

KHAI THÁC THƯƠNG HIỆU “NGHĨA ĐÔ XANH” TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI XÃ NGHĨA ĐÔ, HUYỆN BẢO YÊN, TỈNH LÀO CAI

Đông Thị Thu Huyền, Nguyễn Thị Bích Liên
Khoa Du Lịch, trường Cao đẳng Lào Cai

Tóm tắt: Du lịch xanh là thuật ngữ về loại hình mới xuất hiện và được chú trọng nghiên cứu ở Việt Nam khoảng hơn 10 năm trở lại đây. Nguyên tắc chính của du lịch xanh là cam kết phát triển với quản lý môi trường, bao gồm bảo vệ và cải thiện môi trường tự nhiên cho các thế hệ trong tương lai. Nghĩa Đô là một xã vùng cao của người dân tộc Tày thuộc huyện Bảo Yên, tỉnh Lào Cai. Nơi đây với cảnh quan thiên nhiên độc đáo, điều đặc biệt là hiện nay xã vẫn còn giữ được hầu như nguyên vẹn vẻ đẹp hoang sơ và các giá trị văn hóa đặc sắc của cư dân bản địa. Việc định hướng khai thác và phát triển thương hiệu Nghĩa Đô xanh để tạo ra sản phẩm du lịch mới tại huyện Bảo Yên không chỉ mang lại lợi ích kinh tế mà còn góp phần bảo vệ môi trường và giữ gìn văn hóa địa phương, tạo nên giá trị bền vững cho cộng đồng và ngành du lịch tỉnh Lào Cai.

Từ khóa: Bảo tồn; du lịch cộng đồng; du lịch xanh; khai thác tiềm năng du lịch; Nghĩa Đô xanh; sản phẩm du lịch ở Nghĩa Đô.

Nhận bài ngày 13.10.2025; gửi phản biện, chỉnh sửa, duyệt đăng ngày 29.12.2025
Liên hệ tác giả: Đông Thị Thu Huyền; email: thuhuyendllc@gmail.com

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Với sự phát triển của nền kinh tế toàn cầu đã có tác động đến sự biến đổi khí hậu dẫn đến tình trạng nhiệt độ trái đất nóng lên theo thời gian, làm thay đổi đặc điểm thời tiết và phá vỡ sự cân bằng vốn có của tự nhiên. Tình trạng này có thể mang đến nhiều nguy cơ cho con người cũng như các sinh vật sống trên Trái Đất. Trong những năm gần đây, lối sống của người dân ở các quốc gia trên thế giới đã thay đổi, thể hiện rõ nét qua cách thức họ tiêu dùng các sản phẩm du lịch. Họ nhận thức rõ và hướng tới các sản phẩm du lịch bảo vệ môi trường và phát triển bền vững. Du lịch xanh chính là việc phát triển loại hình du lịch thay thế mà chú trọng tới việc thay đổi nhận thức của khách du lịch về môi trường và có hành vi bảo vệ môi trường một cách phù hợp khi đi du lịch của du khách. Sự thay đổi trong hành vi tiêu dùng của khách du lịch cũng là yếu tố để các doanh nghiệp điều chỉnh, tạo ra các sản phẩm du lịch gắn với “du lịch xanh” đáp ứng kỳ vọng của khách du lịch.

Nghĩa Đô là một xã vùng cao thuộc huyện Bảo Yên, tỉnh Lào Cai. So với Sa Pa và Bắc Hà, Nghĩa Đô không có lịch sử phát triển du lịch lâu đời, nhưng từ khi được định hướng tạo ra sản phẩm du lịch thì thương hiệu “Nghĩa Đô xanh” đã được xây dựng gắn liền với giá trị văn hóa đặc sắc của cư dân tộc Tày sinh sống tại vùng đất này. Phát triển du lịch xanh là sản phẩm du lịch mới mẻ, các mô hình du lịch xanh ở Việt Nam cũng chưa nhiều nên khi được định hướng xây dựng và phát triển ở Nghĩa Đô chính quyền và cư dân bản địa cũng có rất nhiều những khó khăn. Do đó, việc cần thiết nghiên cứu tiềm năng và xây dựng mô hình du lịch xanh để tận dụng thương hiệu Nghĩa Đô xanh trong phát triển du lịch là cần thiết. Đồng thời, với vẻ đẹp của con người, của thiên nhiên nơi đây là nhân tố tiên quyết để biến Nghĩa Đô trở thành một điểm du lịch điển hình, góp phần vào sự phát triển mạnh mẽ loại hình du lịch cộng đồng, du lịch xanh gắn với phát triển bền vững của huyện Bảo Yên.

2. NỘI DUNG

2.1. Những quan niệm về du lịch xanh

Khái niệm du lịch xanh xuất hiện vào cuối những năm 80 của thế kỷ trước và kể từ đó đã phát triển nhiều hoạt động và các nguyên tắc nhằm thúc đẩy tính bền vững của hoạt động du lịch. Tuy nhiên, những nghiên cứu chính thống về du lịch xanh mới xuất hiện khoảng 30 năm trở lại đây. Trong nghiên cứu của Kearney, phát triển du lịch xanh là phát triển loại hình du lịch thay thế mà hài hòa và đáp ứng mục tiêu phát triển bền vững như: Bảo tồn môi trường tự nhiên và môi trường nhân tạo, hình thành lên hành vi đi du lịch của khách du lịch gắn với thiên nhiên và thân thiện với môi trường (Kearney, 1994). Values cùng cộng sự (2010) lại cho rằng, du lịch xanh là sự kết hợp các nguyên tắc của du lịch sinh thái cùng với trách nhiệm bảo vệ môi trường khi đi du lịch và trải nghiệm cảnh sắc thiên nhiên của khách du lịch (Values & Symposium, 2010).

