BẢO VỆ VÀ PHÁT HUY GIÁ TRỊ NGHỀ LÀM NƯỚC MẮM NAM Ô GẮN VỚI PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG

Nguyễn Thị Thu Mai*, Phan Thị Phương Mai*
Email: maintt@hou.edu.vn

Ngày tòa soạn nhận được bài báo: 04/07/2023
Ngày phản biện đánh giá: 16/01/2024
Ngày bài báo được duyệt đăng: 30/01/2024

DOI:

Tóm tắt: *Nằm ở ven biển phía Tây Bắc vịnh Đà Nẵng - nơi có nhiều cảnh quan hấp dẫn, lại sở hữu một hệ thống di tích lịch sử, tâm linh có giá trị, làng nghề làm nước mắm Nam Ô có rất nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch. Để du lịch phát triển hài hoà trong mối quan hệ với việc bảo tồn các giá trị tự nhiên, văn hoá-lịch sử của làng nghề làm nước mắm Nam Ô, sự tham gia của cộng đồng dân cư địa phương vào quá trình ra quyết định và vận hành hoạt động du lịch là hết sức cần thiết. Trên cơ sở phân tích một số vấn đề lý luận về bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hoá, về du lịch cộng đồng và đánh giá tiềm năng du lịch cộng đồng tại Nam Ô, bài viết đưa ra một số giải pháp bảo vệ và phát huy giá trị nghề làm nước mắm Nam Ô gắn với phát triển du lịch cộng đồng nhằm giảm thiểu những tác động tiêu cực của hoạt động du lịch trong khi tạo ra thu nhập cho cộng đồng, đa dạng hoá nền kinh tế địa phương, bảo vệ môi trường tự nhiên, văn hoá.*

Từ khóa: *Bảo vệ, phát huy, du lịch cộng đồng, nước mắm, Nam Ô.*

* Trường Đại học Mở Hà Nội

I. Đặt vấn đề

Là ngôi làng nằm ở nơi có nhiều cảnh quan hấp dẫn, lại sở hữu một hệ thống di tích lịch sử, tâm linh có giá trị, làng nghề làm nước mắm Nam Ô có rất nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch. Để du lịch phát triển hài hoà trong mối quan hệ với việc bảo tồn các giá trị tự nhiên, văn hoá-lịch sử của làng nghề làm nước mắm Nam Ô, sự tham gia của cộng đồng dân cư địa phương vào quá trình ra quyết định và vận hành hoạt động du lịch là hết sức cần thiết. Lý do là bởi du lịch cộng đồng hay du lịch do cộng đồng quản lý, điều hành được đánh giá là một hình thức tổ chức du lịch có thể làm giảm thiểu những tác động tiêu cực của hoạt động du lịch trong khi tạo ra thu nhập cho cộng đồng, đa dạng hoá nền kinh tế địa phương, bảo vệ môi trường tự nhiên, văn hoá. Do đó, giá trị nghề làm nước mắm Nam Ô cần được phát huy gắn với sự phát triển du lịch cộng đồng bằng những giải pháp thiết thực.

II. Một số vấn đề lý luận

2.1. Bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa

Di sản văn hóa được quy định tại Luật Di sản văn hoá là "…sản phẩm tinh thần, vật chất có giá trị lịch sử văn hóa, khoa học, được lưu truyền từ thế hệ này qua thế hệ khác ở nước cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam" (Quốc hội, 2019). Để được xác định là di sản văn hóa, một đối tượng cần có 03 tiêu chí cơ bản: i) Là sản phẩm sáng tạo của con người/ "thiên nhiên"; ii) Có giá trị lịch sử, văn hóa, khoa học; iii) Được lưu truyền qua nhiều đời/ được thử thách, kiểm nghiệm sự đắc dụng và chọn lọc qua nhiều thế hệ con người để đọng lại những tinh hoa của dân tộc. Di sản văn hoá phải được tiếp cận ở các mặt giá trị cụ thể bao gồm: Giá trị lịch sử gắn với các sự kiện lịch sử tiêu biểu, nhân vật lịch sử lỗi lạc và danh nhân văn hóa kiệt xuất của đất nước; Giá trị kiến trúc nghệ thuật biểu hiện qua các hợp thể thiên nhiên, kiến trúc, điêu khắc - hội họa; Giá trị gắn với không gian văn hóa truyền thống - nơi thường diễn ra các nghi lễ, các sinh hoạt văn hóa cộng đồng (tiêu biểu là các lễ hội cổ truyền và các di sản văn hóa phi vật thể khác) có sức hút và ảnh hưởng lan tỏa trong những vùng rộng lớn của đất nước; Giá trị gắn với tiềm năng du lịch không bao giờ cạn kiệt, là nhu cầu giao lưu văn hóa và đối thoại quốc tế vì hòa bình, khoan dung và hòa hợp trong từng quốc gia dân tộc và trên phạm vi toàn thế giới.

