

# Xây dựng chuỗi giá trị du lịch cộng đồng của dân tộc Hmông ở Mường Lống, Nghệ An từ tri thức địa phương<sup>1</sup>

Nguyễn Thị Minh Tú<sup>(\*)</sup>

Triệu Thanh Quang<sup>(\*\*)</sup>

**Tóm tắt:** Du lịch cộng đồng gắn với tri thức địa phương là một hướng đi mới đầy tiềm năng đối với các vùng dân tộc thiểu số và miền núi. Mường Lống là xã vùng cao biên giới tỉnh Nghệ An, nơi đây là địa bàn cư trú tập trung của đồng bào dân tộc Hmông với hệ thống tri thức địa phương phong phú trong nông nghiệp, ẩm thực, dân ca dân vũ, nghề thủ công truyền thống, trò chơi dân gian và các nghi lễ truyền thống. Tuy nhiên, hoạt động du lịch cộng đồng tại đây vẫn chủ yếu diễn ra theo hình thức tự phát, nhỏ lẻ và chưa hình thành được chuỗi giá trị hoàn chỉnh. Bài viết phân tích chuỗi giá trị du lịch cộng đồng tại xã Mường Lống trên cơ sở khai thác và phát huy tri thức địa phương của đồng bào dân tộc Hmông, từ đó đề xuất các giải pháp phát triển chuỗi du lịch cộng đồng bền vững.

**Từ khóa:** Chuỗi giá trị, Du lịch cộng đồng, Tri thức địa phương, Người Hmông, Mường Lống

**Abstract:** Community-based tourism (CBT) linked with indigenous knowledge represents a promising direction for ethnic minority and mountainous regions. Muong Long, a highland border commune in Nghe An province, is home to a concentrated community of Hmong people who possess a rich body of indigenous knowledge in agriculture, cuisine, folk songs and dances, traditional crafts, folk games, and rituals. However, CBT activities in the area remain largely spontaneous, small-scale, and have yet to develop into a complete value chain. This paper provides a comprehensive analysis of the community-based tourism value chain in Muong Long commune on the basis of utilizing and promoting the Hmong people's indigenous knowledge, thereby proposing solutions for developing a sustainable community-based tourism chain.

**Keywords:** Value chain, Community-based Tourism, Indigenous Knowledge, Hmong People, Muong Long

Ngày nhận bài: 12/9/2025; Ngày duyệt đăng: 19/10/2025

<sup>1</sup> Bài viết là sản phẩm của đề tài nghiên cứu khoa học thuộc Chương trình Khoa học và công nghệ phục vụ xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025: “Xây dựng chuỗi giá trị sản phẩm OCOP từ tri thức bản địa của các dân tộc thiểu số phục vụ xây dựng nông thôn mới vùng miền núi Tây Nghệ An”, do Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (nay là Bộ Nông nghiệp và Môi trường) chủ quản, TS. Nguyễn Thị Minh Tú chủ nhiệm, thực hiện năm 2024-2025.

<sup>(\*)</sup> TS., Trung tâm Khoa học xã hội và nhân văn Nghệ An.

<sup>(\*\*)</sup> TS., Viện Địa lý nhân văn và Phát triển bền vững, Viện Hàn lâm khoa học xã hội Việt Nam;

Email: triethanhquang@gmail.com

## 1. Mở đầu

Trong những thập niên gần đây, du lịch cộng đồng (DLCĐ) (Community-Based Tourism) được xem là một trong những mô hình phát triển du lịch bền vững, đặc biệt phù hợp với các vùng dân tộc thiểu số và miền núi. Điểm cốt lõi của loại hình này là khai thác và phát huy tri thức địa phương - bao gồm phong tục, tập quán, nghề truyền thống, ẩm thực, kiến trúc và nghệ thuật dân gian - để tạo trải nghiệm khác biệt, chân thực và giàu tính văn hóa cho du khách (UNWTO, 2018; Viện Nghiên cứu và Phát triển Ngành nghề nông thôn Việt Nam & Asian Foundation, 2012). Sự gắn kết giữa tri thức địa phương và phát triển du lịch không chỉ tạo ra giá trị gia tăng về mặt kinh tế mà còn góp phần bảo tồn bản sắc văn hóa, duy trì vốn xã hội và nâng cao năng lực tự chủ của cộng đồng.

Xã Mường Lống (huyện Kỳ Sơn cũ, tỉnh Nghệ An)<sup>1</sup> là địa bàn cư trú tập trung của đồng bào Hmông, nơi vẫn còn bảo tồn được hệ thống tri thức dân gian phong phú cùng cảnh quan tự nhiên đặc sắc. Với những tiềm năng đó, Mường Lống hội tụ đầy đủ điều kiện để phát triển DLCĐ gắn với tri thức địa phương. Tuy nhiên, thực tế cho thấy các hoạt động du lịch tại đây chủ yếu mang tính tự phát, nhỏ lẻ, thiếu sự liên kết và chưa hình thành được chuỗi giá trị hoàn chỉnh. Điều này dẫn đến việc khai thác tiềm năng chưa hiệu quả, lợi ích kinh tế và xã hội chưa được phân bổ công bằng, đồng thời tiềm ẩn nguy cơ thương mại hóa văn hóa bản địa (UBND huyện Kỳ Sơn, 2025).

