độ sử dụng các thành phần CNTT	.143	.049	2.144	.032	Chấp nhận

Kết quả bảng 4 cho thấy có 3/3 mối quan hệ có ý nghĩa thống kê ở mức P < 0,05. Như đã đề xuất các giả thuyết H1a, H2a, H3a trong hình 2, các yếu tố sự sẵn có của các thành phần CNTT, sự tích hợp của các thành phần CNTT và cường độ sử dụng các thành phần CNTT đều có tác động tích cực đến doanh thu từ hoạt động kinh doanh khách sạn.

## 5. BÀN LUẬN KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ KẾT LUẬN

### 5.1. Bàn luận kết quả nghiên cứu

#### 5.1.1. Ảnh hưởng của sự sẵn có của các thành phần CNTT đến hiệu quả hoạt động kinh doanh khách sạn

Dựa vào số liệu của bảng 4, sự sẵn có của các thành phần CNTT có tác động đáng kể đến hiệu quả hoạt động kinh doanh khách sạn (giá trị p < 0,05). Điều này được hiểu là khi số lượng các thành phần CNTT của khách sạn tăng lên, thì hiệu quả hoạt động kinh doanh khách sạn cũng tăng lên. Sự sẵn có của các thành phần CNTT này không chỉ giúp cải thiện doanh thu từ việc bán phòng (bao gồm doanh thu từ việc bán dịch vụ phòng ngủ, dịch vụ điện thoại, dịch vụ giặt ủi, bán hàng lưu niệm và minibar), mà còn giúp tăng hiệu quả hoạt động của nhân viên cũng như tăng cường sự thuận tiện cho nhân viên khách sạn. Ngoài ra, sự sẵn có của các thành phần CNTT này không chỉ giúp cải thiện doanh thu từ việc kinh doanh tiệc và nhà hàng (bao gồm doanh thu từ thực phẩm, đồ uống và phí dịch vụ), mà còn cải thiện hiệu quả làm việc của nhân viên và tăng cường các luồng thông tin dịch chuyển giữa các bộ phận trong khách sạn.

#### 5.1.2. Ảnh hưởng của sự tích hợp của các thành phần CNTT đến hiệu quả hoạt động kinh doanh khách sạn

Ảnh hưởng của việc tích hợp các thành phần CNTT đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của khách sạn được thể hiện trong bảng 4. Kết quả cho thấy việc tích hợp các thành phần CNTT của khách sạn có tác động tích cực đến doanh thu của khách sạn. Sự tích hợp các thành phần

CNTT trong bộ phận buồng phòng có tác động tích cực đáng kể đến hiệu quả hoạt động kinh doanh khách sạn. Trên thực tế, nếu các nhà quản lý khách sạn đầu tư vào việc mua sắm các luồng thông tin liên quan đến nghề nghiệp của khách và mô hình đặt phòng của khách, thì họ có thể đưa ra dự báo tốt hơn về nhu cầu của khách hàng và giúp vận hành kế hoạch mua hàng được thuận tiện hơn. Do đó, nhân viên khách sạn có thể cung cấp dịch vụ nhanh chóng cho khách hàng với chi phí tối thiểu và từ đó mang lại doanh thu và lợi nhuận cho khách sạn.

Sự tích hợp của các thành phần CNTT trong bộ phận thực phẩm và đồ uống cũng có tác động đáng kể đến doanh thu của khách sạn. Điều này chỉ ra rằng sự tích hợp của các thành phần CNTT trong bộ phận thực phẩm và đồ uống sẽ giúp cải thiện hiệu quả các luồng thông tin được dịch chuyển giữa các bộ phận. Liên quan đến mức độ tích hợp giữa các thành phần CNTT, nghiên cứu này cũng chỉ ra rằng sự tích hợp của các thành phần CNTT có tác động lớn nhất đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của khách sạn; cụ thể là, sự tích hợp của các thành phần CNTT ( $r = 0,55$ ,  $p < 0,05$ ) có tác động lớn hơn so với sự sẵn có của các thành phần CNTT ( $r = 0,16$ ,  $p < 0,05$ ).

### **5.1.3. Ảnh hưởng của cường độ sử dụng các thành phần CNTT đến hiệu quả hoạt động kinh doanh khách sạn**

Ảnh hưởng của cường độ sử dụng các thành phần CNTT có tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của khách sạn, cụ thể là về doanh thu của khách sạn. Cường độ sử dụng của hệ thống phân phối toàn cầu, tình trạng đặt phòng và hệ thống buồng phòng có tác động đáng kể đến doanh thu khách sạn. Điều này cho thấy các khách sạn có cường độ sử dụng các thành phần CNTT cao hơn sẽ đạt được hiệu quả hoạt động kinh doanh lớn hơn đáng kể so với các khách sạn có cường độ sử dụng các thành phần CNTT thấp hơn. Tương tự như thế, cường độ sử dụng các trang web, hệ thống e-mail cũng như hệ thống check-in được cho là có tác động tích cực đáng kể đến doanh thu khách sạn. Nếu khách sạn có mức độ sử dụng hệ thống e-mail và trang web cao, điều đó có nghĩa là hầu hết khách hàng của khách sạn đều đặt phòng từ trang web, từ đó dẫn đến khách sạn thu được lợi nhuận cao hơn và doanh thu lớn hơn.

## **5.2. Kết luận**

*Thứ nhất*, nghiên cứu này đã kế thừa và phát triển các tiêu chí đo lường hiệu quả hoạt động kinh doanh khách sạn cũng như việc ứng dụng CNTT trong khách sạn dựa trên việc tổng quan các công trình nghiên cứu trên thế giới. Kết quả kiểm định cho thấy các thang đo này đều đạt yêu cầu về giá trị và độ tin cậy. Dựa trên tổng quan tài liệu nghiên cứu, tác giả đã đề xuất mô hình nghiên cứu nhằm đánh giá việc ứng dụng CNTT (sự sẵn có, sự tích hợp và cường độ sử dụng các thành phần công nghệ thông tin) đến hiệu quả hoạt động kinh doanh khách sạn để từ đó rút ra kết luận về mức độ tác động mạnh hay yếu của từng yếu tố đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của khách sạn InterContinental Hanoi Westlake. Như vậy, kết quả nghiên cứu này sẽ đóng góp và làm phong phú thêm các lý thuyết liên quan đến việc ứng dụng CNTT trong kinh doanh khách sạn.

*Thứ hai*, kết quả đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến mối quan hệ giữa việc ứng dụng CNTT đến hiệu quả hoạt động kinh doanh khách sạn đã chỉ ra sự tích hợp của các thành phần CNTT có tác động mạnh nhất và ảnh hưởng thuận chiều đến hiệu quả hoạt động kinh doanh khách sạn. Bên cạnh đó, sự sẵn có của các thành phần CNTT và cường độ sử dụng các thành phần CNTT cũng đều có tác động thuận chiều đến hiệu quả hoạt động kinh doanh khách sạn. Kết quả này góp phần giúp các nhà quản lý khách sạn hiểu được những lợi thế và tiềm năng của việc sử dụng CNTT trong các doanh nghiệp khách sạn và dành nhiều thời gian và nỗ lực hơn nữa để có thể tận dụng các công nghệ mới. Vì vậy, việc kiểm soát mức độ ảnh hưởng của các yếu tố trên đến hiệu quả hoạt động kinh doanh khách sạn là điều kiện bắt buộc để các doanh nghiệp khách

sản cải thiện hiệu quả hoạt động kinh doanh và nâng cao khả năng cạnh tranh chiến lược của doanh nghiệp.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ansah, A.K., Blankson, V.S. and Kontoh, M. (2012). The use of Information and Communication Technologies (ICT) in front office operations of chain hotels in Ghana. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 3(3), 72-77.
2. Aziz, A.A., Bakhtiar, M., Syaquif, M., Kamaruddin, Y. and Ahmad, N. (2012). Information and communication technology application's usage in hotel industry. *Journal of Tourism, Hospitality, and Culinary Arts*, 4(2), 34-48.
3. Ham, S., Kim, W.G. and Jeong, S. (2005). Effect of information technology on performance in upscale hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 24(2), 281-294.
4. Law, R. and Jogaratnam, G. (2005). A Study of Hotel Information Technology Applications. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(2), 170-180.
5. Law, R., Leung, R. and Buhalis, D. (2009). Information technology applications in hospitality and tourism: A review of publications from 2005 to 2007. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 26(5-6), 599-623.
6. Sigala, M. (2003). The information and communication technologies productivity impact on the UK hotel sector. *International Journal of Operation and Production Management*, 23(10), 1224-1245.
7. Siguaw, J.A., Enz, C.A. and Namasivayam, K. (2000). Adoption of information technology in U.S. hotels: Strategically driven objectives. *Journal of Travel Research*, 39(2), 192-201.
8. Sirirak, S., Islam, N. and Khang, D.B. (2011). Does ICT adoption enhance hotel performance?. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 2(1), 34-49.

## EFFECTS OF INFORMATION TECHNOLOGY ON EFFICIENCY OF HOTEL BUSINESS - RESEARCH AT INTERCONTINENTAL HOTEL HANOI WESTLAKE

**Tran Thi Huyen Trang**  
*National Economics University*

### Abstract

Information technology (IT) is applied in hotel business activities with the aim of improving business efficiency and enhancing the strategic competitiveness of businesses. To deal with the complicated and dynamic business environment, businesses need to have acceptance and continuity innovation in the deployment of new technologies. The study uses the model analysis method of SEM linear structure to test the impact of IT application on hotel business efficiency on three aspects: the availability of IT components; integration of IT components; and the intensity of using IT components.

### Keywords

Information technology, efficiency of hotel business activities.

## PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở VÙNG TRUNG DU MIỀN NÚI PHÍA BẮC: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

Nguyễn Tùng Linh, Phạm Thái Thủy,  
Lê Thị Thanh Thủy  
Trường Đại học Hùng Vương

### Tóm tắt

Hiện nay, người dân bản địa ở khu vực miền núi phía Bắc, đặc biệt là cộng đồng các dân tộc ít người đang tích cực tham gia vào hoạt động phát triển du lịch cộng đồng (DLCD) với nhiều loại hình dịch vụ đa dạng. DLCD góp phần tích cực vào việc bảo tồn, gìn giữ các giá trị văn hóa truyền thống, tăng thu nhập cho hộ nông dân và hướng tới các giá trị bền vững. Với hình thức DLCD, khách du lịch không chỉ được ở cùng người dân, mà còn được trải nghiệm cuộc sống, tìm hiểu phong tục tập quán và các nét văn hóa độc đáo, nhiều màu sắc của các dân tộc ít người ở vùng núi phía Bắc. Điều này đem đến những trải nghiệm du lịch thú vị cho nhiều khách du lịch, đặc biệt là khách du lịch quốc tế. Bên cạnh đó, quá trình phát triển DLCD tại khu vực này còn bộc lộ nhiều khó khăn và hạn chế dẫn tới sự phát triển thiếu bền vững. Bài viết này tập trung vào việc xác định cụ thể những hạn chế nêu trên và đề xuất một số giải pháp phù hợp hướng tới sự phát triển DLCD một cách bền vững, có trách nhiệm và thu hút được nhiều sự tham gia của người dân tộc thiểu số.

### Từ khóa

Du lịch cộng đồng, phát triển kinh tế - xã hội, miền núi phía Bắc, Việt Nam.

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Những năm gần đây, DLCD là xu hướng phát triển tương đối mạnh với nhiều hình thức phong phú. Một số địa phương thuộc khu vực Trung du miền núi phía Bắc xây dựng được những mô hình thành công như: Phú Thọ, Lào Cai, Hòa Bình, Sơn La, Hà Giang, Yên Bái, Bắc Kạn, Cao Bằng... Để phát triển du lịch dựa vào cộng đồng thì mỗi địa phương cần tìm ra những nét độc đáo, huy động cộng đồng cùng tham gia, tạo nên những sản phẩm mà ở đó du khách được trải nghiệm cuộc sống hằng ngày của cộng đồng, được thụ hưởng, cảm nhận những giá trị văn hóa bản địa đặc sắc. Mô hình này giúp đề cao, khuyến khích sự tham gia của cộng đồng dân cư vào hoạt động du lịch, nhằm giúp du khách có thêm hiểu biết và tình yêu đối với văn hóa, môi trường, phong tục, nếp sống... của người dân. Bên cạnh việc phát huy, quảng bá, bảo tồn những nét đẹp văn hóa bản địa, hoạt động DLCD góp phần giúp người dân tạo thêm việc làm, cải thiện thu nhập, đa dạng sinh kế cho người dân tộc tại các vùng miền, quảng bá hình ảnh của địa phương.

Mặc dù việc phát triển các sản phẩm DLCD là phù hợp xu thế và số du khách tìm đến các sản phẩm du lịch này ngày càng tăng, nhưng thực tế, DLCD ở Việt Nam vẫn mang tính tự phát, chưa được tổ chức bài bản, chưa đi vào thực chất. Hình thức hoạt động mới chỉ mang ý nghĩa tham quan, ít đạt được mục đích nâng cao nhận thức, giáo dục môi trường và cảm nhận nét đặc sắc trong văn hóa của cộng đồng bản địa. Ở một số địa phương do quá chú trọng đến yếu tố phát triển kinh tế nên tổ chức còn hiện tượng chộp giật, chuyển quá nhanh sang dịch vụ du lịch khiến chất lượng dịch vụ thấp, thiếu sự tham gia của người dân. Bên cạnh đó, người làm du lịch chưa chú trọng đến vấn đề duy trì bền vững hoạt động này, phá vỡ cấu trúc văn hóa vốn có, các dịch



vụ du lịch tự phát thiếu quy hoạch dẫn tới tổn hại về mặt kinh tế - xã hội và môi trường. Từ đó, ảnh hưởng đến hình ảnh của DLCĐ khu vực Trung du miền núi phía Bắc nói riêng và hình ảnh du lịch Việt Nam nói chung. Vì thế, để DLCĐ phát triển, điều quan trọng nhất vẫn là cộng đồng của từng địa phương phải ý thức sâu sắc về giá trị đặc sắc của văn hóa, địa phương mình, từ đó truyền tải đến du khách những giá trị này bằng tình yêu, sự tôn trọng và niềm tin. Phát triển DLCĐ thì phải có trách nhiệm với xã hội và vai trò quản lý của Nhà nước và sự tham gia của chính quyền địa phương.

