

PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH DỰA TRÊN GIÁ TRỊ VĂN HÓA TRUYỀN THỐNG TẠI MỘC CHÂU (SƠN LA)

ĐOÀN THỊ HOÀNG ANH * - LÊ ANH TUẤN **

Tóm tắt: Mộc Châu được công nhận là Khu du lịch quốc gia năm 2023, nơi đây có nhiều giá trị tài nguyên, đặc biệt là các giá trị về văn hóa truyền thống, nhiều sản phẩm du lịch đã được phát triển để phục vụ nhu cầu của du khách. Dựa trên phương pháp phân tích nội dung, phương pháp so sánh, bài viết bước đầu đánh giá được những khoảng cách, giữa định hướng quy hoạch sản phẩm của Khu du lịch quốc gia Mộc Châu với thực tiễn phát triển các sản phẩm của các doanh nghiệp du lịch... từ đó đề xuất một số giải pháp để cải thiện trong thời gian tới.

Từ khóa: giá trị văn hóa truyền thống, sản phẩm du lịch, khu du lịch Mộc Châu.

Abstract: Moc Chau, recognized as a National Tourist Area in 2023, possesses numerous valuable resources, notably its rich traditional cultural values. Many tourism products have been developed to serve the needs of visitors. Based on content analysis and comparative methods, this article initially assesses the gaps between the planned product development direction of the Moc Chau National Tourist Area and the actual development of products by the tourism businesses. From this analysis, the article proposes targeted solutions for future sustainable development.

Keywords: traditional cultural values, tourism products, Moc Chau tourist area.

1. Phát triển sản phẩm du lịch dựa trên giá trị văn hóa truyền thống

Sản phẩm du lịch

Sản phẩm du lịch đóng vai trò quan trọng trong phát triển du lịch, quyết định năng lực cạnh tranh, thu hút khách du lịch đến với quốc gia, điểm đến và đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Sản phẩm du lịch là hàng hóa, dịch vụ hoặc gói hàng hóa, dịch vụ để khách du lịch mua khi đến thăm một điểm đến mới. Các sản phẩm và dịch vụ du lịch giúp khách du lịch khám phá điểm đến thông qua các hoạt động tham quan, trải nghiệm, mua quà lưu niệm. Sản phẩm du lịch có thể bao gồm các điểm tham quan tự nhiên hoặc nhân tạo, khách sạn, khu nghỉ dưỡng, nhà hàng, nhà hát, hoạt động, lễ hội và sự kiện.

Phát triển sản phẩm du lịch

Trong thực tiễn, việc phát triển sản phẩm du lịch được các chủ thể trong ngành Du lịch quan tâm, trong đó có các cơ quan quản lý nhà nước, các hiệp hội nghề nghiệp và các doanh nghiệp du lịch với mục tiêu thu hút khách, thỏa mãn nhu cầu của

khách du lịch trong nước và quốc tế. Phát triển sản phẩm du lịch phụ thuộc vào tài nguyên du lịch, chủ trương chính sách của địa phương, quốc gia và nhu cầu của khách du lịch. Phát triển sản phẩm du lịch là một quá trình, trong đó tài sản của một điểm đến cụ thể được hình thành nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng trong nước và quốc tế. Phát triển sản phẩm du lịch có nghĩa là đưa các sản phẩm, trải nghiệm và dịch vụ mới và sáng tạo ra thị trường để khách du lịch mua. Phát triển sản phẩm có thể có nhiều hình thức, có nhiều giai đoạn phát triển sản phẩm, nhưng tất cả đều bắt đầu bằng việc xác định nhu cầu thị trường.

Vai trò của văn hóa truyền thống trong phát triển sản phẩm du lịch

Sản phẩm du lịch được phát triển dựa trên tài nguyên du lịch, trong đó có tài nguyên du lịch tự nhiên, tài nguyên du lịch văn hóa và các yếu tố khác. Tài nguyên du lịch văn hóa bao gồm các di tích lịch sử - văn hóa, di tích cách mạng, khảo cổ, kiến trúc; giá trị văn hóa truyền thống, lễ

hội, văn nghệ dân gian và các giá trị văn hóa khác; công trình lao động sáng tạo của con người có giá trị phục vụ phát triển du lịch. Trong tài nguyên du lịch văn hóa, văn hóa truyền thống có vị trí quan trọng trong thu hút khách du lịch. Hầu hết các sản phẩm du lịch là các chương trình du lịch đến một điểm nào đó có giá trị văn hóa truyền thống luôn hiện diện trong chương trình du lịch được phát triển phục vụ nhu cầu của du khách.