Tiếp cận chuỗi giá trị (value chain) được khởi xướng bởi Porter (2008). Cách tiếp cận này lý giải cách doanh nghiệp tạo ra giá trị thông qua chuỗi các hoạt động

liên kết từ thiết kế, sản xuất, tiếp thị, phân phối đến hỗ trợ sản phẩm. Khi mở rộng ra cấp độ ngành, chuỗi giá trị vĩ mô bao gồm toàn bộ quá trình gia tăng giá trị từ khâu hình thành ý tưởng, sản xuất, phân phối, tiêu dùng đến tái chế. Trong lĩnh vực du lịch, chuỗi giá trị được hiểu là mạng lưới các cá nhân, tổ chức và doanh nghiệp đồng kiến tạo và đồng cung ứng giá trị cho du khách và đồng chia sẻ lợi ích kinh tế thông qua dòng tiền và trao đổi giá trị. Chuỗi giá trị du lịch thường gồm bốn nhóm tác nhân chính: (i) nhóm hoạch định và thiết kế sản phẩm, như cơ quan quản lý và tổ chức quy hoạch; (ii) nhóm cung ứng sản phẩm - dịch vụ, gồm điểm tham quan, lưu trú, ẩm thực, vận chuyển; (iii) nhóm trung gian, bao gồm công ty lữ hành và đại lý du lịch; (iv) khách du lịch, là người tiêu dùng cuối cùng. Chuỗi giá trị này thể hiện hai dòng vận động: dòng sản phẩm - dịch vụ từ nhà cung cấp đến du khách và dòng tiền ngược lại, tạo giá trị thặng dư khi doanh thu vượt chi phí. Như vậy, chuỗi giá trị du lịch là khung phân tích quan trọng giúp hiểu rõ mối liên kết, phân phối lợi ích và hướng tới phát triển du lịch bền vững (Song và cộng sự, 2013).

Vận dụng cách tiếp cận chuỗi giá trị vào nghiên cứu DLCĐ ở Mường Lống không chỉ giúp nhận diện vai trò của tri thức địa phương trong từng mắt xích của chuỗi giá trị mà còn góp phần xác định những hạn chế, điểm nghẽn và cơ hội nâng cao hiệu quả phát triển.

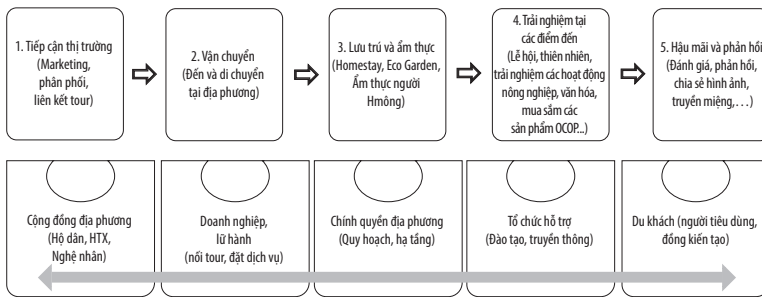
Do vậy, việc nghiên cứu xây dựng chuỗi giá trị DLCĐ dựa trên tri thức địa phương của người Hmông tại xã Mường Lống vừa có ý nghĩa lý luận (bổ sung vào hệ thống nghiên cứu về DLCĐ và phát triển bền vững), vừa có giá trị thực tiễn, góp phần đề xuất giải pháp phát triển sinh kế, bảo tồn văn hóa và nâng cao năng lực quản trị cộng đồng vùng cao biên giới.

<sup>1</sup> Sau sắp xếp đơn vị hành chính (từ ngày 01/7/2025), huyện Kỳ Sơn cũ của tỉnh Nghệ An có 5 xã không thực hiện sắp xếp, trong đó có xã Mường Lống.

**2. Phương pháp nghiên cứu**

Bài viết vận dụng khung phân tích chuỗi giá trị du lịch của GIZ (Partale, 2020) kết hợp với luận điểm về tri thức địa phương của Grenier (1998). Theo GIZ (2020), phân tích chuỗi giá trị trong du lịch được xem là cách tiếp cận hữu hiệu nhằm nhận diện quá trình tạo ra, phân phối và tích lũy giá trị giữa các tác nhân, qua đó xác định các khâu có khả năng tạo giá trị cao, phát hiện điểm nghẽn và đề xuất giải pháp tối ưu hóa lợi ích cho cộng đồng, bảo đảm sự phát triển bền vững của điểm đến. Cách tiếp cận này đặc biệt phù hợp với DLCĐ, nơi lợi ích kinh tế cần gắn liền với bảo tồn văn hóa và tăng cường gắn kết xã hội.