Đề cập đến vấn đề này, đã có không ít các bài báo, nghiên cứu của nhiều tác giả trong và ngoài nước. Tuy nhiên, vấn đề mà nhóm tác giả muốn đề cập trong bài viết này là thực trạng về DLCĐ hiện nay; các sản phẩm du lịch đã, đang và sẽ khai thác để tạo hiệu ứng cao trong ngành Du lịch; thống kê các địa danh nổi tiếng về du lịch; đưa ra nhìn nhận thực tế về những mặt đạt được và hạn chế của DLCĐ... Mặt khác, vẫn còn tồn tại những khoảng trống trong nghiên cứu đặc biệt là việc tháo bỏ các vướng mắc đang hạn chế DLCĐ như: tăng cường sự tham gia của người dân, cơ chế chia sẻ lợi ích và phát triển DLCĐ theo chuỗi, tăng cường hợp tác giữa các địa phương để liên kết sản phẩm DLCĐ. Cần phối hợp nghiên cứu, hướng dẫn người dân bản địa xây dựng sản phẩm hấp dẫn, không trùng lặp, bảo đảm vấn đề giữ gìn cảnh quan, môi trường, tránh tình trạng chộp giật, phá hủy dần những nét văn hóa bản địa đặc sắc. Muốn hạn chế tình trạng phát triển tự phát về DLCĐ như hiện nay, nhất thiết phải có quy hoạch cụ thể và rõ ràng, tăng cường chức năng quản lý nhà nước nhằm hướng dẫn, tạo điều kiện cho người dân làm đúng và hiệu quả hình thức du lịch này...

## 2. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

### 2.1. Tổng quan du lịch cộng đồng ở Việt Nam

#### 2.1.1. Một số khái niệm

Có nhiều cách hiểu khác nhau về du lịch, sau đây là một số quan niệm về du lịch dựa trên các cách tiếp cận phổ biến.

Du lịch là một hiện tượng: Trước thế kỷ thứ XIX đến tận đầu thế kỷ XX du lịch hầu như vẫn được coi là đặc quyền của tầng lớp giàu có, quý tộc và người ta chỉ coi đây như một hiện tượng cá biệt trong đời sống kinh tế - xã hội. Trong thời kỳ này người ta coi du lịch như là một hiện tượng xã hội góp phần làm phong phú thêm cuộc sống và nhận thức của con người. Đó là hiện tượng con người rời khỏi nơi cư trú thường xuyên của mình để đến một nơi xa lạ vì nhiều mục đích khác nhau ngoại trừ mục đích kiếm tiền, kiếm việc làm và ở đó họ phải tiêu tiền mà họ đã kiếm được ở nơi khác.

Du lịch là tổng hợp các hiện tượng và các mối quan hệ nảy sinh từ việc đi lại và lưu trú của những người ngoài địa phương - những người không có mục đích định cư và không liên quan tới bất cứ hoạt động kiếm tiền nào. Với quan niệm này du lịch mới chỉ giải thích ở hiện tượng đi du lịch, tuy nhiên đây cũng là một khái niệm làm cơ sở để xác định người đi du lịch và là cơ sở để hình thành cầu về du lịch sau này. Du lịch là một hoạt động: Theo Mill và Morrison “*Du lịch*” là hoạt động xảy ra khi con người vượt qua biên giới một nước, hay ranh giới một vùng, một khu vực để nhằm mục đích giải trí hoặc công vụ và lưu lại tại đó ít nhất 24 giờ nhưng không quá một năm. Như vậy, có thể xem xét du lịch thông qua hoạt động đặc trưng mà con người mong muốn trong các chuyến đi. Du lịch có thể được hiểu “*là hoạt động của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm thỏa mãn nhu cầu tham quan, giải trí, nghỉ dưỡng trong một thời gian nhất định*”.

Theo trang “<https://vi.wikipedia.org>” định nghĩa: *cộng đồng* là một nhóm xã hội của các cơ thể sống chung trong cùng một môi trường thường là có cùng các mối quan tâm chung. Trong cộng đồng người đó là kế hoạch, niềm tin, các mối ưu tiên, nhu cầu, nguy cơ và một số điều kiện khác có thể có và cùng ảnh hưởng đến đặc trưng và sự thống nhất của các thành viên trong cộng đồng. Theo Fichter cộng đồng bao gồm 4 yếu tố sau: (1) tương quan cá nhân mật thiết với nhau, thẳng thắn chân tình, trên cơ sở các nhóm nhỏ kiểm soát các mối quan hệ cá nhân; (2) sự liên hệ chặt chẽ với nhau về tình cảm khi cá nhân thực hiện được các công việc hoặc nhiệm vụ cụ thể; (3) sự hiến dâng về mặt tinh thần hoặc dần dần thực hiện các giá trị xã hội được cả xã hội ngưỡng mộ; (4) ý thức đoàn kết tập thể. Cộng đồng được hình thành trên cơ sở các mối liên hệ giữa cá nhân và tập thể dựa trên cơ sở tình cảm là chủ yếu; ngoài ra còn có các mối liên hệ tình cảm khác.

DLCĐ là loại hình du lịch được phát triển trên cơ sở các giá trị văn hóa của cộng đồng, do cộng đồng dân cư quản lý, tổ chức khai thác và hưởng lợi (Luật Du lịch 2017). Cá nhân, hộ gia đình nơi phát triển DLCĐ được ưu đãi, khuyến khích cung cấp dịch vụ lưu trú, ăn uống; hướng dẫn khách du lịch tham quan, trải nghiệm văn hóa, nếp sống tại cộng đồng; sản xuất hàng hóa, hàng thủ công truyền thống và các dịch vụ khác phục vụ khách du lịch. Tổ chức, cá nhân khai thác, phát triển DLCĐ có trách nhiệm tôn trọng văn hóa, nếp sống và chia sẻ lợi ích từ hoạt động du lịch với cộng đồng.

Hiện nay, DLCĐ đang được coi là loại hình du lịch mang lại nhiều lợi ích phát triển kinh tế bền vững nhất cho người dân bản địa. DLCĐ không chỉ giúp người dân bảo vệ tài nguyên môi trường sinh thái, mà còn là dịp để bảo tồn và phát huy những nét văn hóa độc đáo của địa phương, tạo ra giá trị kinh tế một cách bền vững.

### **2.1.2. Đặc điểm của du lịch cộng đồng**

DLCĐ là một loại du lịch còn khá mới mẻ ở Việt Nam, loại hình du lịch này rất được quan tâm và chú ý phát triển trong những năm gần đây. DLCĐ được coi là hướng đi tốt ở Việt Nam, đặc biệt là ở vùng nông thôn, vùng núi, nơi có đồng bào dân tộc thiểu số sinh sống. Hoạt động này có những đặc điểm chủ yếu như sau:

*Một là*, DLCĐ gắn liền với đời sống nhân dân, hoạt động du lịch sẽ từng bước cải thiện cuộc sống, tạo sinh kế mới, tạo thêm công việc cho nhân dân. Đảm bảo sự vận hành nền kinh tế lâu dài ổn định, cung cấp các lợi ích kinh tế - xã hội đến tất cả những người có liên quan nhằm phân bổ công bằng.

*Hai là*, cộng đồng dân cư là những người được tham gia ngay từ đầu, từ khâu nghiên cứu, lập kế hoạch phát triển, triển khai các hoạt động du lịch, cung cấp các sản phẩm du lịch dịch vụ cho khách du lịch. Họ giữ vai trò chủ đạo phát triển và duy trì các dịch vụ. Hoạt động này tính đến hiệu quả và sự điều tiết của các quy luật kinh tế thị trường, sự hướng dẫn và quản lý của Nhà nước.

*Ba là*, hình thức du lịch dựa vào các tài nguyên thiên nhiên và bản sắc văn hóa địa phương để khai thác phục vụ khách du lịch, nhằm mang lại thu nhập cho cộng đồng trên cơ sở bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc. Sử dụng tối ưu nguồn môi trường, duy trì các tiến trình sinh thái học chủ yếu và giúp bảo tồn nguồn tự nhiên và hệ sinh thái được thừa hưởng. Khía cạnh xác thực nền văn hóa - xã hội của cộng đồng địa phương, đảm bảo họ đã xây dựng, kế thừa văn hóa và giá trị truyền thống, đồng thời góp phần vào sự hiểu biết và thông cảm đối với các nền văn hóa khác nhau.

### 2.1.3. Những nhân tố ảnh hưởng đến du lịch cộng đồng

Dựa trên những tổng quan, khái niệm và đặc điểm của DLCĐ, và kết quả của nhiều nghiên cứu trong lĩnh vực này, nhóm tác giả đưa ra sơ đồ về các nhân tố ảnh hưởng đến DLCĐ (xem sơ đồ 1).



Sơ đồ 1: Những nhân tố ảnh hưởng của du lịch cộng đồng

(Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả, 2019)

- Vị trí địa lý: đối với hoạt động DLCĐ, địa hình của một vùng đóng vai trò vô cùng quan trọng với việc thu hút khách du lịch. Ví dụ như: Địa hình vùng đồng bằng tương đối đơn điệu về ngoại cảnh nhưng là nơi tập trung tài nguyên du lịch nhân văn, đặc biệt là các di tích lịch sử văn hóa và là nơi hội tụ các nền văn minh của loài người. Địa hình đồi thường tạo ra không gian thoáng đãng, tập trung dân cư tương đối đông đúc, có những di tích khảo cổ và tài nguyên văn hóa, lịch sử độc đáo tạo khả năng phát triển loại hình du lịch tham quan theo chuyên đề. Địa hình núi có ý nghĩa lớn nhất đối với phát triển du lịch, đặc biệt là khu vực thuận lợi cho tổ chức du lịch mùa đông và các loại hình du lịch thể thao...

- Tài nguyên thiên nhiên: DLCĐ là một xu hướng du lịch tương đối phát triển. Theo đó, những khu vực còn giữ được sự cân bằng và đa dạng sinh thái, cũng là đang nắm giữ một lợi thế đặc biệt to lớn về du lịch, có thể thu hút nguồn khách lớn, lâu dài và ổn định.

- Tài nguyên nhân văn: tiềm năng du lịch nhân văn là đối tượng và hiện tượng văn hóa lịch sử do con người sáng tạo ra trong đời sống. So với tiềm năng du lịch tự nhiên, tiềm năng du lịch nhân văn có tác dụng nhận thức nhiều hơn, giá trị giải trí là thứ yếu. Tiềm năng du lịch nhân văn thường tập trung ở các thành phố lớn, là đầu mối giao hông và là nơi tập trung cơ sở vật chất phục vụ du lịch. Ngày nay, việc phát huy các thế mạnh về tiềm năng du lịch nhân văn để phát triển du lịch được Nhà nước quan tâm. Việc phát triển du lịch nhân văn là cách để giáo dục lòng yêu nước, nhận thức trách nhiệm bảo vệ tài sản công của quốc gia, quảng bá về hình ảnh của đất nước ra thế giới.

- Cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật như: hạ tầng về giao thông (đường thủy, đường bộ, đường hàng không), cơ sở vật chất nơi lưu trú, cơ sở vật chất khu giải trí, dịch vụ... Cần được cải thiện, quy hoạch và quản lý đồng bộ, đạt tiêu chuẩn nhất định để thu hút khách du lịch trong và ngoài nước.

- Sự tham gia của cộng đồng dân cư: trong mô hình DLCĐ luôn đề cao vai trò của người dân bản địa. Người dân phải thực sự là chủ nhân có quyền tham gia các hoạt động du lịch và phải được hưởng lợi từ các hoạt động du lịch. Các doanh nghiệp cần phải chia sẻ quyền lợi cho cộng đồng các dân tộc thiểu số thông qua hệ thống các dịch vụ thuộc cộng đồng như nhà nghỉ của người dân (homestay), bán sản phẩm đồ thủ công, cung cấp dịch vụ ăn uống, đi lại...

- Thể chế, chính sách: muốn phát triển DLCĐ trước tiên phải có sự quan tâm của các ngành, các cấp từ trung ương tới địa phương, phải được thể chế hóa, cụ thể hóa thành các văn bản quy phạm pháp luật và phải được hoàn thiện theo tình hình thực tế. Cần phải có các chính sách phát triển kinh tế xã hội phù hợp, trong đó xác định du lịch là một ngành kinh tế mũi nhọn, mang nội dung văn hóa sâu sắc, có tính liên ngành, liên vùng và xã hội hóa cao, đóng góp cho sự tăng trưởng kinh tế xã hội và góp phần xóa đói giảm nghèo đảm bảo an sinh xã hội.

#### **2.1.4. Du lịch cộng đồng tại Việt Nam hiện nay**

Việt Nam là một nước nông nghiệp với khoảng 65% dân số sống ở nông thôn và chủ yếu làm nghề nông nghiệp. Cộng đồng dân cư chủ yếu sống ở làng và làm việc trên cánh đồng, cánh rừng, đồi, bãi biển và mặt biển. Có thể nói, nơi sinh sống của cộng đồng dân cư ở đây rất giàu tài nguyên du lịch không chỉ về tự nhiên mà cả về nhân văn, nhưng tỷ lệ nghèo đói của người dân ở khu vực này vẫn ở mức cao nhất của cả nước.