Việc bảo tồn, phát huy giá trị các yếu tố của văn hóa truyền thống để phát triển sản phẩm du lịch cũng đã được xác định trong chủ trương, chính sách của Đảng và pháp luật Nhà nước ta. Trong chiến lược phát triển du lịch Việt Nam, các quy hoạch phát triển điểm đến, khu du lịch quốc gia hay quy hoạch hệ thống du lịch quốc gia, các giá trị văn hóa truyền thống luôn đóng vai trò quan trọng, được xem xét, hệ thống hóa một cách kỹ lưỡng để định hướng phát triển các sản phẩm du lịch văn hóa. Điều này khẳng định rằng giá trị văn hóa nói chung, giá trị văn hóa truyền thống nói riêng đóng vai trò rất quan trọng trong phát triển sản phẩm du lịch nói riêng và du lịch nói chung.

2. Định hướng phát triển sản phẩm du lịch dựa trên giá trị văn hóa truyền thống tại Mộc Châu, Sơn La trong quy hoạch Khu du lịch quốc gia

Tiềm năng phát triển sản phẩm du lịch văn hóa tại Mộc Châu, Sơn La

Mộc Châu có sự đa dạng về bản sắc văn hóa với nhiều dân tộc anh em cùng sinh sống trên địa bàn. Theo thống kê, hiện có 12 dân tộc anh em đang sinh sống tại khu vực, trong đó, người Thái: 33%, người Mông 18%, người Kinh 15%, ngoài ra còn có người Lào, Hoa, Khơ Mú, Dao, Tày... (1). Mỗi dân tộc có một nền văn hóa đặc trưng độc đáo riêng được hình thành từ lâu đời với những giá trị văn hóa truyền thống tạo ra những nét hấp dẫn khách du lịch như: phong tục tập quán, lễ hội truyền thống, kho tàng văn hóa dân gian (văn học truyền khẩu, kiến trúc, trang phục...), nghệ thuật biểu diễn (các điệu múa dân gian, các loại nhạc cụ...), nghề thủ công truyền thống, sản vật và văn hóa ẩm thực... (2). Các điểm tài nguyên du lịch văn hóa chủ yếu:

Hệ thống các di tích lịch sử văn hóa và cách mạng, gồm: đồn Mộc Ly, bia lưu niệm Đoàn 83 quân tình nguyện Việt Nam tại Lào, di tích lịch sử nơi Bác Hồ nói chuyện với nhân dân Mộc Châu, di tích lịch sử đoàn 52 Tây Tiến, di tích lịch sử bia cắm thù, di tích chùa Vạt Hồng - bản Vạt, đền Hang Miếng...

Hệ thống di chỉ khảo cổ học khu vực ven sông Đà như: hang Quan Tài cổ, hóa thạch động vật, dấu

tích khắc trên đá... Các bản làng văn hóa dân tộc còn lưu giữ được nét sinh hoạt, văn hóa truyền thống, có thể khai thác để tạo thành những sản phẩm du lịch có giá trị, như: bản Phụ Mẫu, Co Hào, Nà Bai, Lóng Luông, Suối Lìn, Bản Áng, Tà Phình, Nậm Khao, Cà Đặc, bản Nà Coóng...

Các chuyên gia thực hiện xây dựng quy hoạch Khu du lịch quốc gia Mộc Châu đã nhận xét: sự đa dạng của bản sắc văn hóa với nhiều dân tộc, lịch sử văn hóa lâu đời là điều kiện thuận lợi để khai thác phát triển các sản phẩm du lịch văn hóa độc đáo, có giá trị cao (3).

Định hướng phát triển sản phẩm du lịch trong quy hoạch Khu du lịch quốc gia Mộc Châu

Trên cơ sở đánh giá tiềm năng phát triển du lịch, quy hoạch đã định hướng phát triển các loại hình sản phẩm du lịch văn hóa dựa trên các giá trị văn hóa đặc sắc của Mộc Châu, đặc biệt là bản sắc văn hóa truyền thống dân tộc, gồm: các chương trình du lịch tham quan hệ thống di tích lịch sử văn hóa; các chương trình tham quan bản làng dân tộc thiểu số; các chương trình du lịch khảo cứu sưu tầm văn hóa dân tộc thiểu số; các chương trình du lịch ẩm thực: các chương trình du lịch với mục đích chủ đạo là nghiên cứu và thưởng thức các đặc sản ẩm thực của Mộc Châu; các sự kiện ẩm thực như Tuần văn hóa sữa, Tuần văn hóa chè, hội đua ngựa, hội xòe, chợ tình người Mông, hội chơi trâu...; các chương trình du lịch lễ hội truyền thống của các dân tộc như: Tết Độc lập, lễ hội Nào Sóng của người Mông, Tết truyền thống của các dân tộc khác, các lễ hội Sên bản, Sên mừng, Hết Chá gắn với các di tích lịch sử; các chương trình du lịch theo hình thức homestay: chương trình du lịch trải nghiệm cuộc sống với người dân tộc thiểu số, chương trình du lịch trải nghiệm cuộc sống ở các nông trại - nông trường (4).