**Hình 1: Khung phân tích chuỗi giá trị du lịch cộng đồng Mường Lống**



Trong chuỗi giá trị DLCĐ, hành trình của du khách phản ánh bốn giai đoạn cơ bản: tiếp cận thị trường, vận chuyển, lưu trú - ẩm thực và trải nghiệm tại điểm đến. Mỗi giai đoạn vừa tạo ra giá trị kinh tế, vừa thể hiện mức độ tham gia, hưởng lợi và đồng kiến tạo của cộng đồng, từ quảng bá và kết nối thị trường, cải thiện khả năng tiếp cận, cung cấp dịch vụ thiết yếu đến kiến tạo trải nghiệm văn hóa địa phương (Viện Nghiên cứu và Phát triển Ngành nghề nông thôn Việt Nam & Asian Foundation, 2012). Các tác nhân tham gia - chính quyền địa phương, tổ chức hỗ trợ, hộ gia đình, hợp tác xã, doanh nghiệp lữ hành và khách du lịch - giữ vai trò khác nhau nhưng liên kết chặt chẽ, quyết định cấu trúc vận hành và tính công bằng trong

phân phối lợi ích của toàn bộ chuỗi (Song và cộng sự, 2013).

Điểm đặc thù của chuỗi giá trị DLCĐ là sự chi phối của tri thức địa phương, tức hệ thống hiểu biết, kỹ năng và thực hành được tích lũy qua nhiều thế hệ, gắn với môi trường tự nhiên và văn hóa của cộng đồng (Grenier, 1998). Từ sản xuất nông nghiệp, nghề thủ công, kiến trúc truyền thống đến lễ hội, tín ngưỡng và nghệ thuật dân gian, tri thức địa phương vừa là nguồn lực đầu vào, vừa là nhân tố cốt lõi tạo nên bản sắc và lợi thế cạnh tranh (Gupta và cộng sự, 2016). Việc tích hợp tri thức địa phương trong toàn bộ chuỗi giá trị - từ thiết kế sản phẩm, cung ứng dịch vụ, định vị thương hiệu đến tiếp nhận

phản hồi - không chỉ tạo ra những trải nghiệm khác biệt và chân thực cho du khách mà còn bảo đảm tính bền vững về văn hóa - xã hội (UNWTO, 2018).

Nghiên cứu sử dụng kết hợp phương pháp định tính và định lượng, phân tích tài liệu thứ cấp là các văn bản chiến lược, báo

cáo quy hoạch phát triển du lịch, tài liệu hướng dẫn xây dựng sản phẩm. Cùng với đó, nghiên cứu tiến hành điều tra xã hội học tại xã Mueang Lống vào tháng 4/2025 nhằm thu thập dữ liệu sơ cấp phục vụ phân tích chuỗi giá trị DLCĐ, với 100 phiếu khảo sát dành cho du khách và 230 phiếu khảo sát dành cho người dân địa phương. Các dữ liệu này được xử lý và phân tích thông qua kết hợp phương pháp thống kê mô tả, phân tích nội dung và khung phân tích chuỗi giá trị, từ đó làm cơ sở cho phân thảo luận và đề xuất giải pháp.

**3. Kết quả nghiên cứu**

**3.1. Tài nguyên du lịch của xã Mueang Lống**

Kết quả nghiên cứu cho thấy, xã Mueang Lống có tài nguyên du lịch đa dạng

và phong phú, gồm cả tài nguyên thiên nhiên và tài nguyên văn hóa.

#### *Về tài nguyên thiên nhiên*

Đây là yếu tố then chốt tạo nên sức hấp dẫn đặc thù của DLCĐ, nhất là ở vùng cao với địa hình, khí hậu và hệ sinh thái độc đáo. Báo cáo của địa phương cho thấy, xã Mường Lống sở hữu nguồn tài nguyên đa dạng, có vai trò quan trọng trong phát triển sản phẩm du lịch (Xem thêm: Đảng bộ xã Mường Lống, 2018):

Địa hình và vị trí địa lý đặc trưng tạo nên tiểu vùng khí hậu ôn đới giữa vùng nhiệt đới. Với độ cao trung bình khoảng 1.050 m, địa hình núi cao, dốc đứng, được bao bọc bởi dãy núi đá vôi và thung lũng biệt lập, xã Mường Lống được ví như một “lòng chảo cao nguyên” hiếm có ở miền Tây tỉnh Nghệ An, thích hợp cho hoạt động săn mây, trekking (du lịch mạo hiểm kết hợp khám phá thiên nhiên), cắm trại và khám phá cảnh quan núi đá.

Khí hậu ôn hòa, mùa hè mát mẻ (18-20°C) và mùa đông có thể xuống -5°C, cùng sương mù bao phủ và độ ẩm cao, tạo điều kiện lý tưởng để phát triển du lịch nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe và du lịch mùa lạnh, khiến xã Mường Lống thường được so sánh với Đà Lạt hay Sa Pa.

Hệ sinh thái rừng với hơn 14.100 ha, nhiều loại gỗ quý và thảm thực vật phong phú không chỉ thích hợp cho hoạt động khám phá thiên nhiên mà còn mở ra triển vọng phát triển du lịch sức khỏe gắn với dược liệu sẵn có.

Cảnh quan nổi bật như Công trời Mường Lống, Thác Rồng, Hang Dơi, Núi Pháp hay mùa hoa mận, hoa đào góp phần tạo nên sức hút đặc biệt, thích hợp cho du lịch khám phá, nghỉ dưỡng và chụp ảnh thiên nhiên.