Du lịch xanh là một thuật ngữ được các nhà nghiên cứu và du khách quan tâm ngày một nhiều hơn trong thời gian gần đây. “Xanh” có ngụ ý về những hoạt động gắn gũi với tự nhiên nhiều hơn, nâng cao nhận thức về việc những lựa chọn của con người có ảnh hưởng tới sự phát triển bền vững nói chung¹. Trong thời gian vừa qua, các nghiên cứu tập trung vào việc đánh giá vai trò của du lịch xanh góp phần xử lý các vấn đề về phát triển bền vững (bao gồm các khía cạnh như kinh tế, xã hội và môi trường).

Nguồn: Mehdi Azam và cộng sự, 2017



Mô hình du lịch xanh tại các quốc gia có điều kiện tự nhiên khác nhau cũng có những điểm khác biệt rõ rệt khi hướng tới mục tiêu phát triển bền vững về môi trường. Phát triển du lịch xanh ở Nhật Bản được nhận định là phát triển loại hình du lịch gắn với nông thôn và bắt đầu từ nông thôn. Theo kết quả nghiên cứu của Bixia cùng cộng sự (2013), dựa vào cảnh sắc của thiên nhiên ở các vùng nông thôn, vùng núi và vùng duyên hải cảnh, ở đó có sắc thiên nhiên, hoạt động canh tác nông lâm ngư nghiệp thường ngày. Khách du lịch là những người sống ở thành thị sẽ được trải nghiệm các hoạt động của cư dân địa phương như làm nông, lâm nghiệp và tìm hiểu văn hóa và cuộc sống của con người bản địa (Bixia & Zhen Mian, 2013).

Ở Việt Nam, chương trình du lịch xanh nằm trong kế hoạch hành động quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021-2030 theo Quyết định số 882/QĐ-TTg ngày 22/7/2022 của Thủ tướng Chính phủ đã xác định 10 ngành ưu tiên để thực hiện trong đó có du lịch. Tại văn bản này, Thủ tướng Chính phủ giao Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch chủ trì hai nhóm nhiệm vụ là “Hoàn thiện thể chế, chính sách quản lý phát triển du lịch theo hướng tăng trưởng xanh và bền vững” và “Ưu tiên phát triển các loại hình du lịch theo hướng tăng trưởng xanh (du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, du lịch

¹ Trích dẫn từ trang 23-29, CNN, Mehdi Azam và cộng sự, 2017

nông nghiệp và nông thôn, du lịch nghỉ dưỡng biển đảo gắn với phát triển kinh tế biển xanh, du lịch thể thao mạo hiểm bảo đảm các tiêu chuẩn, tiêu chí xanh...), phát triển sản phẩm du lịch xanh”.

Các nghiên cứu về du lịch xanh đều đưa ra các giải pháp để du lịch Việt Nam đạt được các mục tiêu phát triển bền vững. Tại nhiều diễn đàn và các tài liệu nghiên cứu, Du lịch xanh được coi là một loại hình du lịch hoạt động theo phương thức giảm thiểu tác động đến môi trường, đóng góp tích cực cho bảo vệ đa dạng sinh học, sử dụng năng lượng tái tạo và phát huy các di sản thiên nhiên và văn hóa, phát triển các sản phẩm thân thiện với môi trường. Các nghiên cứu cũng bước đầu định nghĩa về du lịch xanh theo nghĩa nâng cao nhận thức của các tác nhân tham gia trong việc bảo tồn tự nhiên và phát triển bền vững môi trường thiên nhiên.

2.2. Thương hiệu “Nghĩa Đô Xanh” trong phát triển du lịch

Xã Nghĩa Đô nằm ở phía Đông Bắc huyện Bảo Yên, cách trung tâm huyện Phố Ràng khoảng 30 km theo Quốc lộ 279, phía Bắc và Đông Bắc giáp xã Bản Rịa và Yên Thành (huyện Quang Bình, tỉnh Hà Giang); Phía Tây và Tây Nam giáp xã Bản Cái (huyện Bắc Hà, tỉnh Lào Cai); Phía Tây Bắc giáp xã Tân Tiến, phía Đông và Đông Nam giáp xã Vĩnh Yên (huyện Bảo Yên). Xã có tổng diện tích tự nhiên 3.854,6 ha, trong đó diện tích đất nông nghiệp có 385 ha, đất lâm nghiệp 1.064,3 ha, đất rừng phòng hộ 1.020 ha, còn lại là các loại đất khác². Đây là vùng “lòng chảo” ven dãy núi thuộc hệ Con Voi – Tây Côn Lĩnh. Địa hình gồm nhiều dãy núi cao bao quanh, xen kẽ bình địa ven suối rộng rãi, đất đai phù hợp cho nông lâm nghiệp. Hệ thống thủy lợi khá phong phú: 3 thác chính là Bán Hộc, Pạ Phân và Vằng Kheo, cùng nhiều khe suối, tạo nên nguồn nước dồi dào, không khí mát lạnh. Hệ sinh thái còn tương đối nguyên sơ và đa dạng sinh học, được bảo vệ tốt giữa thung lũng và rừng.

Tính đến tháng 12 năm 2024, toàn xã Nghĩa Đô có 13 thôn bản với tổng số 1.188 hộ, 5.731 khẩu, trong đó đồng bào dân tộc Tày chiếm 97,1%, còn lại là các dân tộc khác³. Lịch sử cư trú lâu dài đã hình thành nên văn hóa Tày đặc trưng, pha trộn giữa văn hóa Tày–Nùng vùng Đông Bắc và Tày–Thái Tây Bắc. Các giá trị văn hóa vật thể được gìn giữ tốt với hơn 1.000 nhà sàn truyền thống, trong đó 90% vẫn lưu giữ được kiến trúc gỗ, nhà 3 gian, cầu thang 9 bậc và được lợp cọ. Đời sống tinh thần phong phú với lễ hội truyền thống như: Lễ hội xuống đồng, nghi lễ then, Pang Luông, mừng thọ, cùng các trò chơi và nghề thủ công như đan lát truyền thống. Một số nghề truyền thống tiêu biểu như đan lát và chăn nuôi vịt bầu tại các bản Nà Đình, Nà Khương... đã góp phần nâng cao thu nhập cho người dân địa phương. Xã Nghĩa Đô được công nhận xã nông thôn mới vào tháng 3/2016, sau đó tiếp tục nâng cấp lên nông thôn mới nâng cao, đạt 16/19 tiêu chí vào năm 2023.