Quyết định số 2050/QĐ-TTg ngày 12-11-2014 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Mộc Châu, tỉnh Sơn La đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, đã xác định 4 nhóm sản phẩm chính, trong đó có 2 nhóm: Du lịch tham quan di tích lịch sử văn hóa, danh thắng (tham quan bản làng, du lịch ẩm thực); du lịch gắn với lễ hội đặc thù của địa phương như: Tết độc lập của người Mông, các lễ hội truyền thống...; Du lịch cộng đồng, đặc biệt trú trọng hình thức du lịch nghỉ tại nhà dân (homestay), nghiên cứu trải nghiệm văn hóa dân tộc thiểu số gắn chặt chẽ với các giá trị văn hóa truyền thống của Mộc Châu.

Đặc điểm các sản phẩm du lịch được các doanh nghiệp du lịch phát triển thời gian qua

Thông qua phương pháp phân tích nội dung, các tác giả đã tiến hành tra cứu thông tin trên Google search với từ khóa: *Tour du lịch tới Mộc Châu vào thời điểm tháng 2 năm 2025*. Kết quả, ngoài nhiều trang tin điện tử của các địa phương, các cơ quan quản lý nhà nước các cấp về du lịch, các cơ quan báo chí có một số bài viết liên quan đến du lịch Mộc Châu, còn có 90 doanh nghiệp du lịch đã đăng tải thông tin chào bán các sản phẩm (chương trình du lịch) trong giai đoạn năm 2024 và đầu năm 2025.

Chúng tôi lựa chọn 90 chương trình du lịch của 90 doanh nghiệp. Trường hợp doanh nghiệp có nhiều phương án lựa chọn, chúng tôi lựa chọn phương án đầu tiên, tiến hành phân tích nội dung theo các khía cạnh: thuần túy chỉ các điểm tham quan tại Mộc Châu hay kết hợp các điểm tham quan tại Mộc Châu với các điểm tham quan tại các địa phương khác cùng thời gian; các điểm tham quan được lựa chọn trong chương trình; các bản làng dân tộc thiểu số với các hoạt động trải nghiệm; các hoạt động tham quan, trải nghiệm, giao lưu văn hóa với người dân địa phương; các nội dung về văn hóa ẩm thực; có nội dung ngắm hoa theo mùa tại Mộc Châu; thu hái mận và giao lưu văn hóa với người dân địa phương. Kết quả phân tích bước đầu như sau:

Đối với khía cạnh thuần túy chỉ có các điểm tham quan tại Mộc Châu: tổng số chương trình gồm 70/90 chương trình, với thời gian cụ thể: 1 ngày có 1/90 chương trình du lịch; 2 ngày 1 đêm có 63/90 chương trình du lịch; thời gian 3 ngày 2 đêm có 6/90; chương trình kết hợp giữa các điểm tham quan tại Mộc Châu và các điểm tham quan của địa phương khác như Mai Châu, Tà Xùa, Điện Biên, Sa Pa, Hà Giang... với thời lượng 2 ngày 1 đêm, 3 ngày 2 đêm, 4 ngày 3 đêm, có tổng số 20/90 chương trình, trong đó, có 15 chương trình kết hợp giữa Mộc Châu và Mai Châu.

Đối với khía cạnh các điểm tham quan tại Mộc Châu được lựa chọn trong chương trình: Các điểm tham quan sau đây, luôn xuất hiện trong các chương trình du lịch đi Mộc Châu: điểm dừng đèo Thung Khe, thác Dải Yếm, rừng thông Bản Áng, đồi chè trái tim, Happy Land, cầu kính Bạch Long.

Đối với khía cạnh các bản làng dân tộc được gọi ý trong chương trình du lịch, gồm: Tà Phình, Bản Vật, Bản Mền, Bản Áng, Bản Phiêng Cành, làng nguyên thủy Hang Tấu, bản Phụ Mẫu, tuy nhiên số lượng các chương trình du lịch lựa chọn và đưa các bản làng vào chương trình du lịch Mộc Châu không nhiều, chỉ có 7/90 chương trình được các doanh

nh nghiệp đưa trực tiếp, trong đó có giới thiệu các nội dung như sinh hoạt, tham gia hoạt động trải nghiệm với người dân địa phương, cách thức sinh hoạt hằng ngày, trải nghiệm văn hóa ẩm thực...