#### *Về tài nguyên văn hóa*

Bên cạnh thiên nhiên, tài nguyên văn hóa của cộng đồng người Hmông là trụ

cột quan trọng trong phát triển DLCĐ ở xã Mường Lống. Đây là xã chủ yếu là người Hmông với bản sắc văn hóa được bảo tồn khá nguyên vẹn, thể hiện trong lối sống, tập quán, tri thức dân gian và hệ thống nghề truyền thống (Đảng bộ xã Mường Lống, 2018).

Cộng đồng địa phương duy trì nhiều nghề thủ công gắn với sinh kế và nghi lễ như thêu dệt thổ cẩm, làm khèn, rèn nông cụ, làm giấy dó. Kiến trúc nhà truyền thống bằng đất với mái thấp phản ánh sự thích ứng với điều kiện tự nhiên và quan niệm tâm linh. Trang phục, đặc biệt của phụ nữ, với hoa văn thêu tay, phụ kiện bạc và màu sắc rực rỡ, vừa mang giá trị thẩm mỹ vừa có thể tích hợp vào sản phẩm du lịch trình diễn và trải nghiệm.

Âm thực tuy giản dị nhưng đậm tri thức địa phương, cùng với các loại hình diễn xướng dân gian như hát cú xìa, thổi khèn, ném pao hay các trường ca hôn nhân - tang lễ, tạo nên chiều sâu văn hóa độc đáo. Hệ thống tín ngưỡng vạn vật hữu linh, các lễ nghi và lễ hội truyền thống như Ném còn, Hội bò chận, lễ ma khô không chỉ mang giá trị tinh thần mà còn có tiềm năng phát triển thành sản phẩm du lịch sự kiện nếu được tổ chức phù hợp.

Ngoài ra, truyền thuyết dân gian về nguồn gốc tên gọi và hệ thống luật tục Hmông, với triết lý sống đề cao công bằng, danh dự và sự minh bạch, góp phần tạo nên bản sắc văn hóa đặc trưng. Những yếu tố này không chỉ làm giàu trải nghiệm du lịch mà còn là nền tảng để xây dựng chuỗi giá trị DLCĐ gắn với bảo tồn và phát huy di sản văn hóa sống.

### **3.2. Thực trạng chuỗi giá trị du lịch cộng đồng Mường Lống**

#### *Thứ nhất, về tiếp cận thị trường*

Tiếp cận thị trường là khâu khởi đầu nhưng có tính quyết định trong chuỗi giá trị DLCĐ, bởi nó thiết lập cầu nối giữa sản

phẩm du lịch địa phương và khách hàng mục tiêu. Theo GIZ (2020), tiếp cận thị trường không chỉ bao gồm truyền thông - tiếp thị, mà còn liên quan đến chiến lược thương hiệu, định vị sản phẩm, tổ chức phân phối và duy trì quan hệ hậu mãi. Đối với một điểm đến miền núi như xã Mường Lống, nơi hạ tầng và điều kiện kinh doanh còn hạn chế, năng lực này đặc biệt quan trọng để thu hút du khách và xây dựng thương hiệu bền vững.

Khảo sát thực địa của chúng tôi cho thấy, cơ cấu khách hàng tại xã Mường Lống hiện chủ yếu là khách đoàn chiếm 56,8%, trong khi khách gia đình và khách lẻ cùng chiếm 21,6%. Điều này cho thấy điểm đến phụ thuộc lớn vào các tổ chức tập thể (cơ quan, trường học, hội nhóm) hơn là khách cá nhân, đặt ra yêu cầu điều chỉnh chính sách truyền thông và sản phẩm phù hợp. Về kênh tiếp cận, 82,0% du khách biết đến xã Mường Lống qua bạn bè, người thân và đồng nghiệp, khẳng định vai trò của truyền miệng trong quảng bá DLCĐ. Kênh Internet và mạng xã hội chiếm 52,0%, phản ánh tiềm năng số hóa nhưng hiện mới dừng ở mức tự phát, thiếu tính chuyên nghiệp. Các kênh truyền thông như doanh nghiệp lữ hành (27,0%), truyền hình (20,0%) và ấn phẩm in có tỷ lệ tiếp cận thấp, cho thấy điểm đến chưa có chiến dịch tiếp thị tích hợp và đồng bộ.

Kết quả khảo sát cũng cho thấy một hạn chế khác là năng lực liên kết thị trường còn rất thấp: chỉ 13,0% số hộ dân có kết nối với dịch vụ du lịch khác, trong khi 87,0% hoạt động độc lập, dẫn đến phân mảnh và hạn chế khả năng tích hợp vào các tuyến du lịch cấp tỉnh.

Như vậy, tiếp cận thị trường tại xã Mường Lống còn yếu, phụ thuộc chủ yếu vào truyền miệng và chưa tận dụng hiệu quả các kênh truyền thông hiện đại. Trong bối cảnh điểm đến đã được công nhận là

điểm du lịch chính thức và đạt chuẩn OCOP 3 sao, việc tái cấu trúc chiến lược tiếp thị theo hướng số hóa, chuyên nghiệp hóa và tăng cường liên kết cộng đồng cần được xem là giải pháp trọng tâm để nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững.