Từ năm 2019, huyện Bảo Yên triển khai phát triển du lịch cộng đồng, trong đó lấy xã Nghĩa Đô là điểm du lịch trung tâm. Đến năm 2021, xã đã được công nhận là điểm du lịch sinh thái cấp tỉnh. Thương hiệu “Nghĩa Đô xanh” cũng bắt đầu được định hướng khai thác và phát triển trong hoạt động du lịch kể từ đây. Phát triển du lịch xanh, du lịch cộng đồng là hướng đi bền vững mà Nghĩa Đô đang từng bước tiếp cận bằng việc thực hiện cải tạo cảnh quan môi trường tại điểm du lịch thông qua việc phát động thường xuyên các phong trào vệ sinh môi trường công cộng, chỉnh trang nhà cửa, khuôn viên, thu gom rác thải, nước thải. Đặc biệt, xã còn chủ trương khuyến khích người dân cải tạo không gian sống bằng các vật liệu truyền thống, thân thiện với môi trường và kiên quyết không làm ảnh hưởng đến kiến trúc cảnh quan điểm du lịch. Với định hướng phát triển đó, vào năm 2023, các hộ kinh doanh lưu trú tại xã đã được vinh danh là Homestay ASEAN nhờ giữ gìn văn hóa với hệ nhà sàn, cùng các dịch vụ văn hóa – du lịch đặc sắc.

Với ưu tiên phát triển kinh tế dựa vào phát triển du lịch chính quyền địa phương đã triển khai đa dạng chính sách dân tộc, đào tạo nghề cho lao động là người dân tộc thiểu số; tỉ lệ lao động qua đào tạo nghề trong du lịch của xã lên khoảng 28,6%. Phát triển xã hội tiến lên gắn với nông thôn mới nhằm khai thác gắn với cộng đồng đã giúp hộ nghèo trong xã giảm rõ rệt và tăng thu nhập cho cư dân bản địa. Nghĩa Đô hiện là điển hình tích cực của sự kết hợp giữa bảo tồn văn hóa bản địa và phát triển bền vững, hướng tới trở thành điểm đến du lịch sinh thái – cộng đồng tiêu biểu của tỉnh

² Ủy ban nhân dân huyện Bảo Yên (2024), *Lịch sử huyện Bảo Yên năm 2024*.

³ Ủy ban nhân dân huyện Bảo Yên (2024), *Thống kê dân cư và lao động năm 2024*.

Lào Cai.

Song song với việc xây dựng cơ sở lưu trú phát triển học tập mô hình du lịch xanh, xã Nghĩa Đô cũng chú trọng xây dựng cơ sở hạ tầng đáp ứng nhu cầu phát triển của du lịch. Các tuyến đường hoa, các điểm checkin (tại bản Mường Kem, Pác Bó và bản Đon,...) được triển khai thực hiện trên cơ sở tận dụng các nguyên vật liệu, cây lá màu, cây hoa bản địa sẵn có như: Tre, Cọ, gỗ, cây lim lá thắm, hoa ngũ sắc,... Từ năm 2020 đến nay đã hoàn thành việc xây dựng 3 Nhà văn hóa thôn bản theo kiến trúc truyền thống (gồm Mường Kem, Thâm Mạ và bản Hón). Các Nhà văn hóa đã phát huy hiệu quả phục vụ phát triển du lịch, nhiều Nhà văn hóa đã trở thành điểm đón khách, tổ chức các hoạt động vui chơi, trải nghiệm cho khách du lịch. Các hộ Homestay đã tự chỉnh trang nhà cửa, khuôn viên, hàng rào,... bằng các vật liệu thân thiện, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc, tạo sự khác biệt cho du khách mỗi khi đến với Nghĩa Đô. Đồng thời, hàng năm huyện Bảo Yên đã phát động tổ chức cuộc thi Mĩ thuật “Dấu ấn Nghĩa Đô xanh trong tranh” nhằm hỗ trợ truyền thông, xúc tiến quảng bá du lịch cộng đồng Nghĩa Đô cũng như khẳng định thêm thương hiệu du lịch “xanh” của địa phương. Cuộc thi “Homestay đẹp”, cuộc thi “Cổng đẹp – Rào xanh” đang được triển khai tạo sức lan tỏa sâu rộng và nhận được sự đồng tình, hưởng ứng của đông đảo người dân trong xã. Thực tế, thương hiệu “Nghĩa Đô Xanh” thể hiện qua 3 giá trị cốt lõi:

Xanh – Sinh thái bền vững:

- Không gian sống, sản xuất và du lịch gần gũi thiên nhiên.
- Suối sạch, đường làng không rác, cây xanh bao phủ.
- Du khách được tham gia vào các hoạt động gắn với môi trường: trồng cây, dọn suối, bắt cá, làm nông.

Xanh – Văn hóa bền vững:

- Giữ gìn kiến trúc nhà sàn truyền thống, trang phục dân tộc, ẩm thực và lễ hội.
- Truyền nghề đan lát, chế biến đặc sản như cơm, vịt bầu, rượu ngô...
- Biểu diễn then Tày, trải nghiệm phong tục tập quán địa phương.

Xanh – Kinh tế cộng đồng

- Tạo thu nhập từ homestay, hướng dẫn viên, bán nông sản – sản phẩm thủ công.
- Phát triển các chuỗi giá trị sản phẩm đặc trưng: cơm, vịt bầu, mây tre đan.
- Nâng cao vai trò người dân làm chủ du lịch, chủ động trong gìn giữ thương hiệu.