Đối với khía cạnh hoạt động giao lưu, trải nghiệm văn hóa truyền thống với người dân địa phương: có 25/90 chương trình du lịch có đề cập tới hoạt động giao lưu, văn hóa truyền thống với người dân bản địa vào buổi tối tại địa bàn thị trấn Mộc Châu. Có 2/90 chương trình du lịch đề cập tới nội dung tham dự chợ tình Mộc Châu. Ngoài ra, có 5/90 chương trình có gợi ý tham quan chợ vùng cao trong lịch trình.

Đối với khía cạnh trải nghiệm văn hóa ẩm thực truyền thống: có 35/90 chương trình du lịch có đề cập tới các món ăn truyền thống, văn hóa ẩm thực địa phương.

Đối với khía cạnh trải nghiệm, ngắm hoa mận, tam giác mạch, hoa cải... trong đó chủ yếu là hoa mận, có 45/90 chương trình có đề cập, trong đó có nêu các mùa vụ, thời gian có thể trải nghiệm.

Nội dung trải nghiệm cuộc sống ở các nông trại, nông trường, thu hái mận và giao lưu văn hóa với người dân bản địa có 15/90 chương trình.

Đối với khía cạnh tham quan các điểm di tích lịch sử có 2/90 chương trình du lịch đề cập tới điểm di tích lịch sử Đoàn 52 Tây Tiến và cung đường Tây Tiến.

3. Nhận xét và một số đề xuất

Nhận xét thực tiễn phát triển các chương trình du lịch của doanh nghiệp trong mối quan hệ với định hướng phát triển sản phẩm theo quy hoạch khu du lịch

Qua phân tích, hệ thống nêu trên, các doanh nghiệp đã lựa chọn các chương trình du lịch ngắn, chủ yếu là 2 ngày 1 đêm, lựa chọn một số điểm đến quen thuộc, gồm: điểm dừng đèo Thung Khe, thác Dải Yếm, rừng thông Bản Áng, đồi chè trái tim, Happy Land, cầu kính Bạch Long.

Với vai trò quan trọng, có giá trị văn hóa truyền thống đặc sắc, nhưng các điểm tham quan như các bản làng dân tộc thiểu số, các hoạt động trải nghiệm về văn hóa ẩm thực, trải nghiệm các sinh hoạt văn hóa nghệ thuật truyền thống với người dân bản địa hoặc kết hợp hoạt động thu hái mận và giao lưu, trải nghiệm văn hóa truyền thống của người dân bản địa được đề cập chưa cụ thể và không nhiều. Hoạt động trải nghiệm, giao lưu văn hóa chủ yếu được thực hiện vào thời gian buổi tối tại địa bàn thị trấn Mộc Châu, rất ít chương trình có hoạt động giao lưu, trải nghiệm tại các bản làng dân tộc thiểu số, gắn với sinh hoạt hằng ngày của người dân. Việc trải nghiệm, giao lưu văn hóa truyền thống với người dân địa phương chỉ được tổ chức ở không gian bên ngoài bản làng của

họ. Bên cạnh đó, rất ít chương trình có lựa chọn điểm tham quan gắn với các di tích lịch sử, văn hóa khác có giá trị trên địa bàn Mộc Châu đã có định hướng trong quy hoạch khu du lịch. Đây là một trong những điểm hạn chế của các chương trình du lịch tham quan Mộc Châu.

Về lưu trú, chủ yếu các chương trình đều lựa chọn các khách sạn tại thị trấn Mộc Châu, hình thức homestay gắn với trải nghiệm văn hóa truyền thống cùng người dân địa phương hầu như không được đề cập trong 90 chương trình du lịch được đánh giá, điều này có liên hệ với hạn chế ở trên.

Như vậy, có thể nhận định: so sánh với định hướng phát triển sản phẩm du lịch trong quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Mộc Châu, các doanh nghiệp đã tiếp cận đến việc lựa chọn các điểm tham quan, các yếu tố có giá trị văn hóa truyền thống để phát triển du lịch, tuy nhiên, nội dung về văn hóa truyền thống chưa sâu, còn hạn chế về hình thức, thời lượng ngắn; không gian trải nghiệm, hoạt động trải nghiệm còn hạn chế, chưa gắn chặt chẽ với đời sống, sinh hoạt của người dân địa phương. Còn nhiều giá trị tài nguyên văn hóa khác chưa được quan tâm lựa chọn đưa vào sản phẩm.