#### *Thứ hai, về vận chuyển*

Vận chuyển là khâu trung gian quan trọng trong chuỗi giá trị du lịch, quyết định khả năng tiếp cận điểm đến và ảnh hưởng trực tiếp đến sự lựa chọn cũng như mức độ hài lòng của du khách. Đối với xã Mường Lống, yếu tố này càng có ý nghĩa khi địa hình miền núi hiểm trở và cơ sở hạ tầng còn hạn chế, khiến tính khả thi của phát triển DLCĐ phụ thuộc nhiều vào năng lực giao thông.

Xã Mường Lống nằm cách trung tâm tỉnh Nghệ An khoảng 270 km và xã Mường Xén (trung tâm huyện Kỳ Sơn cũ) gần 47 km. Tuyến đường chủ yếu là đường bộ, đi đến xã Mường Lống mất khoảng 6 giờ từ phường Thành Vinh và hơn 1 giờ từ xã Mường Xén. Kết quả khảo sát của chúng tôi cho thấy, khách nội huyện Kỳ Sơn cũ chiếm 49,0%, nội tỉnh 33,3%, ngoài tỉnh 15,7% và khách quốc tế chỉ đạt 2,0%. Cơ cấu này phản ánh rõ hạn chế về tiếp cận, khi thị trường khách vẫn chủ yếu bó hẹp trong phạm vi địa phương và phụ thuộc vào điều kiện tự túc.

Về phương tiện di chuyển, ô tô cơ quan hoặc cá nhân được sử dụng nhiều nhất (57,0%), tiếp theo là ô tô du lịch của công ty lữ hành (23,0%) và xe máy (20,0%). Các dịch vụ vận tải khác như taxi, xe ôm hoặc cho thuê xe máy hầu như không đáng kể. Thực tế này cho thấy hệ sinh thái vận tải hỗ trợ du lịch tại chỗ chưa được hình thành, khiến điểm đến khó tiếp cận với khách lẻ, khách độc lập hoặc khách quốc tế.

Như vậy, vận chuyển hiện là một “điểm nghẽn” lớn trong chuỗi giá trị DLCĐ Mường Lống. Mặc dù địa phương đã có cải thiện nhất định về hạ tầng, song

dịch vụ vận tải du lịch vẫn thiếu đồng bộ, chưa thân thiện và chưa gắn kết với nhu cầu trải nghiệm của du khách. Trong bối cảnh điểm đến đã được công nhận chính thức, việc quy hoạch lại hệ thống vận tải kết nối - bao gồm phương tiện trung chuyển, dịch vụ vận tải sinh thái và liên kết với doanh nghiệp vận tải - là yêu cầu cấp thiết để nâng cao năng lực cạnh tranh của DLCĐ.

#### *Thứ ba, về lưu trú và ẩm thực*

Dịch vụ lưu trú và ẩm thực là hai mắt xích thiết yếu trong chuỗi giá trị DLCĐ, không chỉ đáp ứng nhu cầu cơ bản của du khách mà còn tạo ra trải nghiệm gắn kết trực tiếp với đời sống, văn hóa và tri thức địa phương. Đối với xã Mường Lống - nơi cộng đồng người Hmông còn bảo tồn nhiều giá trị truyền thống - các dịch vụ này có ý nghĩa đặc biệt trong việc chuyển tải bản sắc và kích hoạt kinh tế tại chỗ.

Về lưu trú, hệ thống cơ sở lưu trú hiện ở giai đoạn khởi đầu nhưng đã cho thấy xu hướng phát triển tích cực. Tính đến năm 2025, xã Mường Lống có 5 homestay do hộ dân đầu tư, cùng khu nghỉ dưỡng sinh thái cộng đồng Mường Lống Eco Garden với quy mô lớn, cung cấp 17 bungalow và nhà sàn cộng đồng, tích hợp nhiều tiện ích hiện đại. Một số mô hình khác như Mường Lống Village hay homestay hộ gia đình (Lầu Y Dính, Vừ Tòng Pó, Sênh Lý) khai thác kiến trúc truyền thống kết hợp cảnh quan địa phương, mang lại trải nghiệm “sống như người Hmông” - yếu tố cốt lõi của DLCĐ. Tuy quy mô còn hạn chế, nhưng hệ thống lưu trú đã tạo động lực để cộng đồng tham gia, từng bước hình thành mạng lưới dịch vụ gắn với bản sắc văn hóa.

Về ẩm thực, phần lớn dịch vụ được cung cấp tại các homestay, dựa trên nguyên liệu tự sản xuất và phương thức chế biến truyền thống. Thực đơn đặc trưng gồm: gà đen nướng, lợn bản, bò giàng, cá suối, thịt gác bếp, măng rừng, cải mèo luộc, cùng các loại

gia vị bản địa như mắc khén, thảo quả, hạt dổi. Những món ăn này phản ánh tri thức địa phương trong canh tác, bảo quản và sử dụng thực phẩm, đồng thời thể hiện sự thích ứng với điều kiện sinh thái miền núi cao. Đáng chú ý, bữa ăn thường diễn ra trong không gian bếp truyền thống với bếp củi, mâm gỗ, chén bát thủ công, cho du khách được “sống trong bữa ăn của người Hmông”. Đây là cơ sở để phát triển sản phẩm du lịch ẩm thực như lớp học nấu ăn, trải nghiệm thu hoạch nông lâm sản và chế biến cùng người dân.