Loại hình du lịch xanh khi được đưa vào khai thác và phát triển đã thu hút được nhiều đối tượng khách du lịch trong nước và quốc tế đến khám phá Nghĩa Đô xanh. Thương hiệu du lịch cộng đồng gắn với Nghĩa Đô xanh không chỉ dừng lại là điểm du lịch tiêu biểu của huyện Bảo Yên mà đã trở thành điểm du lịch xanh tiêu biểu của tỉnh Lào Cai và từng bước tạo vị thế là điểm du lịch xanh mang tầm khu vực Tây Bắc.

Bảng 1. Lượng khách và doanh thu tại Nghĩa Đô giai đoạn 2021 – 2024

Năm	Lượng khách (lượt)	Doanh thu (tỷ đồng)
2021	5.000	3
2022	9.500	9.5
2023	21.000	17
2024	45.000	36

(Nguồn: Phòng Văn hóa, Thông tin và Du lịch huyện Bảo Yên)

Năm 2021, do ảnh hưởng của dịch Covid nên lượng khách đến với Nghĩa Đô chủ yếu là khách nội địa trong tỉnh Lào Cai và Hà Giang, lượng khách cũng không nhiều tập trung từ những khách muốn trải nghiệm văn hóa và ẩm thực nơi đây. Sau khi dịch Covid kết thúc, lượng khách năm 2022 đã tăng mạnh đạt 9.500 lượt khách đạt doanh thu 9.5 tỷ đồng. Số lượng khách qua các năm tăng nhanh. Đến năm 2024, lượng khách đạt 45.000 lượt doanh thu đạt 36 tỷ đồng, tăng 110% so với năm 2021. Ngoài khách du lịch trong nước, đã có rất nhiều khách quốc tế đến khám phá Nghĩa đô xanh và trải nghiệm các chương trình du lịch đặc sắc hướng tới phát triển bền vững và bảo vệ môi

trường. Lượng khách và doanh thu tăng nhanh cũng khẳng định phát triển thương hiệu Nghĩa Đô xanh là định hướng phát triển đúng đắn, và Bảo Yên đã thực sự đưa một thương hiệu du lịch vượt xa tầm ảnh hưởng của một buôn làng, một xã.

2.3. Xây dựng, phát triển mô hình du lịch gắn liền với thương hiệu “Nghĩa Đô xanh” trong phát triển du lịch.

2.3.1. Xây dựng mô hình du lịch

Nghĩa Đô Xanh là thương hiệu du lịch cộng đồng sinh thái được xây dựng trên nền tảng **thiên nhiên trong lành, cảnh quan nguyên sơ, và nền văn hóa dân tộc Tày đặc sắc** của xã Nghĩa Đô. Đây là mô hình phát triển du lịch bền vững dựa vào cộng đồng, kết hợp hài hòa giữa bảo tồn thiên nhiên, gìn giữ bản sắc văn hóa và nâng cao sinh kế người dân. Trong quá trình định hướng phát triển, **Nghĩa Đô Xanh không chỉ là một thương hiệu du lịch, mà là biểu tượng của một mô hình phát triển cộng đồng bền vững**, nơi mà thiên nhiên, văn hóa và con người hòa quyện, cùng hướng tới một tương lai xanh – sạch – đẹp. Thương hiệu này đang góp phần đưa Nghĩa Đô trở thành **điểm sáng du lịch sinh thái và cộng đồng của vùng Tây Bắc**, hấp dẫn du khách trong nước và quốc tế.

Song song với việc đánh giá quá trình phát triển, việc xây dựng mô hình và sản phẩm du lịch phù hợp là yếu tố sống còn đưa thương hiệu này phát triển mạnh mẽ trong tương lai. Do đó vào năm 2023, UBND xã Nghĩa Đô xây dựng công tác *Bảo tồn phát huy giá trị văn hoá của đồng bào dân tộc Tày xã Nghĩa Đô đã được triển khai đồng bộ, hiệu quả*. Đã xây dựng kịch bản khôi phục và duy trì thường xuyên Lễ hội Đền Nghĩa Đô (tổ chức ngày 14/7 âm lịch hàng năm), Lễ hội Cốm xã Nghĩa Đô (tổ chức vào đầu tháng 10 hàng năm); các trò chơi dân gian như đánh Yên, Ném Cờn, thi gánh nước, đi cà kheo,... được tổ chức thường xuyên trong các dịp lễ, tết, ngày hội; các làn điệu dân ca, dân vũ mang đậm bản sắc văn hóa của đồng bào dân tộc Tày xã Nghĩa Đô được nhân dân tập luyện, thường xuyên biểu diễn phục vụ khách du lịch và trong các sự kiện văn hóa, thể thao của địa phương và của huyện. Trên địa bàn xã Nghĩa Đô hiện có 13 đội văn nghệ thôn, 02 câu lạc bộ văn nghệ dân gian cấp xã (Câu lạc bộ hát then – đàn tính; Câu lạc bộ văn nghệ dân gian) với gần 200 thành viên tham gia tại các câu lạc bộ, đội văn nghệ.

Bên cạnh việc bảo tồn các giá trị văn hóa, xã Nghĩa Đô đang từng bước thực hiện xây dựng mô hình du lịch xanh theo các tiêu chí sau:

Nâng cao cảnh quan, phát triển du lịch Xanh – Sạch – Đẹp:

- Mở rộng và duy trì phong trào “Suối sạch – đồng xanh”: giáo dục cộng đồng giữ suối, đường làng luôn sạch sẽ;
- Triển khai lan tỏa “Công đẹp – rào xanh” ở tất cả bản, với vật liệu thân thiện như tre, nứa, cọ và hoa bản địa tạo điểm nhấn về hình ảnh Xanh – Sạch – Mộc mạc;
- Lắp đặt thùng rác sinh thái, trồng cây xanh, hoa dọc tuyến đường bản và ven suối, tạo không gian thân thiện cho khách tham quan.