Trong những năm qua, cùng với chủ trương xóa đói, giảm nghèo của Nhà nước ngành Du lịch tập trung nghiên cứu và tổ chức thực hiện các loại hình DLCĐ ở nông thôn. Đó là các loại hình du lịch sinh thái, du lịch làng nghề, du lịch làng cổ... Các điểm đến du lịch này đã góp phần không nhỏ vào sự phát triển du lịch của đất nước trong những năm qua. Nhiều điểm đến du lịch đã nổi tiếng đối với khách du lịch trong nước và nước ngoài. Đó là Bản Lác (Mai Châu, Hòa Bình), làng gốm Bát Tràng (Hà Nội), Xuân Sơn (Phú Thọ), Bắc Hà (Lào Cai), Mù Cang Chải (Yên Bái),... Bên cạnh việc tìm hiểu nếp sống, tập quán và du khách được trực tiếp tham gia vào các hoạt động phát triển kinh tế đặc thù của địa phương.

Có thể nói, những địa điểm này phát triển DLCĐ đã giải quyết rất nhiều vấn đề về kinh tế và xã hội như: tạo ra nhiều việc làm cho người lao động, tạo ra thu nhập cho người dân, khôi phục các nghề thủ công truyền thống làm ra các sản phẩm lưu niệm bán cho khách. Phát triển chăn nuôi gia súc, gia cầm, thủy, hải sản, tăng cường trồng trọt chuyên canh để tạo ra nhiều rau, củ, quả, hoa,... phục vụ phát triển du lịch theo hình thức “xuất khẩu tại chỗ”, mang lại hiệu quả kinh tế cao.

Số du khách đến thăm các điểm du lịch tự nhiên, tìm hiểu cuộc sống của cộng đồng dân cư ở Việt Nam ngày càng tăng, nhưng vẫn thường mang tính tự phát, chưa được tổ chức bài bản và chưa đi vào thực chất. Các hình thức hoạt động của loại hình du lịch này mới chỉ mang ý nghĩa tham quan, khám phá môi trường tự nhiên, ít đạt được mục đích nâng cao nhận thức, giáo dục môi trường và cảm nhận nét đặc sắc, cái hay, cái đẹp trong văn hóa của cộng đồng bản địa. Cộng đồng địa phương có cơ hội thụ hưởng các lợi ích kinh tế từ việc cung ứng các dịch vụ du lịch dựa trên các giá trị về tự nhiên và văn hóa xã hội tại khi vực cộng đồng địa phương sinh sống. Điều

này không chỉ góp phần bảo vệ và phát huy những giá trị văn hóa vốn có mà còn giúp người dân phát triển kinh tế trên mảnh đất quê hương.

*Bảng 1: Tổng thu từ khách du lịch giai đoạn 2010-2018*

Năm	Tổng thu từ khách du lịch (nghìn tỷ đồng)	Tốc độ tăng trưởng (%)	Năm	Tổng thu từ khách du lịch (nghìn tỷ đồng)	Tốc độ tăng trưởng (%)
2000	17,40	-	2010	96,00	41,2
2001	20,50	17,8	2011	130,00	35,4
2002	23,00	12,2	2012	160,00	23,1
2003	22,00	-4,3	2013	200,00	25,0
2004	26,00	18,2	2014	230,00	15,0
2005	30,00	15,4	2015	337,83	46,9
2006	51,00	70,0	2016	400,00	18,4
2007	56,00	9,8	2017	510,90	27,5
2008	60,00	7,1	2018	620,00	21,4
2009	68,00	13,3	-	-	-

*(Nguồn: Tổng cục du lịch, 2019)*

Nhìn vào bảng thống kê thấy rõ được tốc độ tăng trưởng chung của ngành Du lịch nước ta, trong đó DLCĐ góp phần không nhỏ. Từ năm 2000, tổng thu từ khách du lịch là 17,4 nghìn tỷ đồng, sau 18 năm phát triển đến 2018 tổng thu từ khách du lịch là 620 nghìn tỷ đồng, tốc độ tăng trưởng bình quân cả giai đoạn đạt 21% (cao gấp 3 lần tốc độ phát triển chung của nền kinh tế trong cả giai đoạn). Kết quả này là sự cố gắng đóng góp không nhỏ từ người dân, địa phương và Chính phủ nước ta trong quá trình phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn trong giai đoạn tới.

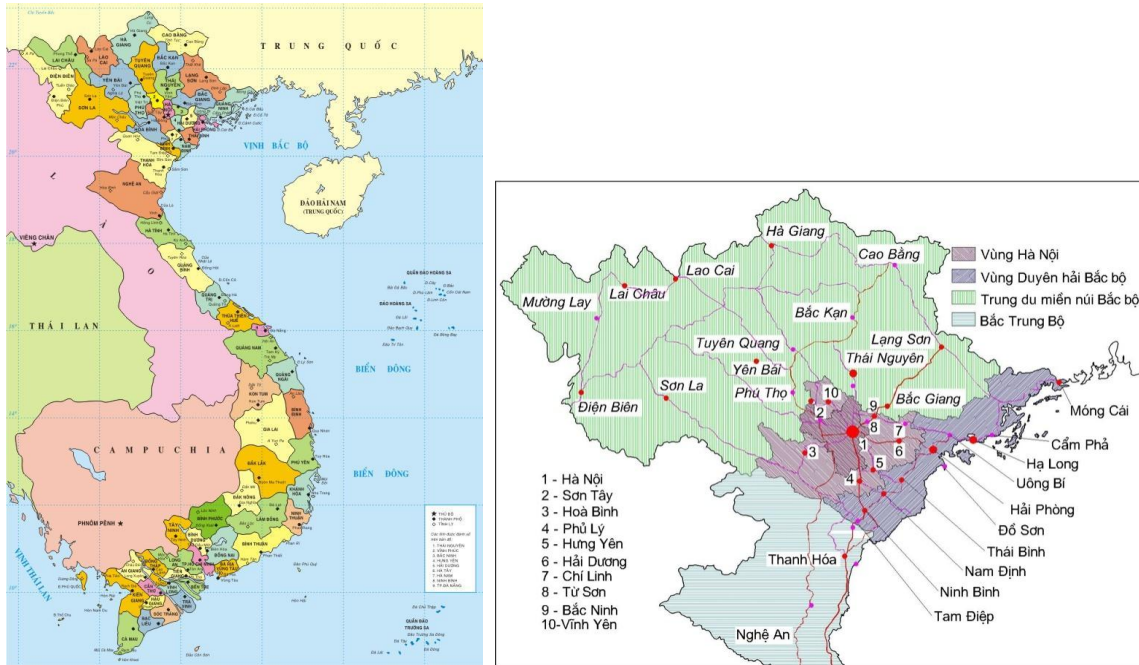
## **2.2. Thực trạng phát triển du lịch cộng đồng khu vực Trung du miền núi phía Bắc**

### **2.2.1. Thực trạng phát triển du lịch cộng đồng**

Khu vực trung du miền núi phía Bắc có khá nhiều địa danh nổi tiếng với nhiều khách du lịch trên cả nước bởi đây là vùng đất có nguồn tài nguyên du lịch tự nhiên phong phú và các phong tục tập quán của đồng bào dân tộc thiểu số rất đa dạng. Một số địa điểm du lịch trong khu vực này (xem bảng 2).

- Đèo Pha Đin cũ (Lai Châu); đỉnh Pu Ta Leng 3.096m, đỉnh Pu Si Lung 3.076m, đỉnh Bạch Mộc Lương Tử 3.045m (Lai Châu);
- Đèo Khâu Phạ (Yên Bái); Cao Phạ, Mù Căng Chải (Yên Bái);
- Đèo Ô Quy Hồ (Lào Cai); Chinh phục các đỉnh núi cao (đỉnh Fansipan 3.143m (Lào Cai); Sa Pa (Lào Cai);
- Đỉnh Tà Xùa - Trạm Tấu 2.865m (Sơn La); Chiềng Hặc, Yên Châu (Sơn La);
- Chinh phục các điểm “cực của Tổ quốc” (cột cờ Lũng Cú, điểm Cột mốc số 0 - A Pa Chải, Cột mốc số 92, Lũng Pô - Y Tý, Bát Xát); Mía Xu, Mèo Vạc (Hà Giang); hoạt động bơi thuyền ngược sông Nho Quế, Mèo Vạc (Hà Giang); Đèo Mã Pì Lèng, dốc Chín Khoanh, Cua M (Hà Giang);

- Thể thao mạo hiểm (lượn dù, vượt thác) (tổ chức hoạt động dù lượn ở: Chí Đạo, Lạc Sơn (Hòa Bình));
- Vườn quốc gia Xuân Sơn (Tân Sơn, Phú Thọ);
- Khu di tích Pác Bó (xã Trường Hà, huyện Hà Quảng, tỉnh Cao Bằng);
- Vườn quốc gia Ba Bể (tỉnh Bắc Kạn).



Biểu đồ 1: Bản đồ Việt Nam (trái) và khu vực Trung du miền núi phía Bắc

Nguồn: <http://bandohanhchinh.com/>

Nếu như trước đây, đồng bào dân tộc thiểu số dệt vải, làm đồ thủ công, tăng gia sản xuất để phục vụ nhu cầu gia đình thì nay họ khôi phục cồng làng nghề truyền thống và phát triển các sản phẩm du lịch hấp dẫn. Có thể kể đến như khôi phục nghề thủ công truyền thống ở Lào Cai, Yên Bái; khơi dậy dịch vụ tắm lá thuốc của người Dao; khai thác nhà ở thành nhà nghỉ cộng đồng ở Hà Giang; gắn kết nghệ thuật biểu diễn trở thành sản phẩm du lịch ở Mai Châu, Sa Pa (múa khèn của dân tộc H'Mông, múa chuông của dân tộc Dao, tính tẩu của dân tộc Thái...).

Bên cạnh đó, nhiều hộ dân đã cải tạo, tu sửa ngôi nhà của mình thành nhà nghỉ cộng đồng phục vụ du khách (homestay). Ngoài việc giữ nguyên kiến trúc và khuôn viên của ngôi nhà truyền thống, người dân còn đầu tư trang trí nội thất và đảm bảo điều kiện vệ sinh. Nhờ vậy, loại hình lưu trú homestay đã trở nên hấp dẫn và thu hút đông du khách. Có thể kể đến Điểm DLCĐ xóm Pom Coọng (Xóm Pom Coọng, thị trấn Mai Châu, huyện Mai Châu, Hòa Bình), cụm homestay Tả Van Giáy 1 (Làng Tả Van Giáy, xã Tả Van, huyện Sa Pa, Lào Cai), cụm homestay xã Mai Hịch (Xóm Hịch 2, xã Mai Hịch, huyện Mai Châu, Hòa Bình) và Dao homestay (Thôn Nậm Đăm, xã Quán Bạ, Hà Giang) là những khu DLCĐ tiêu biểu.

Bảng 2: Tổng hợp các cơ sở kinh doanh lưu trú (homestays) ở khu vực Trung du miền núi phía Bắc

STT	Tỉnh	Số Lượng	Tên các cơ sở kinh doanh
1	Phú Thọ	5	Lâm homestay, Quỳnh Nga homestay, Areca homestay, Kỳ Tâm homestay, Sen homestay.
2	Tuyên Quang	4	Hoàng Tuấn homestay, Lâm Bình homestay, homestay Nà Tông, homestay Nậm Đíp.

STT	Tỉnh	Số Lượng	Tên các cơ sở kinh doanh
3	Yên Bái	6	Mù Cang Chải Ecolodge, homestay Hồng Nhung, homestay Phương Luật, homestay Suối Kim, homestay Bình Nga, Hello Mu Cang Chai homestay.
4	Hà Giang	6	Tày homestay, Chung Thúy homestay, homestay DAO LODGE, Du Già homestay, homestay Aubere De Mèo Vạc, Lô Lô homestay Mèo Vạc.
5	Hòa Bình	25	Eco homestay, homestay Đà Bắc, Hoa Ban homestay, Little Mai Châu homestay, Ume Mai Châu Eco homestay, Linh Sôi homestay, Lu's homestay, homestay Bảo Quyên, Thoa Nhut homestay, Tú Điệp homestay, Tuần Tú homestay, homestay No 2 Pom Coong, Zostay homestay, Zostay homestay, homestay Trường Huy, Đoàn Kiên homestay, Bản Bước homestay, Thúy Nghĩa homestay, Thuyết Nhung homestay, Quế homestay, homestay Ha Tinh, Hiếu Hợi homestay, homestay Hương Sơn, homestay Quý Anh, Thuận Châu homestay.
6	Cao Bằng	9	Primrose homestay Cao Bằng, Yên Nhi homestay, Cao Bằng Eco homestay, Khuổi Ky homestay, Mr. Kim homestay, Green Dor Bản Giốc, Quây Sơn homestay, homestay Kieu Chinh, Mr Điệp homestay.
7	Lào Cai	4	Opal House Mường Hoa, Sapa Clay House, Chapi homestay Sapa, ArtHouse Sapa.
8	Bắc Kan	7	Minh Quang homestay, Thái An homestay, Hoàng Chuyển homestay, Quỳnh Mai homestay, homestay Hoa Sơn, homestay Hồng Sơn, Duy Linh homestay.
9	Điện Biên	3	Bản Văn Hóa Pe Luông - homestay bản làng Điện Biên, Bản văn hóa Phiêng Lơi - homestay Điện Biên, homestay Điện Biên bản văn hóa Co My.
10	Lai Châu	14	Vàng Văn Ban homestay, Lò Văn Sâu homestay, Chang A Chinh homestay, Lò Thị Đối homestay, Nông Văn Quyết homestay, Hảng A Sà homestay, Lò Văn Đầu homestay, Vàng A Dế homestay, Vàng A Lai homestay, Vàng A Chinh homestay, Bà Sánh homestay, Sùng A Sinh homestay, Vàng Thị Khen homestay, homestay Xa Cha.