Nhìn chung, lưu trú và ẩm thực tại xã Mường Lống đã bước đầu hình thành hệ sinh thái dịch vụ cộng đồng mang tính bản sắc, nhưng vẫn ở quy mô nhỏ lẻ và thiếu chuyên nghiệp. Để nâng cao năng lực cạnh tranh trong chuỗi giá trị, cần tiếp tục chuẩn hóa chất lượng dịch vụ, nâng cao năng lực quản lý của hộ dân, thiết kế sản phẩm trải nghiệm văn hóa - ẩm thực đặc thù, đồng thời xây dựng thương hiệu homestay gắn với câu chuyện tri thức địa phương.

#### *Thứ tư, về các hoạt động trải nghiệm tại điểm đến*

Trải nghiệm tại điểm đến là khâu trung tâm trong chuỗi giá trị DLCĐ, nơi du khách trực tiếp tiếp xúc với tài nguyên văn hóa - tự nhiên và tương tác với cộng đồng địa phương. Theo GIZ (2020), đây là giai đoạn tạo ra phần lớn giá trị cảm xúc, định hình ấn tượng, sự hài lòng và khả năng quay trở lại của du khách.

Tại xã Mường Lống, các hoạt động trải nghiệm được thiết kế dựa trên nền tảng tri thức địa phương, phản ánh sự gắn kết giữa cộng đồng người Hmông với môi trường sống. Một số sản phẩm tiêu biểu là trải nghiệm nông nghiệp và lễ hội, tiêu biểu như Lễ hội hái mận - diễn ra vào cuối tháng 5, mùa thu hoạch đặc sản mận hậu - kết hợp hoạt động thu hoạch, thưởng thức ẩm thực, chợ phiên và trò chơi dân gian. Bên cạnh đó, Lễ hội chọi bò (Hội bò chận) diễn ra

dịp Tết Độc lập 2/9 là sự kiện văn hóa - tâm linh đặc trưng, vừa thể hiện sức mạnh cộng đồng, vừa tạo không gian giao lưu nghệ thuật dân gian như múa khèn, ném pao, hát giao duyên.

Trải nghiệm thiên nhiên - sinh thái cũng là điểm mạnh, với các địa danh như Thác Rồng, Công trời Mường Lống, vườn dược liệu TH, vườn mận và đồi cỏ lau. Đây là những cảnh quan hoang sơ, phù hợp cho dã ngoại, trekking, tắm suối hay khám phá hệ sinh thái rừng nhiệt đới. Tuy nhiên, các điểm đến này hiện thiếu biển chỉ dẫn, thuyết minh và dịch vụ hỗ trợ, dẫn đến thời gian trải nghiệm ngắn và mức chi tiêu của du khách chưa cao.

Đặc biệt, trải nghiệm văn hóa - tri thức địa phương tạo nên lợi thế khác biệt cho du lịch Mường Lống. Các hoạt động như học múa khèn, tham gia trò chơi dân gian, trải nghiệm nghề dệt, rèn, làm giấy dó, hay thưởng thức diễn xướng dân gian (hát cù xia, lù tẩu) không chỉ mang tính giải trí mà còn giúp du khách tham gia vào quá trình đồng phát huy giá trị văn hóa. Đây là minh chứng cho vai trò chiến lược của tri thức địa phương trong việc xây dựng sản phẩm DLCĐ độc đáo và bền vững (Viện Nghiên cứu và Phát triển Ngành nghề nông thôn Việt Nam & Asian Foundation, 2012).

Tóm lại, giai đoạn trải nghiệm tại điểm đến của DLCĐ Mường Lống có nền tảng vững chắc từ tài nguyên tự nhiên và văn hóa, nhưng vẫn thiếu tính hệ thống và chuyên nghiệp trong tổ chức. Việc hoàn thiện hạ tầng hỗ trợ, xây dựng tuyến trải nghiệm tích hợp và nâng cao năng lực kể chuyện văn hóa của cộng đồng sẽ là những giải pháp trọng tâm để gia tăng giá trị và tính bền vững của chuỗi.

### 3.3. Phân tích SWOT

Về điểm mạnh, xã Mường Lống có hệ tài nguyên thiên nhiên và văn hóa đặc sắc, với địa hình thung lũng trên 1.000 m, khí

hậu ôn đới mát mẻ quanh năm, cảnh quan nổi bật như Công Trời, Thác Rồng, rừng dược liệu - nền tảng cho phát triển du lịch sinh thái và nghỉ dưỡng. Văn hóa Hmông được bảo tồn khá nguyên vẹn với lễ hội (hái mận, chọi bò), diễn xướng dân gian, nghề thủ công và ẩm thực truyền thống, tạo lợi thế để xây dựng sản phẩm du lịch mang bản sắc. Một số mô hình DLCĐ (Eco Garden, Mường Lống Village, homestay hộ dân) bước đầu kết hợp kiến trúc truyền thống và tiện nghi hiện đại. Nhận thức cộng đồng cũng có chuyển biến tích cực, xuất hiện xu hướng khởi nghiệp và cung ứng dịch vụ hỗ trợ.