Xây dựng trải nghiệm du lịch bản địa “Xanh – Văn hóa – Nghề truyền thống”

- Thúc đẩy mô hình homestay sinh thái: kết hợp củng cố “suối sạch – đồi xanh” cùng tư vấn thiết kế sân vườn, không gian bếp – nhà sàn bằng vật liệu địa phương”;

Đa dạng hóa trải nghiệm: đan lát, dệt thổ cẩm, chế biến cốm Nghĩa Đô, nấu các món truyền thống, bắt vịt, bắt cá, thi ném cờn, đi xe trâu...

- Xây dựng tuyến “Nông nghiệp – Du lịch” liên hoàn: kết hợp tham quan HTX mây tre đan, nuôi gà đen, ấp trứng vịt bầu Nghĩa Đô; giúp du khách trải nghiệm sản xuất và thưởng thức từ vườn đến bàn.

Xây dựng sản phẩm đặc trưng vùng xanh – sạch:

- Đẩy mạnh thương hiệu “Vịt bầu Nghĩa Đô” – một nhãn hiệu tập thể được bảo hộ, với chuỗi giá trị ấp trứng, nuôi, chế biến, OCOP – hướng tới thị trường nội tỉnh và Xuất khẩu du lịch;

- Phát triển sản phẩm Cốm Nghĩa Đô gắn với lễ hội thu hoạch lúa – đưa vào kịch bản tour, quà lưu niệm nông thôn – văn hóa Tày;

- Phát triển các sản phẩm thủ công mỹ nghệ từ mây, tre, nứa, cọ – qua HTX nghề truyền thống
- thiết kế quà lưu niệm, trang trí homestay, đồ nội thất mộc mạc.

Quảng bá thương hiệu “Nghĩa Đô Xanh” qua truyền thông – sự kiện:

- Fanpage “Nghĩa Đô xanh” nên phát triển nội dung thường xuyên: câu chuyện người dân, hoạt động bảo vệ môi trường, tour trải nghiệm, hình ảnh sắc màu đồng lúa, homestay, sản phẩm địa phương;

- Tổ chức định kỳ ngày hội văn hóa “Sắc vàng bên dòng Nậm Luông” vào dịp nghỉ lễ – nhằm thu hút khách, truyền bản sắc văn hóa, mỹ thuật, thủ công và ẩm thực – như đã làm vào 30/4 – 1/5 hàng năm;

- Phát động các cuộc thi như: “Dấu ấn Nghĩa Đô xanh” (mỹ thuật), thi homestay đẹp, “công – rào xanh”, tạo hiệu ứng lan tỏa, thu hút họa sĩ và cộng đồng tham gia.

Liên kết phát triển và quản lý chất lượng:

- Duy trì tổ quản lý di tích và điểm du lịch để đảm bảo hướng dẫn viên, trải nghiệm, an toàn du lịch được chuyên nghiệp;

- Hợp tác với hợp tác xã nghề truyền thống để nâng cấp sản phẩm, bao bì, tiêu chuẩn OCOP, tạo chuỗi cung ứng chất lượng và phù hợp với khách du lịch;

- Kích cầu liên kết giữa Nghĩa Đô – Tân Tiến – Vĩnh Yên, tạo thành vành đai du lịch phía Đông Bắc Bảo Yên, kết nối trải nghiệm cho du khách, thúc đẩy hệ sinh thái du lịch vùng 2025 – 2030.

2.3.2. Xây dựng chương trình du lịch

Song song với việc xây dựng và phát triển mô hình du lịch, việc kết hợp với các nhà kinh doanh lữ hành để tạo ra sản phẩm du lịch đặc trưng cũng là yếu tố then chốt tạo nên sự bút phá rõ nét để đưa thương hiệu Nghĩa Đô xanh đến với khách du lịch. Lịch trình du lịch được gợi mở như sau:

Tên chương trình du lịch: KHÁM PHÁ NGHĨA ĐÔ XANH

Ngày 1: Khám phá văn hoá và con người Nghĩa Đô (ăn trưa và tối)

9h30 HDV đón khách tại trung tâm chợ văn hoá Nghĩa Đô di chuyển vào Homestay cất hành lý check in phòng

9h50 Trải nghiệm đan lát sản phẩm thủ công truyền thống, tham quan vùng lõi bảo tàng sinh thái Đoàn thay trang phục truyền thống di chuyển đến Tổ quản lý di tích xã Nghĩa Đô trải nghiệm hoạt động đan lát sản phẩm truyền thống bằng xe trâu; Trên đường đi khách được chiêm ngưỡng vẻ đẹp thiên nhiên của bản Nậm Cầm- vùng lõi bảo tàng sinh thái nơi thể hiện rõ nhất đặc trưng văn hoá dựng nhà của đồng bào Tày Nghĩa Đô.

11h30- 13h30 Đoàn di chuyển đến Homestay Ông Bống để dùng bữa trưa, thưởng thức những món ăn đậm đà bản sắc dân tộc

13h30- 14h30 Đoàn trải nghiệm bóc quế tại đồi nhà ông Bống

14h30- 16h30 Đoàn quay lại Homestay Mè Thiều trải nghiệm bắt cá, nhặt rau, nhuộm xôi, nấu bữa tối cùng gia đình

18h30-20h Đoàn ăn tối

20-22h Đoàn di chuyển đến trung tâm chợ xem văn nghệ dân gian tối thứ 7 hàng tuần tự do khám phá chợ Đêm, nghỉ đêm tại Homestay Mè Thiều

Ngày 2: Trải nghiệm hoá thân làm nông dân ở Nghĩa Đô (ăn sáng, trưa)

7h00 Du khách ăn sáng tại homestay

8h00 Khách di chuyển đến trang trại vịt Bầu anh Thọ để trải nghiệm nhặt trứng và ấp trứng vịt. Tại đây khách có thể mua vịt Bầu giống để mang về Homestay ký hợp đồng chăm sóc sản phẩm kết nối (hoặc lựa chọn trồng rau). Trong quá trình di chuyển, du khách lựa chọn phương tiện đi lại là xe đạp để kết nối các điểm đến trong xã.