Bảo vệ di sản văn hóa tức là bảo vệ phần cốt lõi nhất làm nên bản sắc văn hóa Việt Nam và căn bản cần được triển khai một cách đồng bộ ở cả 03 mặt hoạt động có gắn bó mật thiết và tác động qua lại lẫn nhau, đó là bảo vệ di sản văn hóa về mặt pháp lý và khoa học; Bảo vệ di sản văn hóa về mặt vật chất và kỹ thuật; Sử dụng và phát huy giá trị di sản văn hóa phục vụ thiết thực các nhu cầu hiện đại do xã hội đặt ra.

Trách nhiệm bảo vệ và phát huy giá trị di sản được quy định rõ trong Luật Di sản văn hoá, theo đó, Nhà nước, các tổ chức, cá nhân đều có nghĩa vụ bảo vệ và phát huy giá trị di sản. Bảo vệ và phát huy giá trị di sản thường được hiểu là việc thực hiện các hoạt động nhằm ngăn ngừa nguy cơ hoặc hoạt động xâm phạm, huỷ hoại để giữ gìn và đảm bảo sự tồn tại của di sản theo dạng thức vốn có, đồng thời thúc đẩy các giá trị của di sản lan toả, phát triển, được nhiều người biết đến.

Có thể thấy, góp phần quan trọng trong việc bảo tồn và phát huy giá trị di sản phải kể tới vai trò của cộng đồng – nhóm dân cư sinh sống trong khu vực địa lý có di sản. Vai trò hay sự tham gia của cộng đồng trong quá trình bảo tồn và phát huy giá trị di sản đã thấy được trên

cả lý thuyết lẫn thực tiễn. Công ước quốc tế về bảo vệ di sản văn hóa phi vật thể năm 2003 của UNESCO (Công ước 2003) đã khẳng định vai trò chủ chốt của cộng đồng trong hoạt động bảo vệ di sản văn hóa, đồng thời đánh giá cao và coi cộng đồng là nguồn lực quan trọng nhất, có tính chất quyết định trong sự nghiệp bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa.

2.2. Du lịch cộng đồng

Khái niệm du lịch cộng đồng được giới thiệu vào những năm 1970 như một loại hình du lịch có khả năng giảm thiểu những tác động không mong muốn đến môi trường so với hình thức du lịch đại trà. Khái niệm này dần trở nên phổ biến khi quan điểm tiếp cận cộng đồng trong quá trình phát triển du lịch được Murphy (1985) đề cập trong tài liệu viết về du lịch và cộng đồng.

Quan điểm về du lịch cộng đồng khá đa dạng. Theo Hall (1996), du lịch cộng đồng là hình thức du lịch tập trung vào sự tham gia của cộng đồng địa phương trong việc lập kế hoạch và duy trì sự phát triển của du lịch để tạo ra tính bền vững của ngành du lịch. Cũng nhấn mạnh vào vai trò của cộng đồng, Tolkach (2013) cho rằng, đặc điểm chính của du lịch cộng đồng là sự tham gia của cộng đồng vào quá trình ra các quyết định liên quan đến sự phát triển. Du lịch cộng đồng còn được xác định là một công cụ phục vụ phát triển và nếu được sử dụng phù hợp, công cụ này có thể giảm thiểu các tác động tiêu cực của du lịch, đồng thời mang lại thu nhập cho cộng đồng, đa dạng hoá nền kinh tế, bảo tồn văn hoá, môi trường tự nhiên và cung cấp các cơ hội giáo dục (Lukhele, 2013). Quan điểm này thể hiện khá rõ sự bền vững trong phát triển mà du lịch cộng đồng có thể mang lại. Vai trò của cộng đồng cũng như mục tiêu bền vững đã được làm rõ hơn trong định nghĩa về du lịch cộng đồng theo Tiêu chuẩn du lịch cộng đồng ASEAN (2016), theo đó, cộng đồng là hoạt động du lịch do cộng đồng sở hữu và điều hành, được quản lý và điều phối ở cấp cộng đồng, góp phần vào sự thịnh vượng của cộng đồng thông qua việc hỗ trợ sinh kế bền vững, bảo vệ truyền thống văn hoá-xã hội và các nguồn tài nguyên di sản thiên nhiên, văn hoá.