*Nguồn: Số liệu điều tra tháng 8/2019*

Các loại hình DLCĐ ở khu vực Trung du miền núi phía Bắc gắn với làng nghề, du lịch gắn với UNESCO công nhận, du lịch gắn với vườn quốc gia Ba Bể, Đền Hùng,... Lợi ích của DLCĐ trên địa bàn tỉnh qua khảo sát một số khu du lịch đó đã góp phần tạo thu nhập, việc làm, cơ hội kinh doanh cho người trẻ, đồng bào dân tộc, đa dạng hóa hoạt động kinh tế, bảo tồn văn hóa và di sản nông thôn, tăng cường lượng hàng thủ công bán ra, bảo tồn tài nguyên,...

Trong các sản phẩm du lịch này, người dân địa phương trực tiếp tham gia cung ứng sản phẩm du lịch và hướng dẫn du khách trải nghiệm. Do vậy, hoạt động này góp phần tiếp nối truyền thống, giữ gìn bản sắc dân tộc và cũng là một nguồn thu nhập tiềm năng cho cộng đồng địa phương.

## **2.2.2. Tác động của du lịch cộng đồng đến các khía cạnh kinh tế - xã hội - môi trường**

### **a. Tác động đến kinh tế**

DLCĐ đang phát triển mạnh mẽ, trở thành một ngành kinh tế quan trọng ở nước ta. Ở miền núi phía Bắc, DLCĐ phát triển trở thành tài sản nguồn lực tạo nên sản phẩm du lịch. Một số tộc người ở miền Bắc có điều kiện thuận lợi là nằm trong vùng trọng điểm du lịch quốc gia, lượng du khách đến với các bản làng hằng năm rất đông.

Phát triển DLCĐ mang lại lợi ích cho người dân địa phương. Trong đó, cộng đồng dân cư tại địa phương tham gia DLCĐ với tư cách vừa là nhà tổ chức, vừa là người hưởng thụ, lại vừa chủ động cung cấp các dịch vụ như nhà nghỉ, phương tiện vận chuyển, phục vụ ăn uống, bán hàng lưu niệm, hỗ trợ du khách... Cùng với du khách, người dân là đối tượng được thụ hưởng những lợi ích hữu hình cũng như vô hình của hoạt động này. Suy cho cùng thì người dân được hưởng lợi từ sự phát triển du lịch, phát triển DLCĐ đồng nghĩa với đảm bảo sự công bằng trong việc chia sẻ nguồn thu nhập du lịch cho cộng đồng giữa các bên tham gia. Bên cạnh đó, DLCĐ còn góp phần thu hút đầu tư từ các thành phần kinh tế trong nước và nước ngoài.

### **b. Tác động đến xã hội**

DLCĐ là sự kết hợp của 4 nhóm nhân tố: Du khách, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ, cư dân bản địa, chính quyền cơ sở, bốn yếu tố này luôn quan hệ khăng khít với nhau. Du khách muốn thỏa mãn các nhu cầu du lịch thì phải có các doanh nghiệp cung cấp, có người dân bản địa tham gia, và được chính quyền địa phương tạo điều kiện thuận lợi trong quản lý, định hướng. Người dân muốn thu được nhiều lợi nhuận qua hệ thống dịch vụ đều thành lập ban đại diện của những gia đình tham gia dịch vụ du lịch. Ban đại diện là đầu mối nhằm quản lý các dịch vụ lưu trú, ăn nghỉ, sinh hoạt... Đặc biệt, ban đại diện có quyền thống nhất về giá cả nhằm tránh tình trạng doanh nghiệp bắt chẹt từng hộ gia đình, ép các hộ gia đình giảm giá để thu lợi ích riêng của doanh nghiệp. Cần gắn bó người dân với chính quyền địa phương và doanh nghiệp làm du lịch.

- Phát triển du lịch đem lại tiềm năng tạo việc làm và thu nhập cho rất nhiều người, cả trong quá trình xây dựng cơ sở hạ tầng cần thiết lẫn trong quá trình vận hành các dịch vụ du lịch. Du lịch cũng đóng góp vào ngân sách quốc gia nói chung và địa phương nói riêng thông qua nghĩa vụ thuế, qua đó góp phần giúp chính quyền địa phương cải thiện cơ sở hạ tầng và dịch vụ phục vụ người dân và du khách.

- DLCĐ góp phần vào công cuộc xóa đói, giảm nghèo, tạo nguồn sinh kế mới tại các vùng Dân tộc thiểu số và miền núi.

- Góp phần vào xây dựng Nông thôn mới, nâng cao dân trí cho người dân miền núi và dân tộc thiểu số.

- Góp phần quảng bá, bảo tồn các di tích lịch sử văn hóa, lễ hội theo đúng định hướng bảo tồn và phát triển tài nguyên du lịch.

### **c. Tác động đến môi trường**

Nhận thức được rõ được tầm quan trọng của công tác Bảo vệ môi trường trong phát triển du lịch, Chính phủ Việt Nam đã ra tuyên bố Du lịch có trách nhiệm là mục tiêu lớn nhất trong chiến lược phát triển của ngành trong tương lai. Trong bối cảnh đó, du lịch có trách nhiệm không đơn thuần mang ý nghĩa là một loại hình du lịch như du lịch bãi biển, du lịch di sản hay DLCĐ. Ngược lại, du lịch có trách nhiệm mang ý nghĩa về những hệ quả và tác động của du lịch đối với



môi trường, cộng đồng và nền kinh tế địa phương. Tác động của DLCĐ lên các yếu tố sinh thái tự nhiên có thể là tác động tích cực hoặc tiêu cực. Các tác động tích cực gồm:

- Bảo tồn thiên nhiên: DLCĐ góp phần khẳng định giá trị và góp phần vào việc bảo tồn các diện tích tự nhiên quan trọng, phát triển các Khu Bảo tồn và Vườn Quốc gia.
- Đề cao môi trường: Việc phát triển các cơ sở du lịch được thiết kế tốt có thể đề cao giá trị các cảnh quan.
- Tăng cường chất lượng môi trường: DLCĐ có thể cung cấp những sáng kiến cho việc làm sạch môi trường thông qua kiểm soát chất lượng không khí, nước, đất, ô nhiễm tiếng ồn, thải rác và các vấn đề môi trường khác thông qua các chương trình quy hoạch cảnh quan, thiết kế xây dựng và duy tu bảo dưỡng các công trình kiến trúc.
- Cải thiện hạ tầng cơ sở: Các cơ sở hạ tầng của địa phương như sân bay, đường sá, hệ thống cấp thoát nước, xử lý chất thải, thông tin liên lạc có thể được cải thiện thông qua hoạt động du lịch.
- Tăng cường hiểu biết về môi trường của cộng đồng địa phương thông qua việc trao đổi và học tập với du khách.

Các tác động tiêu cực đến môi trường: Ảnh hưởng tới nhu cầu và chất lượng nước: tiêu thụ nước nhiều, thậm chí tiêu hao nguồn nước sinh hoạt hơn cả nhu cầu nước sinh hoạt của địa phương. Bên cạnh đó là các vấn đề về rác thải, nước thải, ô nhiễm không khí, ô nhiễm tiếng ồn, giảm đa dạng sinh học,...

### **3. CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở KHU VỰC MIỀN NÚI PHÍA BẮC**

#### **3.1. Cơ hội**

Du lịch phát triển góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa, tài nguyên; đẩy mạnh hợp tác và hội nhập... Nhận thấy tầm quan trọng của ngành Du lịch, năm 2017, Bộ Chính trị đã có Nghị quyết số 08-NQ/TW về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Đó là định hướng quan trọng để phát triển kinh tế đất nước. Năm 2017 Luật Du lịch (sửa đổi) cũng đã chính thức được Quốc hội thông qua, tạo hành lang pháp lý thuận lợi cho du lịch Việt Nam phát triển trong thời kỳ mới.

Ngành Du lịch Việt Nam nói chung và DLCĐ tại các vùng trung du miền núi phía Bắc nói riêng đang chuyển mình phát triển, thu hút được sự quan tâm của toàn xã hội. Có thể thấy qua số lượng khách quốc tế và khách du lịch nội địa tăng mạnh. Nhiều điểm đến được bầu chọn là điểm đến yêu thích của các tạp chí danh tiếng về du lịch. Trong thời gian qua, vùng trung du miền núi phía Bắc đã có sự quan tâm thu hút đầu tư (đặc biệt là Sa Pa - Lào Cai) và nâng cao nhận thức về phát triển du lịch, các dịch vụ được nâng tầm chất lượng, vấn đề an ninh, an toàn cho du khách ngày càng được đảm bảo... Mặc dù một số nơi trên thế giới bất ổn về an ninh, chính trị, nhưng ở Việt Nam vấn đề này được đánh giá cao cũng đã góp phần gia tăng khách đến.

Chính sách cấp thị thực cho khách quốc tế đến Việt Nam được cải thiện, như việc gia hạn quy định miễn thị thực cho công dân 5 nước Tây Âu; miễn thị thực cho thành viên tổ máy bay hãng hàng không nước ngoài; cấp visa điện tử... góp phần gia tăng lượng khách từ các quốc gia này đến Việt Nam, tạo đà thuận lợi thúc đẩy ngành Du lịch phát triển. Bên cạnh đó, hệ thống Giao thông được đầu tư, cải thiện hơn. Theo danh mục các dự án được ưu tiên đầu tư kết nối mạng giao thông các tỉnh khu vực miền núi phía Bắc giai đoạn 2021-2025 (8 dự án cao tốc, 44 dự án quốc lộ, tổng mức đầu tư khoảng 95.454 tỷ đồng).

Cách mạng công nghiệp 4.0 trong thời đại kỹ nguyên số đang diễn ra góp phần không nhỏ đến sự phát triển du lịch trên toàn thế giới. Tuy nhiên, đây cũng được xem là thách thức của ngành Du lịch nếu không kịp thay đổi trong việc ứng dụng công nghệ, sản phẩm du lịch. Hiện nay, thông tin về DLCĐ được đăng tải rất nhiều trên các trang mạng xã hội, có thông tin đặt phòng, đặt vé vui chơi, phản hồi về các địa điểm, mức độ giá thành từng nơi... nếu DLCĐ ở địa phương quản lý không hiệu quả thì truyền thông cũng sẽ chỉ ra những địa điểm làm ăn không phù hợp.

Phát triển DLCĐ sẽ tạo ra việc làm và thu nhập cho người dân tại điểm du lịch thông qua làm các dịch vụ phục vụ khách, khôi phục và sản xuất các sản phẩm thủ công mỹ nghệ truyền thống, các món ăn, đồ uống đặc sản của địa phương... Điểm đến du lịch có ở phường, quận (thành phố), thôn, xã, huyện (địa bàn nông thôn), cộng đồng dân cư ở những địa bàn khác nhau có những đặc điểm khác nhau. Đối với điểm đến du lịch tại địa bàn nông thôn cũng có nhiều công trình nghiên cứu khác nhau trên phương diện phát triển du lịch như: du lịch sinh thái, du lịch làng quê, du lịch làng nghề, du lịch xóa đói giảm nghèo... Các lợi ích nhìn thấy rõ là nâng cao dân trí, tạo việc làm tăng thu nhập, đa dạng sinh kế cho người dân địa phương, bảo tồn giá trị văn hóa và làm tăng sự nổi tiếng của địa phương.

### 3.2. Thách thức

*Thứ nhất*, cơ sở hạ tầng kỹ thuật (đường xá, điện, nước sinh hoạt, thông tin liên lạc) còn nhiều khó khăn. Đây là khó khăn chung của đất nước, đặc biệt ở vùng nông thôn và vùng sâu, vùng xa. Một trong những điều kiện quyết định để phát triển du lịch và khai thác các tài nguyên du lịch đó là cơ sở hạ tầng kỹ thuật mà đầu tiên là hệ thống giao thông vận chuyển khách du lịch ở những nơi có điều kiện hạ tầng tốt, nhiều doanh nghiệp du lịch ở trong nước và nước ngoài xây dựng những khu du lịch và những sân golf với diện tích rất lớn. Người dân ở những nơi này bị mất đất sản xuất, do nhiều nguyên nhân việc tạo ra việc làm cho cộng đồng rất hạn chế nên đã xảy ra các bức xúc về vấn đề xã hội. Phát triển DLCĐ tại làng gặp khó khăn về quy hoạch phát triển. Để đón khách du lịch cần phải có nơi đón tiếp, nơi đỗ xe, nơi nghỉ trọ, nơi ăn, uống, nơi tham quan, nơi mua sắm hàng lưu niệm, nơi vệ sinh... Để đảm bảo những điều kiện trên, cần có quy hoạch nơi giãn dân, nơi sản xuất và nuôi trồng cây, con phục vụ cho sự phát triển du lịch. Thực tế đã chứng minh, chúng ta phát triển DLCĐ một cách tự phát, chưa có chiến lược và quy hoạch phát triển cụ thể. Nhiều làng, bản phát triển du lịch chưa có quy hoạch nên còn nhiều khó khăn, vướng mắc. Ví dụ: để gìn giữ những ngôi nhà cổ làm điểm tham quan cho khách cần phải có đất để giãn dân, cần có các khu dịch vụ phục vụ khách du lịch. Quy hoạch đất không chỉ cho cơ sở dịch vụ mà cả các khu vệ sinh cho khách. Vì không có quy hoạch chi tiết nên các làng phát triển du lịch thường bị ô nhiễm môi trường tự nhiên, khách du lịch cảm thấy mất vệ sinh. Nhận thức của chính quyền các cấp và cộng đồng về vấn đề này vẫn còn hạn chế, điều này đòi hỏi các chuyên gia về du lịch phải tư vấn thông qua các hình thức khác nhau phù hợp với điều kiện và hoàn cảnh thực tế của địa phương và cộng đồng.