10h00 Khách di chuyển ra trung tâm chợ để trải nghiệm chợ Phiên và mua quà về cho gia đình bạn bè

11h30-14h00 Khách quay về Homestay thưởng thức bữa trưa

14h00 -15h00 Khách trải nghiệm bơi mảng trên suối hoặc tắm thác

15h30 Kết thúc tour du lịch. Khách check-in và lên xe về nhà

Sau khi sản phẩm du lịch ra đời, tìm kiếm, tạo kênh phân phối, cách thức phân phối sản phẩm là điều kiện tiên quyết đưa sản phẩm du lịch đến tay du khách. Lựa chọn các kênh phân phối như sau:

- Phân phối trực tiếp: xây dựng các trang web, chào bán đến các dạng khách như (công chức,

học sinh, sinh viên, nhân viên văn phòng, khách quốc tế....)

- Phân phối gián tiếp: liên kết các trường học, các trung tâm du lịch, đại lý công ty lữ hành như: Việt travel Lào Cai, công ty TNHH Phú Thịnh, công ty TNHH MTV Du Lịch tầm nhìn Sapa.

2.3.3. Xây dựng chi phí, doanh thu dự kiến của chương trình du lịch

Sau khi xây dựng và tìm nhà phân phối chương trình du lịch, nhóm tác giả đã xây dựng bảng dự kiến chi phí, doanh thu trong năm đầu tiên thực hiện.

Bảng 2. Dự kiến chi phí, doanh thu 12 tháng trong năm đầu thực hiện⁴

Đơn vị tính: Đồng

STT	Tháng	Số lượng khách	Giá tour/1 người	Thành tiền
1	1	40	1.900.000	76.000.000
2	2	50	1.900.000	95.000.000
3	3	55	1.900.000	104.500.000
4	4	60	1.900.000	114.000.000
5	5	70	1.900.000	133.000.000
6	6	85	1.900.000	161.500.000
7	7	80	1.900.000	152.000.000
8	8	95	1.900.000	180.500.000
9	9	75	1.900.000	142.500.000
10	10	66	1.900.000	125.400.000
11	11	88	1.900.000	167.200.000
12	12	92	1.900.000	174.800.000

Bảng 2.3. Dự kiến lợi nhuận 12 tháng trong năm đầu thực hiện⁵

Đơn vị tính: Đồng

STT	Tháng	Số lượng khách	Chi phí	Doanh thu	Lợi nhuận
1	1	40	52.000.000	76.000.000	24.000.000
2	2	50	65.000.000	95.000.000	30.000.000
3	3	55	71.500.000	104.500.000	33.000.000
4	4	60	78.000.000	114.000.000	36.000.000
5	5	70	91.000.000	133.000.000	42.000.000
6	6	85	110.500.000	161.500.000	51.000.000
7	7	80	104.000.000	152.000.000	48.000.000
8	8	95	123.500.000	180.500.000	57.000.000
9	9	75	97.500.000	142.500.000	45.000.000
10	10	66	85.800.000	125.400.000	39.600.000
11	11	88	114.400.000	167.200.000	52.800.000
12	12	92	119.600.000	174.800.000	55.200.000

Chương trình du lịch dựa trên nguồn tài nguyên du lịch sẵn có tại Nghĩa Đô, đồng thời kết hợp với ý tưởng sáng tạo đưa các giá trị văn hóa truyền thống thành một chương trình đặc sắc vừa bảo

⁴ Đồng Thị Thu Huyền, Nguyễn Thị Bích Liên (2025), *Khảo sát, xây dựng chi phí dự kiến chương trình du lịch “Khám phá Nghĩa Đô xanh”*.

⁵ Đồng Thị Thu Huyền, Nguyễn Thị Bích Liên (2025), *Khảo sát, xây dựng lợi nhuận dự kiến chương trình du lịch “Khám phá Nghĩa Đô xanh”*.

vệ môi trường, vừa giới thiệu được những giá trị đó đến với du khách. Khi chương trình được đưa vào khai thác và sử dụng cũng là cầu nối giữa người dân bản địa với khách du lịch, tạo ra nhiều cơ hội việc làm và thu nhập giúp cải thiện đời sống của người dân.

2.4. Thách thức và một số giải pháp phát triển du lịch xanh tại xã Nghĩa Đô, huyện Bảo Yên, tỉnh Lào Cai.

2.4.1. Những thách thức

Thực tế hiện nay phát triển du lịch xanh tại Việt Nam và Nghĩa Đô vẫn còn ở giai đoạn đầu, các mô hình du lịch xanh ở trong nước vẫn đang trên con đường tìm tòi, học hỏi kinh nghiệm từ các nước đi trước như Thái Lan, Nhật Bản hay các nước phương Tây. Vì vậy, xác định phát triển thương hiệu Nghĩa Đô xanh ở Bảo Yên, Lào Cai là con đường lâu dài và có nhiều thách thức. Theo nhiều chuyên gia hiện còn tồn tại một số điểm nghẽn cơ bản để phát triển bao gồm: xây dựng cơ sở hạ tầng, khai thác nhân sự, ý thức của người làm du lịch cũng như khách du lịch, xây dựng cơ sở lưu trú đạt tiêu chuẩn xanh, sự đồng tâm hiệp lực của các bên liên quan để tạo ra các sản phẩm du lịch đặc trưng ở Nghĩa Đô. Các thách thức bao gồm:

- Phát triển đi đôi với bảo tồn là bài toán khó giải quyết trong hoạt động du lịch, đặc biệt với du lịch xanh đây là yếu tố then chốt tạo nên sự khác biệt của sản phẩm du lịch. Nguồn kinh phí đầu tư cho công tác bảo tồn văn hóa, phát triển du lịch ở xã hiện nay còn khiêm tốn do chưa có những chính sách tổng thể, đặc biệt là cơ chế đối với sử dụng nguồn đất, quy hoạch và đầu tư xây dựng các hạng mục hạ tầng phục vụ du lịch.