Các quan điểm trên dù không hoàn toàn thống nhất, nhưng có điểm chung là đều nhấn mạnh vai trò và sự tham gia của cộng đồng địa phương vào du lịch và khả năng đóng góp tích cực vào sự phát triển bền vững của các yếu tố kinh tế, văn hoá-xã hội và môi trường.

Cũng cần nhận thức rằng, về phía du khách - những người có nhu cầu đi du lịch thì du lịch cộng đồng mang lại cho họ những trải nghiệm ở địa phương. Theo tổ chức Pachmama (2019), du lịch cộng đồng là loại hình du lịch mà du khách đến với cộng đồng địa phương để trải nghiệm cuộc sống địa phương, tìm hiểu về phong tục, lối sống, tín ngưỡng và thưởng thức ẩm thực địa phương. Quan điểm này rất có ý nghĩa bởi tiếp cận từ góc độ thị trường thì nhu cầu của du khách là căn cứ quan trọng bậc nhất giúp cho cộng đồng địa phương hình thành các dịch vụ du lịch gắn với đặc điểm và bản sắc của cộng đồng để chào bán cho khách. Luật Du lịch cũng quy định: "Du lịch cộng đồng là loại hình du lịch được phát triển trên cơ sở các giá trị văn hoá của cộng đồng, do cộng đồng dân cư quản lý, tổ chức và khai thác hưởng lợi" (Quốc hội, 2017).

Như vậy, tựu chung lại, du lịch cộng đồng có thể hiểu là loại hình du lịch cung cấp cho du khách những trải nghiệm tại cộng đồng địa phương, do cộng đồng quản lý, tổ chức, vận hành dựa trên việc sử dụng nguồn tài nguyên du lịch tại chỗ nhằm đảm bảo sự phát triển bền vững về kinh tế, văn hoá-xã hội và môi trường tự nhiên của địa phương.

III. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết được thực hiện dựa trên việc thu thập và phân tích các dữ liệu thứ cấp liên quan đến chủ đề nghiên cứu. Ngoài ra, phương pháp khảo cứu thực tế và phỏng vấn chuyên gia (đại diện cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, đại diện doanh nghiệp, đại diện cộng đồng địa phương) được thực hiện để thu thập dữ liệu cho nghiên cứu. Dữ liệu thu thập được phân tích bằng cách mã hóa và phân nhóm thành các chủ đề tương ứng với các nội dung chính của nghiên cứu, sau đó được thể hiện ở các nội dung liên quan dưới dạng các nhận định để làm rõ kết quả nghiên cứu.

IV. Kết quả nghiên cứu

4.1 Tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng của Nam Ô

Nam Ô là một ngôi làng cổ nằm ở cửa ô phía Nam của nước Đại Việt xưa, được hình thành cùng với quá trình mở đất phương Nam. Không chỉ sở hữu cảnh quan thiên nhiên đẹp, trải qua nhiều thăng trầm của lịch sử, Nam Ô còn chứa đựng một hệ thống di tích văn hoá, lịch sử và làng nghề làm nước mắm – làng nghề truyền thống đã được Bộ Văn hóa - Thể thao và Du lịch công nhận là Di sản Văn hóa phi vật thể vào năm 2019.

Về vị trí địa lý, Nam Ô nằm bên vịnh Đà Nẵng, dưới chân đèo Hải Vân khoảng 3km về phía Nam, thuộc địa phận phường Hòa Hiệp Nam, quận Liên Chiểu, thành phố Đà Nẵng. Nam Ô cách trung tâm thành phố Đà Nẵng 13km về phía Tây Bắc, được kết nối bằng tuyến giao thông đường bộ Nguyễn Tất Thành và Quốc lộ 1A nên rất thuận tiện cho việc tiếp cận, tham quan du lịch của du khách.