*Thứ hai*, chất lượng nhân lực phục vụ phát triển du lịch nói chung và DLCĐ còn yếu về năng lực và kỹ năng. Một vấn đề khác được mọi người quan tâm là đào tạo và bồi dưỡng nguồn nhân lực phục vụ du lịch tại cộng đồng. Đây là một vấn đề lớn, nhưng theo chúng tôi nó phải xuất phát từ hoàn cảnh cụ thể của từng địa phương theo mục tiêu và định hướng phát triển du lịch. Thị trường khách du lịch đến tham quan điểm du lịch là một vấn đề cốt lõi cho việc hình thành các chương trình đào tạo và bồi dưỡng nghiệp vụ du lịch. Trên nguyên tắc của thị trường là “chúng ta bán những gì thị trường cần, chứ không phải bán những gì chúng ta có”.

*Thứ ba*, công tác dự báo thị trường, khách du lịch đến tham quan du lịch. Nếu là khách du lịch quốc tế thì ở những nước nào, đặc điểm tâm lý xã hội của họ ra sao? sở thích và thói quen tiêu dùng của họ là gì? phong tục tập quán, nếp sống của họ như thế nào?... Những câu hỏi này không chỉ giúp cho các nhà tư vấn thiết kế các sản phẩm du lịch mà còn là cơ sở để đào tạo và bồi dưỡng cho cộng đồng làm du lịch. Trên cơ sở đó, tiến hành phân loại các đối tượng trong cộng đồng trong việc phân công công việc và bồi dưỡng về nghiệp vụ chuyên môn. Ví dụ, người hướng dẫn khách đến tham quan phải có kiến thức về lịch sử, văn hóa và đặc tính địa phương của con người tại điểm đến, phải biết ngoại ngữ của đối tượng khách đến tham quan, phải có kỹ năng giao tiếp cơ bản theo phong tục, tập quán và đặc điểm tâm lý xã hội của khách. Hoặc về phục vụ các món ăn, đồ uống không phải là dạy phục vụ một cách chung chung mà phải cụ thể theo thị trường. Khách châu Âu, châu Mỹ cần phục vụ thành suất riêng và có thìa đĩa nhưng khách châu Á, khu vực ăn bằng đũa thì phục vụ ăn chung theo mâm... Điều quan trọng người phục vụ phải có kỹ năng giao tiếp, phải sạch sẽ và vệ sinh còn cách phục vụ sẽ được hướng dẫn cụ thể trong từng cơ sở. Thực tế, vấn đề bồi dưỡng nhằm nâng cao nhận thức của cộng đồng trong việc phát triển du lịch tại địa phương chưa được triển khai đồng bộ và cụ thể. Chính vì vậy mà xảy ra các hiện tượng như chất lượng phục vụ khách tại điểm DLCĐ không đảm bảo như: vệ sinh môi trường xung quanh, môi trường vệ sinh của các cơ sở phục vụ khách, hiện tượng bán hàng rong, đeo bám khách...

Tất cả những thách thức trên đã làm cho các điểm DLCĐ chưa được thực sự hiệu quả, chưa tạo ra sức hút mạnh mẽ đối với khách du lịch trong nước và nước ngoài, đồng thời chưa khai thác hết tài nguyên du lịch tại điểm đến, góp phần xóa đói, giảm nghèo và phát triển kinh tế - xã hội của vùng trung du miền núi phía Bắc.

#### **4. ĐỊNH HƯỚNG GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG DU LỊCH CỘNG ĐỒNG KHU VỰC TRUNG DU MIỀN NÚI PHÍA BẮC**

Khu vực Trung du miền núi phía Bắc, đứng thứ hai về diện tích đất tự nhiên, đứng thứ nhất về diện tích đất sản xuất nông nghiệp và đất lâm nghiệp, đứng số 5 về tỷ lệ thất nghiệp của lao động trong tuổi ở khu vực nông thôn, tỷ lệ hộ nghèo năm 2015 (16%) đứng đầu cả nước. Nói như vậy để thấy rằng khu vực này có nhiều tiềm năng nhưng cũng có nhiều thách thức trong phát triển kinh tế nói chung và phát triển DLCĐ nói riêng.

Khi trao đổi về DLCĐ, người dân đều cảm nhận tài nguyên du lịch của địa phương mình vô cùng phong phú và đa dạng, đồng thời mong muốn khai thác các tài nguyên này nhằm phát triển kinh tế - xã hội ở địa phương. Nhưng tài nguyên du lịch khác với tài nguyên của các ngành khác như nước, khoáng sản, để khai thác tài nguyên này đòi hỏi phải có những điều kiện khách quan và chủ quan nhất định, trong đó tư duy sáng tạo của con người và cơ sở hạ tầng kỹ thuật, sự tham gia của cộng đồng đóng vai trò quyết định. Không phải tất cả các tài nguyên này đều được khai thác phục vụ sự phát triển du lịch, mà chỉ có những tài nguyên có sức hút đối với khách du lịch và có điều kiện khách quan và chủ quan cho việc khai thác mới có thể khai thác được.

Trên cơ sở tổng quan và phân tích thực trạng phát triển DLCĐ, một số giải pháp định hướng cho việc phát triển DLCĐ tại địa phương ở khu vực Trung du miền núi phía Bắc để đảm bảo hiệu quả kinh tế - xã hội, đó là:

*Thứ nhất*, cần xây dựng những tiêu chí để phân loại và lựa chọn các địa phương có điều kiện phát triển DLCĐ, đồng thời có chiến lược và lộ trình đầu tư phát triển các điểm du lịch này. Trong điều kiện hiện nay, khi cơ sở hạ tầng kỹ thuật của đất nước còn nhiều bất cập, nguồn vốn đầu tư hạn hẹp cần phải tính toán để tập trung đầu tư có trọng tâm, trọng điểm nhằm mang lại hiệu quả kinh tế xã hội cao.

*Thứ hai*, cần phải quy hoạch chi tiết phát triển theo định hướng thị trường lâu dài, đảm bảo cho sự phát triển bền vững. Quy hoạch này phải được sự tham gia đóng góp không chỉ của các chuyên gia về các lĩnh vực mà phải được sự tham gia và đồng thuận của cộng đồng dân cư địa phương, chính quyền địa phương và các doanh nghiệp.

*Thứ ba*, phải xây dựng cơ chế phân chia lợi ích trong việc phát triển DLCĐ giữa cộng đồng dân cư địa phương, chính quyền các cấp và doanh nghiệp trên nguyên tắc các bên cùng có lợi trong sự nghiệp phát triển du lịch bền vững. Cần tập trung tìm hiểu và hỗ trợ thúc đẩy các chuỗi sản phẩm DLCĐ để có cơ chế chia sẻ lợi ích hợp lý giữa những tác nhân tham gia, nhấn mạnh vào sự tham gia của người dân tộc thiểu số.

*Thứ tư*, giải quyết các vấn đề về nông nghiệp, nông thôn và nông dân đang là một chủ trương lớn của Đảng và Nhà nước. Ngành Du lịch với lợi thế là một “ngành xuất khẩu tại chỗ”, một ngành tạo ra nhiều việc làm cho xã hội sẽ góp phần vào thực hiện những chủ trương trên bằng việc vượt qua các thách thức thông qua tính sáng tạo của con người để phát triển mạnh mẽ DLCĐ.

*Thứ năm*, cần có sự hỗ trợ mạnh mẽ của Nhà nước và sự vào cuộc chủ động của địa phương để hỗ trợ và tạo điều kiện để người dân tham gia phát triển DLCĐ. Khuyến khích sự tham gia của doanh nghiệp vừa và nhỏ nhưng phải tôn trọng và bảo vệ quyền lợi của người dân địa phương để họ thực sự làm chủ trong quá trình phát triển DLCĐ.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Agnes Gannon (2009), Rural tourism as a factor in rural community economic development for economies in transition.
2. Alexandru Nedelea, Roselyne Okech (2008), Developing rural tourism in South Africa, Bulletin UASVM, Horticulture 65(2)/2008.
3. Bùi Xuân Nhân (2009), Phát triển du lịch nông thôn ở nước ta hiện nay, Tạp chí cộng sản số 802 (trang 47-52).
4. Công ty cổ phần Vận tải ô tô Phú Thọ (2018) Danh sách các tour lễ hội đầu xuân Mậu Tuất 2018. Online at: <http://vantaiphutho.vn/du-lich/chuong-trinh-du-lich/>.
5. Dương Hoàng Hương (2017), Phát triển du lịch bền vững ở tỉnh Phú Thọ, Luận án tiến sĩ, Học viện chính trị quốc gia Hồ Chí Minh.
6. Hoàng Ngọc Minh Châu, Trần Duy Minh (2016), Tiềm năng phát triển du lịch nông thôn tại Cù lao Tân Triều, tỉnh Đồng Nai, Tạp chí phát triển Khoa học và công nghệ, tập 19, số X5-2016, trang 61-69.
7. Ngô Thanh Loan (2013), Tiềm năng phát triển du lịch nông thôn tại huyện Đăk Mil, tỉnh Đăk Nông, Tạp chí nghiên cứu và phát triển số 6-7 (104-105), trang 54-58.
8. Nuchnard Rattanasuwongchai (1998), Rural Tourism - the impact on rural communities II. Thailand, Online at:  
9. <http://www.fftc.agnet.org/library.php?func=view&id=20110726131206>.

### Online:

1. <http://moitruongdulich.vn/index.php/item/2716>
2. <http://vtr.org.vn/du-lich-cong-dong-con-duong-phan-trien-ben-vung.html>
3. Bùi Thị Hải Yến (chủ biên), 2012, Du lịch cộng đồng, NXB Giáo Dục Việt Nam.
4. <https://www.vista.net.vn/tin-du-lich/du-lich-cong-dong-co-hoi-phan-trien.html>

5. <http://nangluongsachvietnam.vn/d6/vi-VN/news/Uu-tien-phat-trien-giao-thong-cac-tinh-mien-nui-phia-Bac-6-1950-4476>
6. <http://www.123kienthuc.com/2014/01/du-lich-anh-huong-tich-cuc-tieu-cuc-en.html>
7. <https://enternews.vn/day-manh-thu-hut-dau-tu-phat-trien-doanh-nghiep-vung-tay-bac-18885.html>
8. <https://www.nhandan.com.vn/chinhtri/item/3064702-.html>
9. <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/13462>
10. <http://business.gov.vn/tabid/60/catid/10/item/12472/quy-ho%E1%BA%A1ch-t%E1%BB%95ng-th%E1%BB%83-kinh-t%E1%BA%BF-x%C3%A3-h%E1%BB%99i-trung-du-v%C3%A0-mi%E1%BB%81n-n%C3%BAi-ph%C3%ADa-b%E1%BA%AFc-%C4%91%E1%BA%BFn-2020.aspx>
11. <https://dulich.dantri.com.vn/du-lich/khach-quoc-te-den-viet-nam-nam-2018-tang-ky-luc-khach-trung-quoc-dung-dau-20181229064954755.htm>
12. <http://www.dalat-info.vn/vn/tin-tuc/phat-trien-du-lich-cong-dong-theo-huong-ben-vung-39436.phtml>
13. <http://baovanhoa.vn/du-lich/artmid/416/articleid/16023/co-so-ha-tang-cho-du-lich-%E2%80%9Cdung-dau-cung-co-van-de%E2%80%9D>
14. [https://vi.wikipedia.org/wiki/Du\\_l%E1%BB%8Bch\\_sinh\\_th%C3%A1i\\_c%E1%BB%99ng\\_%C4%91%E1%BB%93ng](https://vi.wikipedia.org/wiki/Du_l%E1%BB%8Bch_sinh_th%C3%A1i_c%E1%BB%99ng_%C4%91%E1%BB%93ng)
15. <http://baochinhphu.vn/Du-lich/Phat-trien-du-lich-tai-vung-dan-toc-thieu-so-Mo-vang-neu-biet-khai-thac/343462.vgp>

## **COMMUNITY TOURISM DEVELOPMENT IN NORTHERN VIETNAM: REALITY AND SOLUTIONS**

**Nguyen Tung Linh, Pham Thai Thuy, Le Thi Thanh Thuy**  
*Hung Vuong University*

### **Abstract**

Currently, indigenous people in the Northern Vietnam, especially the ethnic minority community, are actively involved in developing community based tourism with a wide range of services. Community tourism actively preserve and preserve traditional cultural values, create income for local households towards sustainable values and socio-economic development in the region. With the form of community tourism, tourists can not only stay with the people, but also experience life, learn the customs, customs and unique cultural features of many ethnic minorities in Northern Vietnam. This brings interesting travel experiences to many tourists, especially international tourists. However, the process of community development have still some disadvantage and difficulties. This study aims to identify these issues and propose some solutions to develop tourism based communities involving local minorities in the long-term.

### **Keywords**

Community tourism, socio-economic development, Northern Vietnam.

# ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN ĐỂ PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG TẠI TỈNH TUYÊN QUANG THÀNH ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH THÔNG MINH

Lê Thị Thủy Ngân

Trường đại học FPT - Phân hiệu Fpoly Tây Nguyên

Lài Thị Vân

Viện Khoa học Xã hội vùng Tây Nguyên

## Tóm tắt

Du lịch sinh thái cộng đồng (DLSTCĐ) là loại hình du lịch do cộng đồng tổ chức, dựa vào thiên nhiên và văn hóa bản địa vì vậy loại hình này được khuyến khích phát triển tại nhiều nước trên thế giới cũng như ở Việt Nam. Và Tỉnh Tuyên Quang là địa phương có đầy đủ các yếu tố thuận lợi về vị trí địa lý, tài nguyên, cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất để phát triển DLSTCĐ. Hiện nay, du lịch là một trong những ngành kinh tế mũi nhọn được Tỉnh quan tâm phát triển vì nó đem lại nguồn lợi kinh tế dồi dào, tạo nhiều việc làm và phát huy tiềm năng thiên nhiên, tăng giao lưu văn hóa, bảo vệ môi trường, phát triển bền vững và trở thành điểm đến thông minh trong thời đại công nghệ số 4.0.

Tuyên Quang đang được xem là điểm đến an toàn, thân thiện đối với du khách tuy nhiên, để phát triển DLSTCĐ theo định hướng bản sắc, bền vững và nâng cao năng lực cạnh tranh thì tỉnh cần tạo dựng cho mình hình ảnh của một điểm đến du lịch thông minh bằng cách triển khai ứng dụng công nghệ thông tin vào việc quảng bá, cung cấp dịch vụ, hỗ trợ, nâng cao trải nghiệm của du khách trong quá trình du lịch.

Trong phạm vi nghiên cứu này, tác giả tập trung đánh giá thực trạng du lịch tại Tuyên Quang từ đó định hướng phát triển địa phương thành điểm đến du lịch thông minh.

## Từ khóa

Du lịch, Tuyên Quang, công nghệ thông tin, điểm đến, thông minh.

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Hiện nay, du lịch là một trong những ngành công nghiệp lớn nhất thế giới. Du lịch đã trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của nhiều quốc gia, không chỉ đem lại nguồn thu nhập lớn cho nền kinh tế, tạo nhiều việc làm, phát triển các ngành dịch vụ, cơ sở hạ tầng mà còn là phương tiện thúc đẩy hòa bình, giao lưu văn hóa, tạo ra những giá trị vô hình nhưng bền chặt. Do đó, du lịch là một trong những hoạt động quan trọng hướng tới xây dựng và phát triển thương hiệu địa phương.

Thực tế cho thấy ngành Du lịch hiện nay phát triển với tốc độ rất nhanh & khách du lịch có xu hướng lựa chọn các điểm đến được trải nghiệm cùng người dân bản địa chính vì vậy đây là cơ hội để thu hút khách và một trong những giải pháp thúc đẩy sự quảng bá thông tin, hỗ trợ phát triển ngành là gia tăng ứng dụng công nghệ, nhằm tiếp cận nhanh hơn, thỏa mãn nhu cầu của du khách tốt hơn, chất lượng hơn và hiệu quả hơn.

Hiện nay, Tuyên Quang đang là một điểm đến thu hút du khách trong nước và quốc tế bởi vốn dĩ là một tỉnh miền núi - nơi có nhiều dân tộc anh em cùng chung sống và đặc biệt có Khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang - Lâm Bình vừa được công nhận là Danh thắng Quốc gia thì chính quyền đã xác định đầu tư phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Tuy nhiên, ngành Du lịch Tuyên Quang cần phát triển bền vững và tạo ra nét đặc trưng riêng. Với những sản phẩm du lịch chủ đạo và mang tính đặc thù như du lịch văn hóa hay du lịch sinh thái cộng đồng... thì tỉnh cần đẩy mạnh xây dựng hình ảnh của một điểm đến du lịch thông minh và cập nhật tới du khách để nhanh chóng biến thành cơ hội trải nghiệm cho chính họ.

## 2. MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN

### 2.1. Ứng dụng Công nghệ thông tin (CNTT)

Luật CNTT của Việt Nam năm 2006 đưa ra định nghĩa: “CNTT là tập hợp các phương pháp khoa học, công nghệ và công cụ kỹ thuật hiện đại để sản xuất, truyền đưa, thu thập, xử lý, lưu trữ và trao đổi thông tin số” và “Ứng dụng CNTT là việc sử dụng CNTT vào các hoạt động thuộc lĩnh vực kinh tế - xã hội, đối ngoại, quốc phòng, an ninh và các hoạt động khác nhằm nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả của các hoạt động này” (Quốc hội, số 67/2006/QH11, ngày 29 tháng 6 năm 2006).

### 2.2. Du lịch sinh thái cộng đồng

Theo nhà nghiên cứu Nicole Hausle và Wolfgang Strasdas (2009): “Du lịch sinh thái cộng đồng là một hình thái du lịch trong đó chủ yếu là người dân địa phương đứng ra phát triển và quản lý. Lợi ích kinh tế có được từ du lịch sẽ đọng lại nền kinh tế địa phương”.

Theo tổ chức Responsible Ecological Social Tours (1997) thì du lịch sinh thái cộng đồng là “phương thức tổ chức du lịch đề cao về môi trường, văn hóa xã hội. Du lịch sinh thái cộng đồng do cộng đồng sở hữu và quản lý, vì cộng đồng và cho phép khách du lịch nâng cao nhận thức và học hỏi về cộng đồng, về cuộc sống đời thường của họ”.

Hiểu một cách cơ bản thì “Du lịch sinh thái cộng đồng (DLSTCD) là loại hình du lịch do cộng đồng tổ chức, dựa vào thiên nhiên và văn hóa bản địa với mục tiêu bảo vệ môi trường, cải thiện phúc lợi của người dân địa phương, hướng tới phát triển du lịch bền vững”. Vì vậy, DLSTCD được khuyến khích phát triển tại nhiều nước trên thế giới cũng như ở Việt Nam.

Như vậy, du lịch sinh thái cộng đồng chính là nét tinh túy của du lịch sinh thái và du lịch bền vững. Du lịch sinh thái cộng đồng nhấn mạnh vào cả ba yếu tố là môi trường, du lịch và cộng đồng.

### 2.3. Điểm đến du lịch

Theo UNWTO, điểm đến du lịch (Tourism Destination) là vùng không gian địa lý mà khách du lịch ở lại ít nhất một đêm, bao gồm các sản phẩm du lịch, các dịch vụ cung cấp, các tài nguyên du lịch thu hút khách, có ranh giới hành chính để quản lý và có sự nhận diện về hình ảnh để xác định khả năng cạnh tranh trên thị trường

Điểm đến du lịch không chỉ có tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn mà còn có cả nhiều điều kiện khác để trở nên hấp dẫn, đặc biệt là các sản phẩm du lịch. Mối liên kết giữa sản phẩm du lịch và điểm đến là rất quan trọng vì bản chất của ngành Du lịch đó là sự kết hợp của nhiều thành phần được phục vụ trong một điểm đến để du khách có sự cảm nhận và trải nghiệm sâu sắc trong và sau chuyến đi của họ.

## 2.4. Điểm đến du lịch thông minh

Điểm đến là một mạng lưới tạo ra bởi rất nhiều đối tác liên quan, tất cả tham gia vào việc cung cấp dịch vụ và trải nghiệm cho khách du lịch. Khi áp dụng cách tiếp cận thông minh vào khái niệm điểm đến, ta có điểm đến du lịch thông minh, đề cập đến sự kết nối chủ động các bên có liên quan nhằm trao đổi thông tin theo thời gian thực dựa trên nền tảng công nghệ.

Theo Lopez de Avila định nghĩa: Điểm đến du lịch thông minh là một điểm đến du lịch sáng tạo, được xây dựng trên cơ sở công nghệ tiên tiến đảm bảo sự phát triển bền vững của các khu vực du lịch, có thể tiếp cận được tới mọi người, tạo thuận lợi cho tương tác với du khách, làm tăng chất lượng của trải nghiệm điểm đến và cải thiện chất lượng cuộc sống của người dân. Như vậy, khái niệm điểm đến du lịch thông minh không chỉ gói gọn ở việc triển khai về mặt kỹ thuật, nó còn đòi hỏi những hoạt động quản lý mang tính nhất quán giúp việc sử dụng nguồn lực tối ưu hơn, mang đến sự hài lòng của du khách.

Điểm đến du lịch thông minh nhấn mạnh việc triển khai ứng dụng công nghệ Thông tin và truyền thông vào việc cung cấp dịch vụ, quảng bá, hỗ trợ du khách trong tiến trình du lịch của họ. Nhờ sự thông minh trong du lịch, khách du lịch có thể chủ động tham gia vào tiến trình dịch vụ. Họ được thông báo nhiều hơn, có sự liên quan nhiều hơn và có quyền kích hoạt tiến trình marketing thông qua phương tiện truyền thông và đóng góp vào sự sáng tạo nội dung trong tiến trình đó. Từ đó, du khách sẽ cảm thấy tiện lợi, dễ dàng hợp tác với nhà cung cấp dịch vụ du lịch, nâng cao trải nghiệm và sự hài lòng của mình. Khi đó, sự phát triển bền vững và năng lực cạnh tranh của điểm đến cũng sẽ tự động được nâng lên. Vì vậy, sự phát triển của thành phố thông minh khuyến khích hình thành điểm đến du lịch thông minh [4].

## 3. ĐIỂM LẠI TÌNH HÌNH DU LỊCH & DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG TẠI TUYÊN QUANG NHỮNG NĂM GẦN ĐÂY

Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang lần thứ XV, nhiệm kỳ 2010-2015 đã xác định: “Phát triển kinh tế du lịch là một trong 4 lĩnh vực đột phá, từng bước đưa ngành Du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh”, Nghị quyết Đại hội Đại biểu Đảng bộ tỉnh lần thứ XVI, nhiệm kỳ 2015-2020 tiếp tục xác định “Khai thác tiềm năng để phát triển du lịch” là 1 trong 3 khâu đột phá với mục tiêu đến năm 2020: Thu hút trên 1,7 triệu lượt khách du lịch; cơ sở hạ tầng kỹ thuật du lịch tương đối đồng bộ tại các khu, điểm du lịch trọng điểm của tỉnh.

Theo thống kê hiện nay thì tỉnh Tuyên Quang có tới 123 điểm di tích lịch sử văn hóa và 215 di tích văn hóa được tỉnh công nhận. Đây chính là điểm tạo nên thế mạnh cho sự phát triển của du lịch Tỉnh. Những năm gần đây, Tuyên Quang đã chú trọng vào việc xây dựng và thúc đẩy thế mạnh này, bước đầu xây dựng được các sản phẩm du lịch của riêng mình như: “Lễ hội thành Tuyên” - Một lễ hội đặc sắc, là tình cảm, sự quan tâm sâu sắc của các cấp ủy Đảng, chính quyền và nhân dân đối với các cháu thiếu nhi của tỉnh, đồng thời là một sản phẩm du lịch độc đáo do chính nhân dân Tuyên Quang khởi xướng, phát huy và lưu giữ từ nhiều năm nay.

Bên cạnh Tuyên Quang là tỉnh thành có sự gắn liền với quá trình phát triển và lớn mạnh của đất nước Việt Nam thì đây cũng là một vùng văn hóa đa hương sắc với nhiều dân tộc anh em cùng sinh sống, mỗi dân tộc lại có những nét văn hóa riêng của mình. Cái riêng kết hợp cùng cái chung tạo thành nét độc đáo trong văn hóa tín ngưỡng. Giống như một bảo tàng văn hóa, kiến trúc nghệ thuật, tôn giáo, tín ngưỡng đã và đang là điểm đến ưa thích của khách du lịch tâm linh trong và ngoài nước. Với những lễ hội đặc biệt như Lễ hội Lồng tồng và nghi lễ Then của dân



tộc Tày; lễ Cấp Sắc, hát Páo Dung của dân tộc Dao; hát Soọng Cô của dân tộc Sán Dìu; hát Sinh Ca của dân tộc Cao Lan đã được công nhận là di sản văn hóa phi vật thể cấp quốc gia, riêng nghi lễ Then của dân tộc Tày đang hoàn thiện hồ sơ để trình UNESCO công nhận là di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại.

Bên cạnh loại hình du lịch văn hóa lịch sử, du lịch tâm linh - lễ hội, tỉnh Tuyên Quang cũng đặc biệt quan tâm tới loại hình du lịch sinh thái - nghỉ dưỡng kết hợp chữa bệnh trong đó có Khu du lịch suối khoáng Mỹ Lâm với nguồn nước khoáng nóng 69°C rất độc đáo, được các chuyên gia đánh giá là tốt nhất miền Bắc, có tác dụng chữa nhiều loại bệnh cùng với hệ sinh thái điều hòa là điều kiện lý tưởng để phát triển loại hình du lịch nghỉ dưỡng.

Khu bảo tồn thiên nhiên Na Hang - Lâm Bình đã được Thủ tướng Chính phủ xếp hạng Khu danh lam thắng cảnh cấp quốc gia đặc biệt và Tuyên Quang cũng đặt nhiều kỳ vọng triển khai Đề án phát triển “Du lịch cộng đồng” trong Khu bảo tồn này.

Các hoạt động du lịch của Tỉnh cũng được tăng cường, mở rộng và hiệu quả, có khả năng liên kết các vùng trong phạm vi cả nước và quốc tế như:

- Du lịch lịch sử, văn hóa: với tên gọi “Thủ đô Khu giải phóng” - “Thủ đô Kháng chiến” tại Khu di tích lịch sử Quốc gia đặc biệt Tân Trào, di tích lịch sử Quốc gia đặc biệt Kim Bình, Khu di tích lịch sử quốc gia Cách mạng Lào tại thôn Làng Ngòi - Đá Bàn, xã Mỹ Bằng, huyện Yên Sơn.