- Số lượng đăng kí dịch vụ Homestay ở Nghĩa Đô nhiều nhưng chất lượng không đồng đều, phân tán, lượng du khách đến với các homestay trên địa bàn có sự chênh lệch cao, tập trung chủ yếu vào cụm 05 homestay đạt giải thưởng Homestay ASEAN. Ngoài ra, cộng đồng người dân địa phương tham gia vào du lịch ở Nghĩa Đô tăng nhanh qua các năm. Tuy nhiên, phần lớn lao động ở đây chủ yếu là tự phát, chưa được qua đào tạo bài bản. Đối với việc phát triển du lịch xanh, ngoài những giá trị cốt lõi, lao động trong du lịch cần có kiến thức về du lịch xanh để định hướng cho du khách là rất quan trọng. Do đó, việc tạo ra việc làm cho người dân địa phương là cần thiết nhưng cần phải có sự đào tạo bài bản.

- Các dịch vụ du lịch phục vụ cho chương trình du lịch như: trải nghiệm xe trâu, đi mảng lướt, bóc quế trên đồi, bắt vịt bầu, chương trình văn nghệ,... tuy đã được hình thành nhưng hoạt động chưa thực sự hiệu quả, thiếu tính chuyên nghiệp, còn manh mún, chưa có đầu mối điều phối rõ ràng và quy định thống nhất về giá cả, chất lượng.

- Công tác tuyên truyền, quảng bá sản phẩm của các hộ kinh doanh dịch vụ Homestay chưa thực sự hiệu quả, do đó nhiều du khách đến với Nghĩa Đô chưa tiếp cận được với các dịch vụ hiện có, nhiều hộ homestay có cảnh quan đẹp, dịch vụ tốt nhưng chưa được nhiều người biết đến. Một số sản phẩm như cơm, vịt bầu, đồ đan lát... chưa có **bao bì, thương hiệu, tiêu chuẩn hóa** để bán cho khách du lịch, gây khó khăn trong việc nhận dạng thương hiệu.

- Việc kết nối tour du khách trải nghiệm, khám phá văn hóa giữa các thôn bản tại xã Nghĩa Đô và với các địa phương khác chưa có dẫn đến việc thời gian lưu trú của khách ít (phần lớn là khách nội tỉnh, chủ yếu là đi về trong này), lượng chi tiêu thấp. Do đó dẫn đến việc số lượng khách du lịch đến với Nghĩa Đô tuy cao nhưng doanh thu lại không nhiều.

- Cơ sở hạ tầng, giao thông, kỹ thuật cũng là một trong những vấn đề cấp bách ở Nghĩa Đô. **Đường giao thông còn nhỏ hẹp**, một số đoạn xuống cấp, khó tiếp cận vào mùa mưa hoặc với các phương tiện lớn. Một số công trình, dự án đầu tư xây dựng cơ bản triển khai còn chậm: Dự án xây dựng Trung tâm bảo tồn Văn hóa Tày Tày Bắc, dự án xây dựng điểm nhận diện thương hiệu du lịch Nghĩa Đô tại Bản Rịa; Dự án trùng tu, tôn tạo Đền Nghĩa Đô (giai đoạn 2) tại bản Nà Đình; Dự án bảo tồn Làng văn hóa truyền thống tại bản Nậm Cầm; dự án nâng cấp tuyến đường tỉnh lộ 153 đoạn qua xã Nghĩa Đô.

2.4.2. Một số giải pháp

Nhận thức rõ vai trò của phát triển văn hóa đi đôi với bảo tồn, chính quyền xã Nghĩa Đô đã tích cực tuyên truyền, nâng cao nhận thức, đổi mới tư duy về bảo tồn văn hóa và phát triển du lịch. Tập trung đổi mới công tác tuyên truyền, giáo dục nâng cao ý thức, nhận thức về bảo tồn các giá trị văn

hóa, phát triển du lịch có trách nhiệm, bảo vệ môi trường. Đổi mới mạnh mẽ tư duy, phát triển du lịch theo quy luật kinh tế thị trường, bảo đảm hài hòa lợi ích giữa Nhà nước, doanh nghiệp và người dân trong phát triển du lịch. Đồng thời, phổ biến, nhân rộng các gương điển hình, các cách làm hay về bảo tồn các giá trị văn hóa và phát triển du lịch trong huyện, kịp thời khen thưởng động viên và tạo điều kiện thuận lợi cho các cá nhân, doanh nghiệp có nhiều đóng góp tích cực vào sự phát triển du lịch của huyện, cầu xã.

Việc đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất, kỹ thuật phục vụ du lịch là yếu tố quan trọng kết nối điểm đến du lịch. Hiện nay, xã đã huy động và sử dụng lồng ghép các nguồn lực từ nguồn ngân sách Nhà nước đầu tư phát triển hạ tầng giao thông kết nối các thôn bản; nâng cao khả năng kết nối giao thông giữa các khu điểm du lịch trong huyện và các huyện, tỉnh lân cận; đồng thời tăng cường huy động, đa dạng hóa các hình thức đầu tư nhằm phát triển đồng bộ kết cấu hạ tầng thiết yếu. Khuyến khích các nhà đầu tư các nhà hàng, khu khu resort sinh thái, nghỉ dưỡng mang đặc trưng kiến trúc và văn hóa, âm thực truyền thống của đồng bào các dân tộc Tây Bắc nói chung, đồng bào Tày Nghĩa Đô nói riêng, điểm nhấn là âm thực đồng bào dân tộc Tày Nghĩa Đô.