Về điểm yếu, năng lực quản lý và điều phối chuỗi còn hạn chế, thiếu cơ chế phối hợp giữa chính quyền, cộng đồng và doanh nghiệp. Hoạt động tiếp cận thị trường yếu, 87% hộ dân chưa có liên kết dịch vụ, khách chủ yếu nội huyện, khách quốc tế chỉ đạt 2%. Truyền thông và nhận diện thương hiệu chưa chuyên nghiệp, hạ tầng còn nhiều bất cập (giao thông, vệ sinh, Internet, an toàn thực phẩm). Tỷ lệ tham gia cộng đồng vào hoạt động du lịch thấp, dịch vụ còn tự phát, thiếu tiêu chuẩn hóa và khó đáp ứng nhu cầu khách ngoài tỉnh hoặc quốc tế.

Về cơ hội, nhu cầu du lịch sinh thái - văn hóa tăng mạnh, du khách ngày càng ưu tiên trải nghiệm đời sống thực tế và văn hóa địa phương. Chính sách quốc gia và địa phương, như Nghị quyết số 82/NQ-CP (2023) và Chương trình mục tiêu quốc gia 2021-2030, tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển DLCĐ vùng dân tộc thiểu số. Xã Mường Lống được công nhận là điểm DLCĐ cấp tỉnh (tháng 7/2025), mở ra cơ hội thu hút đầu tư. Ngoài ra, chương trình OCOP và sự phổ biến của công nghệ số giúp đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao hiệu quả quảng bá.

Về thách thức, thiếu cơ chế phối hợp và tổ chức điều phối khiến phát triển DLCĐ còn manh mún. Năng lực cộng

đồng trong tổ chức dịch vụ và kỹ năng còn thấp, nhất là về ngoại ngữ, quản lý, an toàn thực phẩm. Xã Mường Lống chưa có sản phẩm du lịch biểu tượng rõ nét để định vị thương hiệu. Hạ tầng kỹ thuật và hạ tầng số còn yếu, trong khi cạnh tranh giữa các điểm DLCĐ khác trong khu vực ngày càng gia tăng, tạo áp lực lớn cho việc tạo sự khác biệt.

Tóm lại, phân tích SWOT cho thấy xã Mường Lống có tiềm năng nổi bật nhưng để phát triển DLCĐ bền vững cần khắc phục hạn chế, tận dụng cơ hội và xây dựng chuỗi giá trị có sức cạnh tranh.

#### 4. Giải pháp và khuyến nghị

Để phát triển chuỗi giá trị DLCĐ Mường Lống, cần chú ý đến những giải pháp sau:

*Thứ nhất*, cần tăng cường năng lực nội sinh của cộng đồng dựa trên tri thức địa phương, bởi DLCĐ chỉ có thể bền vững khi người dân thực sự là chủ thể chuỗi giá trị. Điều này đòi hỏi các chương trình đào tạo bài bản về nghiệp vụ du lịch, kỹ năng thuyết minh và giao tiếp liên văn hóa, đồng thời khuyến khích mỗi người dân trở thành một hướng dẫn viên. Song song, việc xây dựng bộ quy chuẩn dịch vụ gắn với yếu tố văn hóa Hmông sẽ giúp nâng cao chất lượng phục vụ và duy trì tính nhất quán trong trải nghiệm của du khách.

*Thứ hai*, sản phẩm du lịch cần được phát triển trên nền tảng văn hóa địa phương và trải nghiệm thực hành. Tri thức dân gian phong phú của người Hmông như dệt lanh, nấu rượu ngô, chế biến ẩm thực, thổi khèn, hát *cứ xia*, *lù tẩu*... cần được chuyển hóa thành tour du lịch có chủ đề rõ ràng, khuyến khích du khách tham gia thực hành. Mỗi hoạt động nên được thiết kế theo tinh thần đồng kiến tạo, trong đó người dân là nghệ nhân truyền dạy, còn du khách trở thành “người học việc”. Cách tiếp cận này vừa tạo giá trị cảm xúc đặc biệt cho du khách,

vừa góp phần bảo tồn và phát huy di sản văn hóa phi vật thể.

*Thứ ba*, cần xây dựng mô hình bản làng DLCĐ đặc trưng, được quy hoạch thành các cụm không gian du lịch tích hợp: lưu trú, ẩm thực, trình diễn văn hóa, trải nghiệm sản xuất, chợ phiên và điểm bán sản phẩm OCOP. Mỗi bản là một điểm đến, mỗi hộ dân là một tác nhân của chuỗi dịch vụ, còn sản phẩm OCOP trở thành câu chuyện văn hóa để kể với du khách. Hướng tiếp cận này biến bản làng thành “bảo tàng sống” về đời sống người Hmông, tạo ra trải nghiệm sâu sắc và gắn kết cảm xúc cho khách tham quan.

*Thứ tư*, việc tăng cường liên kết chuỗi giữa cộng đồng - doanh nghiệp - chính quyền có ý nghĩa then chốt. Một mô hình “đồng quản trị du lịch” cần được thiết lập, trong đó doanh nghiệp giữ vai trò kết nối thị trường, chính quyền tạo khung thể chế và cơ chế hỗ trợ, còn cộng đồng trực tiếp cung ứng dịch vụ và bảo tồn tài nguyên. Cơ chế phân chia lợi ích minh bạch phải được đảm bảo, đồng thời khuyến khích doanh nghiệp xây dựng các tour dài ngày thay vì tour ngắn hạn.