Một số đề xuất, kiến nghị

Thứ nhất, các doanh nghiệp du lịch phát triển, đa dạng hóa các chương trình du lịch, trên cơ sở có những trải nghiệm văn hóa truyền thống, gắn chặt chẽ hơn với cuộc sống, sinh hoạt của người dân địa phương với các chủ đề đặc sắc, hấp dẫn riêng, và với thời lượng dài hơn, lịch trình phong phú hơn để gia tăng trải nghiệm, kéo dài thời gian tham quan, lưu trú của khách du lịch cho khách du lịch phù hợp với nhiều đối tượng khách trên cơ sở nghiên cứu thị trường.

Thứ hai, cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, Ban quản lý khu du lịch quốc gia nghiên cứu mở rộng, đa dạng hóa các địa điểm có thể diễn ra việc tổ chức giao lưu, trải nghiệm các giá trị văn hóa truyền thống cho khách du lịch với không gian thật hơn, gắn chặt chẽ hơn với không gian sinh sống của người dân địa phương.

Thứ ba, cơ quan quản lý nhà nước, các doanh nghiệp cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá, xúc tiến du lịch; xây dựng hình ảnh điểm đến, hình ảnh của sản phẩm du lịch để thu hút khách đến với khu du lịch quốc gia.

Thứ tư, chính quyền địa phương cần quan tâm, rà soát để có phương án giải quyết các vấn đề ách tắc, thiếu cơ sở vật chất dịch vụ phục vụ và đảm bảo được chất lượng dịch vụ trong thời kỳ cao điểm, để duy trì hình ảnh và uy tín thương hiệu của khu du lịch.

4. Kết luận

Mộc Châu là khu du lịch quốc gia có tiềm năng, nhiều giá trị tài nguyên có thể phát triển du lịch, đặc biệt là các giá trị về văn hóa truyền thống. Trong thời gian qua, khu du lịch được quan tâm đầu tư theo quy hoạch đã phê duyệt. Nhiều sản phẩm được phát triển để phục vụ nhu cầu của khách du lịch, tuy nhiên, thực tế cho thấy, dự địa phát triển sản phẩm còn nhiều, cần có sự quan tâm, nghiên cứu và thực hiện các giải pháp đồng bộ, sự phối hợp của các chủ thể có liên quan trong phát triển, xúc tiến quảng bá sản phẩm để phát triển du lịch tại Mộc Châu trong thời gian tới ■

Đ.T.H.A-L.A.T

1. *Giới thiệu Mộc Châu*, mocchau.sonla.gov.vn, 10-9-2013.
- 2, 3, 4. Bộ VHTTDL, *Báo cáo tổng hợp Quy hoạch tổng thể Khu du lịch quốc gia Mộc Châu, tỉnh Sơn La*, 2014, tr.19, 23, 45.

Tài liệu tham khảo

1. Bộ VHTTDL, *Chiến lược phát triển sản phẩm du lịch Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030*, 2016.
2. Bộ Chính trị, Nghị quyết 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, 2017.
3. Quốc hội nước CHXHCNVN, *Luật Du lịch*, 2017.
4. Thủ tướng Chính phủ, Quyết định số 201/QĐ-TTg phê duyệt “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”, 2013.
5. Thủ tướng Chính phủ, Quyết định số 149/QĐ-TTg phê duyệt “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030”, 2020.
6. Thủ tướng Chính phủ, Quyết định số 2050/QĐ-TTg phê duyệt “Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Mộc Châu đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”, 2014.
7. Đỗ Trần Phương, *Xây dựng các sản phẩm du lịch địa phương gắn với giá trị văn hóa của các dân tộc ít người khu vực miền núi phía Bắc (Qua nghiên cứu trường hợp huyện Mộc Châu, Sơn La)*, vanhoanghethuat.vn, 26-7-2023.
8. Hoàng Xuân Trọng, *Giải pháp marketing địa phương nhằm phát triển du lịch bền vững tại tỉnh Sơn La*, Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Thương mại, 2016.
9. Nguyễn Thị Hồng Vân, *Giải pháp phát triển Homestay ở Mộc Châu*, Tạp chí *Khoa học và công nghệ*, Đại học Công nghiệp Hà Nội, số 35, 2016.
10. Phạm Thị Mai Yên, *Phát triển du lịch huyện Mộc Châu, tỉnh Sơn La thời kỳ hậu COVID-19*, tapchicongthuong.vn, 29-7-2022.

Ngày Tòa soạn nhận bài: 4-2-2025; Ngày phản biện, đánh giá, sửa chữa: 18-2-2025; Ngày duyệt đăng: 28-2-2025.