Đẩy mạnh phát triển liên kết chương trình du lịch Nghĩa Đô xanh với các khu, điểm du lịch trên địa bàn tỉnh Lào Cai, trong đó trọng tâm kết nối du lịch với khu du lịch Sa Pa và khu du lịch Bắc Hà. Đồng thời phát triển kết nối tour giữa các điểm du lịch của Hà Giang như: Xín Mần, Lũng Cú, Đồng Văn là yếu tố quan trọng làm tăng doanh thu và tạo ra các phương thức kết nối quảng bá sản phẩm du lịch tới du khách. Bên cạnh đó, đẩy mạnh công tác chuyển đổi số trong xúc tiến quảng bá du lịch, phát huy sức mạnh truyền thông và tăng cường quảng bá trên mạng xã hội cũng là yếu tố quan trọng để du khách biết đến sản phẩm Nghĩa Đô xanh ở Bảo Yên.

Song song với các giải pháp trên, đẩy mạnh đào tạo, nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ làm công tác quản lý du lịch; đào tạo, bồi dưỡng thực hành nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ cho lao động trực tiếp trong xã là giải pháp quan trọng để nâng cao chất lượng dịch vụ. Tập trung đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao với chủ trương lấy con người là chủ thể, là trung tâm, là nguồn lực, động lực phát triển du lịch. Trong đó, công tác đào tạo ngoại ngữ và các kiến thức cơ bản về phục vụ, về văn hóa ứng xử, văn hóa giao tiếp cho đội ngũ lao động trong ngành và nhân dân sinh sống tại điểm du lịch.

3. KẾT LUẬN

Để phát triển du lịch xanh và đưa thương hiệu Nghĩa Đô xanh tới tay du khách là một hành trình lâu dài và cần có sự đồng lòng, quyết tâm của chính quyền và người dân trong xã, trong huyện và đặc biệt là sự định hướng phát triển của du lịch tinh nhà. Trong 5 năm qua, Nghĩa Đô đã thực sự trở thành điểm đến hấp dẫn không những của huyện Bảo Yên mà của cả tỉnh Lào Cai và khu vực Tây Bắc, hình thành cơ bản hệ thống các homestay mang đặc trưng riêng có của văn hóa Tày Nghĩa Đô. Các dịch vụ, sản phẩm du lịch cộng đồng mang bản sắc văn hóa địa phương đã bước đầu được hình thành và đi vào hoạt động. Du lịch cộng đồng Nghĩa Đô xanh đã khai thác tốt các thế mạnh về văn hóa, cảnh quan môi trường để phát triển du lịch một cách bền vững.

Việc phát triển **du lịch xanh tại xã Nghĩa Đô** mang lại nhiều cơ hội, song cũng đối mặt với **những thách thức và khó khăn**. Đánh giá quá trình phát triển đó, cùng với việc học hỏi những bài học từ mô hình phát triển du lịch xanh tại Ninh Bình, Huế và các quốc gia đi đầu cũng là yếu tố quan trọng tạo ra sản phẩm du lịch xanh mang đặc trưng riêng ở Nghĩa Đô. Bên cạnh đó là khai thác hợp lý nguồn tài nguyên du lịch trên địa bàn xã để phát triển hoạt động du lịch cộng đồng, du lịch xanh đã mang lại nhiều lợi ích về kinh tế cho người dân địa phương, khai thác và phát triển du lịch có hệ thống cũng giúp bảo tồn cảnh quan thiên nhiên, hệ sinh thái và cũng giảm thiểu các tác động tiêu cực từ các ngành kinh tế khác. Song hành cùng với nó đã tăng cường công tác đào tạo, nâng cao năng lực quản lý du lịch từ cấp huyện tới cấp cơ sở; bồi dưỡng kỹ năng làm du lịch cộng đồng cho người dân tại điểm du lịch. Thông qua việc phát triển du lịch cũng làm cho những giá trị di sản văn hóa được thăng hoa, việc bảo tồn, phát huy gắn với phát triển du lịch là cách làm thành công đưa du lịch Nghĩa Đô ngày càng khởi sắc.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ủy ban nhân dân huyện Bảo Yên. (2024). *Thống kê dân cư và lao động năm 2024*.
2. UBND huyện Bảo Yên. (2024). *Báo cáo tổng kết hoạt động du lịch năm 2024*.
3. Nguyễn Đình Thanh. (2021). Phát triển du lịch xanh đáp ứng xu hướng mới. *Tạp chí Du lịch*, số tháng 3/2021, tr.18-24.
4. Phòng Văn hóa – Du lịch huyện Bảo Yên. (2024). *Báo cáo hoạt động quản lý du lịch năm 2024*.
5. UBND huyện Bảo Yên. (2024). *Quy hoạch phát triển du lịch Bất Xát giai đoạn 2025-2030*.
6. Thủ tướng Chính phủ (2022). *Quyết định số 147/QĐ-TTg Phê duyệt chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030*. Hà Nội.
7. S.Kennedy. (2002). *Opportunities and resources for success. Journal of Management*.
8. Mehdi Azam, Sarker, & Policy. (2017). *Governance of Green Tourism and Sustainable Development: Towards Greening the Economy*

**EXPLOITING THE BRAND “NGHIA DO XANH”
IN TOURISM DEVELOPMENT IN NGHIA DO COMMUNE,
BAO YEN DISTRICT, LAO CAI PROVINCE**

Summary: *Green tourism is a relatively new form of tourism that has been researched in Vietnam for over a decade. The main principle of green tourism is a commitment to development with environmental management, including protecting and improving the natural environment for future generations. Nghia Do is a highland commune of the Tay ethnic group located in Bao Yen District, Lao Cai Province. This place has unique natural landscapes, and the special thing is that the commune still retains its wild beauty and unique cultural values of the indigenous people. The orientation of exploiting and developing the "Nghia Do xanh" brand to create new tourism products in the Bao Yen district not only brings economic benefits but also contributes to protecting the environment and preserving local culture, creating sustainable values for the community and tourism industry in Lao Cai province.*

Keywords: *Conservation; community tourism; green tourism; exploiting tourism potential; "Nghia Do xanh"; tourism products in Nghia Do.*