- Du lịch sinh thái: Khu du lịch sinh thái Na Hang, rừng nguyên sinh Tát Kè - Bản Bung, Thác Bản Ba, Động Tiên... Du lịch tâm linh: Hệ thống đình, đền, chùa trên địa bàn tỉnh...

- Du lịch cộng đồng: homestay Lâm Bình, Na Hang, Sơn Dương, Yên Sơn... Du lịch khám phá, trải nghiệm, du lịch nghỉ dưỡng - chữa bệnh: Suối khoáng Mỹ Lâm...

Hiện Tuyên Quang đã có hệ thống gồm 288 cơ sở lưu trú, hơn 200 nhà hàng ẩm thực có quy mô lớn; 10 công ty lữ hành; hai điểm du lịch đạt tiêu chuẩn cấp biển hiệu phục vụ khách du lịch; dịch vụ vận chuyển khách du lịch đã có sự tham gia của doanh nghiệp, cá nhân trong và ngoài tỉnh; 653 di tích lịch sử, văn hóa, trong đó ba di tích quốc gia đặc biệt; 138 di tích lịch sử cấp quốc gia; 10 di sản văn hóa phi vật thể cấp quốc gia. Các khu, điểm du lịch đã chú trọng phát triển sản phẩm du lịch mới, đa dạng hóa sản phẩm du lịch, nâng cao chất lượng, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách.

Do vậy, theo thống kê thì năm 2010, lượng khách du lịch đến Tuyên Quang mới chỉ đạt mức hơn 500.000 lượt, đến năm 2016 đã đạt hơn 1,4 triệu lượt. Trong hai năm 2017 và 2018 đã thu hút được 3.351.500 lượt khách. Tổng thu xã hội từ du lịch đạt 2.936 tỷ đồng. Tạo việc làm cho khoảng 14.300 lao động ngành dịch vụ du lịch.<sup>250</sup>

#### **4. NỀN TẢNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ ĐỊNH HƯỚNG CỦA TUYÊN QUANG ĐỂ PHÁT TRIỂN ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH THÔNG MINH**

*Thứ nhất*, Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT) và UBND tỉnh Tuyên Quang đã ký thỏa thuận hợp tác chiến lược về viễn thông - công nghệ thông tin (VT-CNTT) giai đoạn 2017 - 2022.

Theo thỏa thuận hợp tác, VNPT sẽ bảo đảm mọi nguồn lực, cơ sở hạ tầng mạng thông tin đồng bộ, hiện đại, kết nối liên thông đa chiều cho tất cả các cơ quan nhà nước, nhằm đẩy mạnh ứng dụng CNTT trong lĩnh vực quản lý nhà nước, từng bước hoàn thiện chính quyền điện tử,

<sup>250</sup> <https://www.nhandan.com.vn/du-lich/tin-tuc/item/41412702-tuyen-quang-tap-trung-phan-trien-du-lich.html>

phát triển đô thị thông minh và phát triển bền vững của tỉnh Tuyên Quang. VNPT chịu trách nhiệm xây dựng hạ tầng kỹ thuật VT-CNTT cho các khu kinh tế, khu công nghiệp, khu công nghệ cao, khu CNTT tập trung tỉnh Tuyên Quang. Đồng thời là nhà cung cấp các giải pháp tổng thể, bố trí chuyên gia có kinh nghiệm hỗ trợ tinh bảo đảm an toàn, an ninh thông tin, tạo điều kiện thuận lợi cho việc ứng dụng và phát triển CNTT của tỉnh.

*Thứ hai*, UBND tỉnh Tuyên Quang đã ban hành Quyết định số 239/QĐ-UBND phê duyệt Đề án “Xây dựng hệ thống Du lịch thông minh tỉnh Tuyên Quang giai đoạn 2019-2020, tầm nhìn đến 2025”.

Đề án “Xây dựng hệ thống Du lịch thông minh tỉnh Tuyên Quang giai đoạn 2019-2020, tầm nhìn đến 2025” hướng tới mục tiêu chung là ứng dụng công nghệ thông tin nhằm phát triển hệ sinh thái du lịch thông minh, chủ động đáp ứng nhu cầu đặc thù, chuyên biệt của thị trường khách du lịch, hỗ trợ doanh nghiệp du lịch kết nối hiệu quả với các chủ thể liên quan, đáp ứng yêu cầu về đổi mới phương thức, nâng cao hiệu lực, hiệu quả công tác quản lý nhà nước, góp phần thúc đẩy tăng trưởng và nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch Tuyên Quang.

Mục tiêu cụ thể: Hoàn thành việc số hóa toàn bộ dữ liệu về hướng dẫn viên du lịch, doanh nghiệp lữ hành, cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch; Tích hợp dữ liệu về cơ sở lưu trú do tỉnh quản lý; Hoàn thành xây dựng hạ tầng tích hợp dữ liệu du lịch; hệ sinh thái các dịch vụ và ứng dụng du lịch.

Đến năm 2025, tiếp tục duy trì Hạ tầng tích hợp dữ liệu du lịch; Hệ sinh thái các dịch vụ và ứng dụng du lịch; Tiếp tục thực hiện cập nhật, bổ sung thường xuyên dữ liệu mới của tỉnh; Hoàn thiện xây dựng hạ tầng các phương tiện hỗ trợ truy cập (các phương tiện hỗ trợ truy cập: Địa điểm phát sóng wifi công cộng miễn phí, thông qua các thiết bị truy nhập mobile với các sim data, đi kèm các ứng dụng được phát triển như là các ứng dụng gateway, cho phép khách du lịch truy cập đến nhiều dịch vụ du lịch khác nhau của Tuyên Quang).

Đề án “Xây dựng hệ thống Du lịch thông minh tỉnh Tuyên Quang giai đoạn 2019-2020, tầm nhìn đến 2025” được thực hiện với các nội dung: Xây dựng Hệ thống quản lý dữ liệu du lịch cho Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch (Hạ tầng tích hợp dữ liệu du lịch - Hệ thống quản lý dữ liệu ngành Du lịch); Xây dựng Cổng thông tin du lịch và Ứng dụng du lịch thông minh trên thiết bị di động tích hợp bản đồ số du lịch; Thẻ thanh toán thông minh; Xây dựng Hệ thống wifi công cộng; Xây dựng Hệ thống thăm quan thực tại ảo.

## **5. THỰC TRẠNG ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI TẠI TUYÊN QUANG**

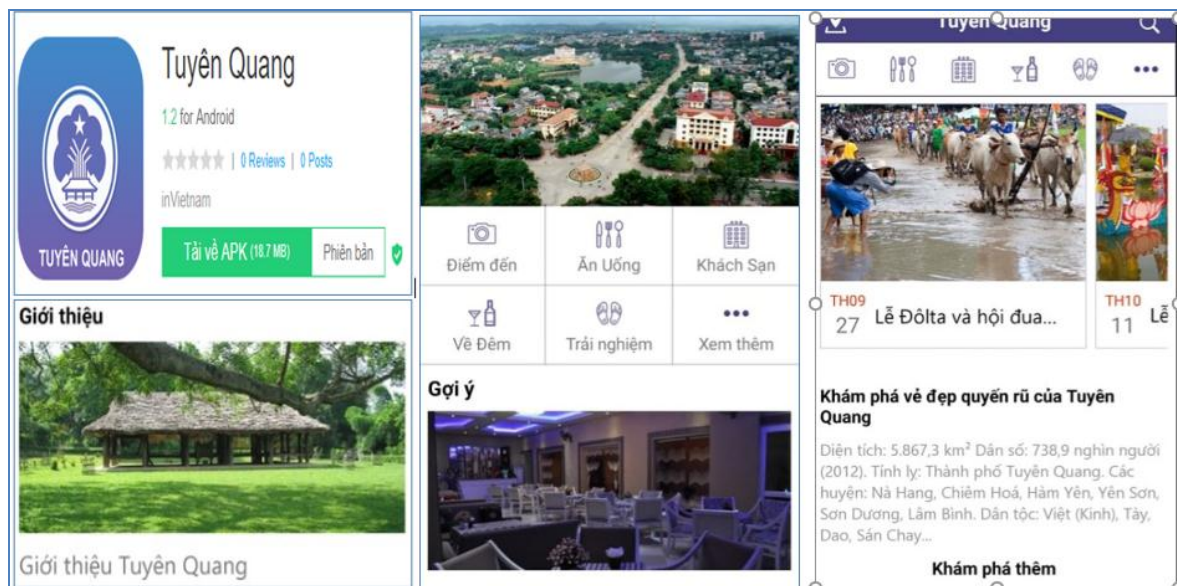
Theo phát biểu của đồng chí Nguyễn Hải Anh, Phó Chủ tịch UBND tỉnh Tuyên Quang trong phiên làm việc ngày 21/3/2018 Họp bàn ứng dụng giải pháp du lịch thông minh tỉnh Tuyên Quang có nhấn mạnh: Trong chiến lược phát triển ngành Du lịch trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang, bên cạnh các giải pháp đầu tư cơ sở hạ tầng, sản phẩm du lịch, tỉnh rất chú trọng đến lĩnh vực công nghệ, đặc biệt là kỹ thuật số nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách. Do vậy, việc triển khai ứng dụng giải pháp Du lịch thông minh là một trong những tiền đề quan trọng để tỉnh ta hiện thực hóa mục tiêu phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Năm 2018, công tác đánh giá, xếp hạng mức độ ứng dụng công nghệ thông tin của cơ quan nhà nước đối với các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ và các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương được thực hiện với 06 hạng mục, gồm: Hạ tầng kỹ thuật công nghệ thông tin; Ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động của cơ quan; Trang/Cổng thông tin điện tử

(Cung cấp, cập nhật thông tin; Các chức năng hỗ trợ trên trang/công thông tin điện tử); Cung cấp dịch vụ công trực tuyến; Cơ chế, chính sách và quy định cho ứng dụng công nghệ thông tin và Nhân lực cho ứng dụng công nghệ thông tin. Mỗi hạng mục được kiểm tra, tính điểm, tổng điểm của các hạng mục được sử dụng để xếp hạng tổng thể cho cơ quan thi chỉ số về Công thông tin điện tử tỉnh Tuyên Quang xếp hạng 26/63 tỉnh, thành phố.

Cũng theo đánh giá thì trong thời gian vừa qua, du khách đến với Tuyên Quang chủ yếu tự đặt vé máy bay, khách sạn, dịch vụ... Thực tế này bắt nguồn từ việc ứng dụng công nghệ thông tin mạnh mẽ của các doanh nghiệp du lịch, dịch vụ. Chỉ cần tương tác qua website, Facebook, Zalo, app mobile... là du khách có thể chủ động chọn và đặt phòng, chọn lịch trình, địa điểm cho chuyến đi của mình... Rõ ràng ứng dụng CNTT đang lan tỏa rất mạnh mẽ và mở ra những giá trị mới trong ngành Du lịch nói chung và du lịch sinh thái cộng đồng nói riêng tại Tuyên Quang.

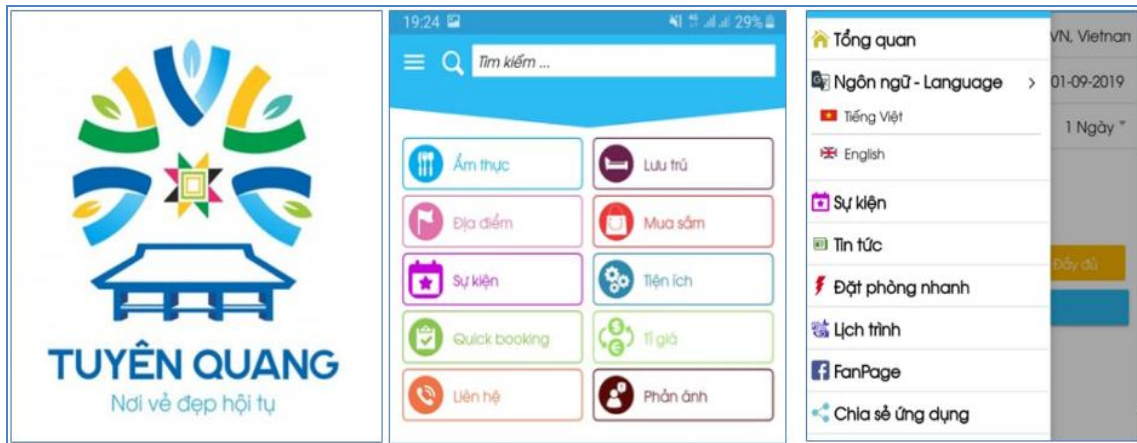
Tuyên Quang cũng đã có nhiều nỗ lực trong việc triển khai phát triển hạ tầng nhằm dần trở thành một trong những điểm đến tiên phong nỗ lực xây dựng hình ảnh thành phố du lịch thông minh như: Công thông tin điện tử Tuyên Quang <http://tuyenquang.gov.vn/>, ứng dụng Khám phá du lịch Tuyên Quang trên thiết bị di động Tuyen Quang Tourism, trang thông tin du lịch chính thống của du lịch Tuyên Quang <http://dulichtuyenquang.gov.vn/...>