*Thứ năm*, chuyển đổi số là công cụ quan trọng trong quảng bá và vận hành DLCĐ. Cần phát triển các kênh truyền thông số như fanpage, bản đồ số du lịch bản làng, nội dung đa ngôn ngữ giới thiệu sản phẩm và trải nghiệm. Đồng thời, hỗ trợ cộng đồng tiếp cận nền tảng đặt phòng trực tuyến nội địa (Mytour, Vntrip) và quốc tế (Booking, Airbnb) nhằm mở rộng thị trường, giảm phụ thuộc vào kênh truyền thông và nâng cao tính chuyên nghiệp.

Trên cơ sở những phân tích từ thực tiễn khảo sát, chúng tôi đưa ra một số khuyến nghị sau:

Đối với *chính quyền địa phương*, cần quy hoạch phát triển DLCĐ gắn với chuỗi giá trị và sản phẩm đặc trưng, ưu tiên hạ

tầng thiết yếu (giao thông, điện, nước, vệ sinh, Internet) và xây dựng mô hình “bản DLCĐ kiểu mẫu” để nhân rộng.

Đối với *doanh nghiệp lữ hành*, cần hình thành liên minh cộng đồng - doanh nghiệp - chính quyền nhằm phát triển sản phẩm trải nghiệm đặc thù, đảm bảo phân chia lợi ích minh bạch và đồng hành trong đào tạo, quảng bá, mở rộng thị trường. Các tour chuyên đề gắn với tri thức địa phương như ẩm thực, biểu diễn khèn, dệt lanh, lễ hội cần được chú trọng.

Đối với *cộng đồng và hợp tác xã*, cần xây dựng bộ quy chuẩn dịch vụ mang bản sắc địa phương, tổ chức các nhóm nòng cốt, khuyến khích người dân trở thành hướng dẫn viên, đồng thời thúc đẩy chuyển đổi số qua fanpage, đặt phòng trực tuyến, kết nối mạng lưới homestay và sản phẩm OCOP.

Đối với *các tổ chức hỗ trợ*, tập trung nâng cao năng lực quản trị chuỗi, thiết kế sản phẩm gắn với bảo tồn văn hóa, thúc đẩy du lịch có trách nhiệm, đồng thời nghiên cứu, tư vấn chính sách và triển khai mô hình phù hợp với điều kiện miền núi và dân tộc thiểu số.

## 5. Kết luận

Nghiên cứu đã tập trung phân tích tài nguyên du lịch Mường Lống, nhận diện vai trò của các tác nhân tham gia, phân tích cách thức tri thức địa phương được lồng ghép trong từng khâu, đồng thời chỉ ra những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức đối với DLCĐ ở xã Mường Lống. Trên cơ sở đó, bài viết đưa ra những gợi ý giải pháp nhằm phát huy tri thức địa phương trong phát triển chuỗi giá trị DLCĐ ở xã Mường Lống, góp phần phát triển sinh kế, bảo tồn văn hóa ở vùng đồng bào dân tộc thiểu số ở Việt Nam. Kết quả nghiên cứu hy vọng có thể đóng góp cho việc xây dựng chuỗi giá trị DLCĐ dựa trên tri thức địa phương của người Hmông tại xã Mường Lống trong thời gian tới □

## Tài liệu tham khảo

1. Đảng bộ xã Mường Lống (2018), *Lịch sử Đảng bộ xã Mường Lống (1961-2015)*, Nxb. Hồng Đức, Hà Nội.
2. Grenier, L. (1998), *Working with indigenous knowledge: A guide for researchers*, Idrc.
3. Gupta, S. & Rout, P.C. (2016), “The Value chain approach in community based ecotourism: A conceptual framework on sustainable mountain development in the Jaunsar-Bawar region of Uttarakhand”, *Amity Research Journal of Tourism, Aviation and Hospitality*, 1 (01), 27-38.
4. Partale, K. (2020), *The tourism value chain: Analysis and practical approaches for development cooperation projects: BonnGermany - Deutsche Gesellschaft Für Internationale Zusammenarbeit (GIZ)*.
5. Porter, M.E. (2008), *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*, Simon and Schuster.
6. Song, H., Liu, J., & Chen, G. (2013), “Tourism value chain governance: Review and prospects”, *Journal of Travel Research*, 52 (1), 15-28.
7. UBND huyện Kỳ Sơn (2025), *Báo cáo đánh giá kết quả phát triển du lịch giai đoạn 2021-2025, nhiệm vụ, giải pháp thực hiện giai đoạn 2026-2030 trên địa bàn huyện Kỳ Sơn*.
8. UNWTO (2018), *Tourism for development: Volume I: Key areas for action*, World Tourism Organization.
9. Viện Nghiên cứu và Phát triển Ngành nghề nông thôn Việt Nam, Asian Foundation (2012), *Tài liệu hướng dẫn du lịch cộng đồng: Các nguyên tắc và công cụ thực hành tại Việt Nam*, [https://lib.agu.edu.vn/images\\_old\\_lib/image\\_content\\_lib/tailieuhuongdan.pdf](https://lib.agu.edu.vn/images_old_lib/image_content_lib/tailieuhuongdan.pdf)