Hình 1: Giao diện ứng dụng Tuyen Quang

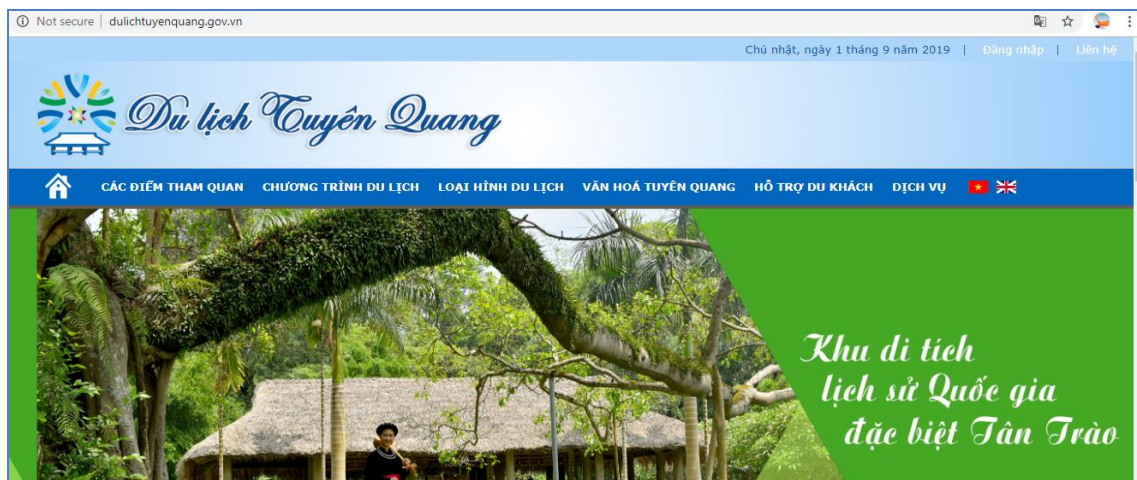
- *Ứng dụng Tuyen Quang*: Khám phá du lịch Tuyên Quang trên thiết bị di động là một ứng dụng du lịch dành cho khách du lịch đến với địa phương. Có thể tải về trên hệ điều hành Android, với hai ngôn ngữ Việt - Anh. Điểm mạnh của ứng dụng này là giúp du khách có thể tự vạch ra kế hoạch cho chuyến đi của mình. Người dùng chỉ cần chọn thời gian du lịch, mức chi phí và sở thích, Tuyen Quang Tourism sẽ tự động đưa ra một lịch trình phù hợp và trên cơ sở đó, người dùng có thể dễ dàng thay đổi các địa điểm và thời gian theo sở thích và nhu cầu cụ thể. Bên cạnh đó, du khách vẫn có thể sử dụng ứng dụng này tại điểm đến với kết nối wifi, 3G. Bên cạnh đó, Tuyen Quang Tourism còn có một số tính năng ưu việt như offline map miễn phí, giới thiệu sự kiện, tìm kiếm theo địa điểm...

- *Ứng dụng Tuyen Quang Tourism*: là một ứng dụng trên thiết bị di động về du lịch tại địa phương. Cài đặt trực tiếp trên hệ điều hành Android với ngôn ngữ Việt - Anh. Bên cạnh đó, Tuyen Quang Tourism còn có một số tính năng ưu việt như offline map miễn phí, giới thiệu sự kiện, tìm kiếm theo địa điểm...



Hình 2: Giao diện ứng dụng Tuyen Quang Tourism

- <http://dulichtuyenquang.gov.vn/>: Không chỉ được biết đến như trang thông tin du lịch chính thống của du lịch Tuyên Quang mà nó còn là một cánh cửa thân thiện và phù hợp để đưa du khách đến với Tuyên Quang một cách nhanh gọn, tiện lợi. Cổng thông tin du lịch Tuyên Quang được tích hợp rất nhiều tính năng để cung cấp tiện ích cho người truy cập.



Hình 3: Giao diện website du lịch Tuyên Quang



Hình 4: Giao diện website du lịch Tuyên Quang

- <http://tuyenquang.gov.vn/>: Cổng thông tin điện tử Tuyên Quang có chức năng tổ chức, quản lý và công bố các thông tin chính thức của UBND tỉnh trên Internet, phục vụ công tác chỉ đạo, điều hành của lãnh đạo tỉnh, đồng thời là cầu nối tin cậy giữa người dân, tổ chức, doanh nghiệp với chính quyền trong đó có bao gồm cả các thông tin về du lịch của tỉnh và các cảm nang cần thiết.

## **6. GIẢI PHÁP ỨNG DỤNG CNTT PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI CỘNG ĐỒNG ĐỂ TUYÊN QUANG TRỞ THÀNH ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH THÔNG MINH**

Với quyết tâm cao độ của chính quyền tỉnh Tuyên Quang và một lộ trình phát triển rõ ràng cũng như những bước đi khởi đầu đã chỉ ra trong mục 4 - “Nền tảng công nghệ thông tin để phát triển điểm đến du lịch sinh thái cộng đồng thông minh tại Tuyên Quang” thì sẽ rất thuận lợi để Tuyên Quang nhanh chóng trở thành một điểm đến du lịch thông minh trong tương lai.

Tuy nhiên, để phát triển Tuyên Quang trở thành một điểm đến du lịch sinh thái cộng đồng thông minh thì ngành Du lịch và chính quyền vẫn cần phải tập trung giải quyết thêm các vấn đề như:

- *Một là*: Ở góc độ quản lý nhà nước để tạo điều kiện cho sự phát triển của tỉnh thì quản lý phải tạo ra được hành lang pháp lý minh bạch, thông thoáng ổn định. Các chính sách cụ thể hơn, xây dựng các quy định pháp luật đầy đủ, tường minh cho các bên tham gia.

- *Hai là*: Hệ thống cơ sở hạ tầng như mạng phủ sóng toàn tỉnh, đặc biệt các khu trung tâm và khu du lịch, trung tâm dữ liệu, mạng kết nối không dây công cộng là yếu tố quan trọng nhất và cũng là tiêu chí đánh giá một thành phố có thông minh hay không?

- *Ba là*: Việc lưu trữ, xử lý dữ liệu cần được đặt vào vị trí ưu tiên & có sự để ý đúng mực bởi với một số lượng lớn thông tin, các công cụ cần phải thông minh hơn để xử lý và giải quyết vấn đề. Trong đó, việc đảm bảo hạ tầng về kết nối, năng lực xử lý của các Trung tâm thông tin dịch vụ công trực tuyến rất quan trọng. Việc xây dựng hệ thống này cần tuân thủ các chuẩn, kiến trúc nhất quán trong đó đảm bảo về đầu tư hạ tầng.

- *Bốn là*: các công cụ thông minh hỗ trợ phát triển thông tin và quảng bá về du lịch như các ứng dụng, website cần được tích hợp thêm nhiều ngôn ngữ hơn nữa để khách du lịch từ các quốc gia khác nhau có thể sử dụng dễ dàng và hiệu quả.

- *Năm là*: nguồn nhân lực. Nếu không nâng cao năng lực về quản lý thì không đảm bảo được xử lý thông tin trong xây dựng thành phố thông minh, du lịch thông minh. Đặc biệt đối với du lịch sinh thái cộng đồng thì ngoài những tài nguyên thiên nhiên vốn có, sản phẩm du lịch cộng đồng bao gồm các hoạt động mà khách du lịch sẽ tham gia cùng cộng đồng dân cư và có các dịch vụ hỗ trợ nhằm tăng trải nghiệm cho khách, chẳng hạn như dịch vụ homestay, đi bộ tham quan làng bản, tắm suối, học nấu ăn, học bán nỏ, ném lao, dệt vải truyền thống... vì hoạt động du lịch sinh thái mới chỉ dừng lại ở du lịch dựa vào thiên nhiên, nguồn nhân lực cho du lịch cộng đồng tại địa phương còn hạn chế (điều hành, quản lý, hướng dẫn viên...), người dân chưa có kỹ năng làm du lịch, cơ sở vật chất phục vụ du lịch sinh thái hạn chế. Hơn nữa, đối tượng khách mà người dân phục vụ dự kiến đa phần là người nước ngoài nên ngôn ngữ cũng là một bài toán cần giải quyết... Vì vậy, Tỉnh cần chú trọng hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực dài hạn hơn, toàn diện hơn, hiệu quả hơn cho mô hình du lịch thông minh nói chung cũng như du lịch sinh thái cộng đồng nói riêng.

## 7. KẾT LUẬN

Phát triển bền vững là xu thế tất yếu của thời đại. Các quốc gia có ngành Du lịch phát triển đã tập trung để phát triển điểm đến du lịch sinh thái cộng đồng nói riêng cũng như du lịch thông minh nói chung và đạt được nhiều thành công. Điểm đến du lịch thông minh đòi hỏi sự phát triển của cơ sở hạ tầng thông tin, môi trường pháp lý và những con người khai thác, vận hành nó. Tuyên Quang đã có một tiền đề cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin nhất định và vạch rõ định hướng phát triển, thế mạnh cũng như lộ trình để hoàn chỉnh xây dựng thành phố thông minh cũng như trở thành điểm đến du lịch thông minh. Tuyên Quang khá quyết tâm khi chủ động kết hợp với VNPT để phát triển và ứng dụng công nghệ thông tin vào hoạt động kinh doanh du lịch của mình. Chính quyền tỉnh đã có những chủ trương, chính sách pháp luật cụ thể đồng thời hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực cho xu hướng phát triển mới. Đồng thời bảo vệ thiên nhiên, môi trường sống an toàn, trong sạch, hướng tới một điểm đến xanh, thông minh và đầy bản sắc. Với những định hướng cơ bản như trên, nếu vận dụng và thực thi tốt chắc chắn Tuyên Quang sẽ nhanh chóng trở thành điểm đến du lịch thông minh.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Quốc hội nước cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, số 67/2006/QH11, Luật Công nghệ thông tin, ngày 29 tháng 6 năm 2006.
2. Chính phủ, Nghị quyết số 49/CP về phát triển công nghệ thông tin ở nước ta trong những năm 90, ngày 04 tháng 08 năm 1993.
3. Phan Thị Phương Nam (2015), Hệ quản trị cơ sở dữ liệu, Trường Đại học Trà Vinh.
4. Nguyễn Khắc Quốc (2015) Công nghệ phần mềm, Trường Đại học Trà Vinh.
5. Võ Quế (2015) Du Lịch Cộng Đồng - Lý Thuyết Và Vận Dụng
6. UNWTO (world Tourism Organization), A practical guide to tourism destination management (2005).
7. Buhalis, D., & Amaranggana, A. “Smart tourism destinations”. Information and communication technologies in tourism 2014, pp. 553-564 (2013).
8. <https://www.nhandan.com.vn/du-lich/tin-tuc/item/41412702-tuyen-quang-tap-trung-phat-trien-du-lich.html> truy cập ngày 31/08/2019
9. [https://vi.wikipedia.org/wiki/Du\\_l%C3%A9ch\\_sinh\\_th%C3%A0i\\_c%E1%BB%99ng\\_%C4%91%E1%BB%93ng](https://vi.wikipedia.org/wiki/Du_l%C3%A9ch_sinh_th%C3%A0i_c%E1%BB%99ng_%C4%91%E1%BB%93ng) truy cập ngày 31/08/2019

## APPLICATION OF INFORMATION TECHNOLOGY TO DEVELOP COMMUNITY ECOTOURISM IN TUYEN QUANG PROVINCE INTO A SMART TOURIST DESTINATION

**Le Thi Thuy Ngan**

*FPT University*

**Lai Thi Van**

*Institute of Social Sciences of Central Highlands*

### **Abstract**

Community ecotourism is a type of tourism organized by the community, based on nature and indigenous culture so this type is encouraged to develop in many countries around the world as well as in Vietnam. And Tuyen Quang Province is a locality with all the advantages of geographical location, resources, infrastructure and facilities for developing community ecotourism.

Currently, tourism is one of the important economic sectors that the province is interested in developing because it brings a large economic income, creating many jobs and promoting natural potential, increasing cultural exchange, environmental protection, sustainable development and become a smart destination in digital age 4.0.

Tuyen Quang is being considered a safe and friendly destination for tourists, however, to develop community ecotourism in identity, sustainable and enhanced competitiveness then Tuyen Quang province needs to create an image of a smart tourist destination by implementing information technology applications in promoting, providing services, supporting and enhancing the visitors' experience in the tourism process.

In the scope of this study, the author focuses on assessing the status of tourism in Tuyen Quang & oriented to develop community ecotourism in Tuyen Quang into a smart tourist destination.

### **Keywords**

Tuyen Quang, travel, information technology, destination, smart.

ĐẠI HỌC TÂN TRÀO

KỸ YẾU HỘI THẢO QUỐC TẾ  
**DU LỊCH LÂM BÌNH, TUYÊN QUANG**

TIỀM NĂNG, THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

*Chịu trách nhiệm xuất bản*

**ThS. VÕ TUẤN HẢI**

*Biên tập:* NGUYỄN MINH CHÂU

*Chế bản:* TRẦN THANH VÂN  
NGUYỄN THU TRANG  
ĐỖ HUYỀN TRANG

*Họa sỹ bìa:* ĐẶNG NGUYỄN VŨ

**NHÀ XUẤT BẢN KHOA HỌC VÀ KỸ THUẬT**

70 Trần Hưng Đạo - Hoàn Kiếm - Hà Nội

ĐT: 024 3942 2443 Fax: 024 3822 0658

Email: [nxbkhkt@hn.vnn.vn](mailto:nxbkhkt@hn.vnn.vn)

Website: <http://www.nxbkhkt.com.vn>

**CHI NHÁNH NHÀ XUẤT BẢN KHOA HỌC VÀ KỸ THUẬT**

28 Đồng Khởi - Quận 1 - TP Hồ Chí Minh

ĐT: 028 3822 5062

In 100 bản, khổ 20.5 × 29.5 cm, tại Công ty cổ phần In Hồ Gươm.

Địa chỉ: 31 Giải Phóng, Hai Bà Trưng, Hà Nội

Số ĐKXB: 4258-2019/CXBIPH/6-115/KHKT.

Quyết định XB số: 171/QĐ-NXBKHKT ngày 30 tháng 10 năm 2019.

In xong và nộp lưu chiểu quý IV năm 2019.

Mã ISBN: 978-604-67-1413-2