Về điều kiện tự nhiên, Nam Ô có cảnh quan thiên nhiên tươi đẹp, khí hậu mát mẻ, trong lành bởi được núi, sông, biển bao bọc xung quanh. Nam Ô nằm gần núi, bên cạnh cửa sông, lại có bờ biển dài, nước biển trong xanh. Nam Ô còn có khu rừng nguyên sinh hàng trăm năm tuổi, cây cối tươi tốt, đặc biệt có ghềnh đá rêu và rạn san hô với nhiều cảnh quan đẹp. Điều kiện tự nhiên với cảnh quan thiên nhiên đẹp là thế mạnh để Nam Ô phát triển các hoạt động du lịch sinh thái, du lịch tham quan, du lịch biển. Tuy nhiên, Nam Ô hiện vẫn đang thiếu các sản phẩm du lịch tổng hợp cũng như các sản phẩm du lịch chuyên đề gắn với các giá trị tự nhiên. Hoạt động du lịch tại Nam Ô gắn với các cảnh quan tự nhiên phần lớn là các hoạt động du lịch tự phát.

Về giá trị văn hoá, lịch sử, Nam Ô có một hệ thống di tích lịch sử phong phú và là cũng là nơi lưu lại những dấu tích về sự giao thoa văn hoá của người Chăm và người Việt. Bề dày văn hoá, lịch sử của Nam Ô được hiện diện ở các giếng vuông của người Chăm Pa cổ, miếu Âm Linh/dinh Cô Hồn, miếu Bà Liễu Hạnh, Lăng Ngư Ông, Mộ Tiền Hiền, Mộ công chúa Huyền Trân, Đình làng Xuân Dương, núi Hòn Phụng, mỏm Hạc… cũng như ở một số nghi lễ tín ngưỡng gắn với các giai thoại về những con người ở vùng đất này trong quá trình phát triển. Nam Ô còn có làng chài với nghề làm nước mắm truyền thống nổi tiếng đã được biết đến từ lâu cùng các món ăn đậm đà hương vị địa phương. Đây là những điều kiện hết sức thuận lợi để Nam Ô phát triển các hoạt động du lịch đa dạng gắn với văn hoá, lịch sử, lễ hội, tâm linh, ẩm thực và làng nghề với sự tham gia của cộng đồng địa phương.

Về làng nghề, làng nghề truyền thống nước mắm Nam Ô được Bộ Văn hóa - Thể thao và Du lịch công nhận là Di sản Văn hóa phi vật thể vào năm 2019. Nước mắm Nam Ô vốn có danh tiếng từ nhiều thế kỷ và đã được dùng làm sản phẩm tiến vua từ thế kỷ thứ 18. Nước mắm được sản xuất theo công thức truyền thống với phương thức thủ công gồm đánh, khuấy,

gài, nén, ủ, lọc. Điểm đặc biệt là nước mắm Nam Ô không sử dụng chất bảo quản hay bất cứ thành phần nào ngoài cá và muối, sản phẩm có hương vị đặc trưng của nước mắm truyền thống với độ đạm từ 35 đến 55 gam/lít. Tuy nhiên, nước mắm Nam Ô chưa được tiêu thụ rộng rãi mà chủ yếu được tiêu thụ tại thành phố Đà Nẵng và một số địa phương lân cận. Hiện Nam Ô còn trên 20 cơ sở sản xuất của các hộ dân địa phương, so với cách đây 20 năm thì con số này chỉ còn phân nửa vì quá trình đô thị hoá, vì người dân không có đủ mặt bằng sản xuất. Tuy nhiên, với quy mô hiện tại, Nam Ô vẫn có thể khai thác hoạt động sản xuất nước mắm trong các chương trình du lịch làng nghề, du lịch trải nghiệm phục vụ du khách.

Về hạ tầng phục vụ du lịch, hạ tầng giao thông trong khu vực Nam Ô là những con hẻm hẹp khoảng trên dưới 1,5 m nối với những hẻm rộng hơn khoảng trên 4m chạy bao quanh làng để đi ra tuyến giao thông đường bộ Nguyễn Tất Thành và Quốc lộ 1A. Bên cạnh đó, hệ thống điện, nước được cung cấp đến từng hộ dân. Ngoài ra, ở đây cũng có hệ thống thoát nước và thu gom rác thải hàng ngày. Tuy nhiên, do quá trình sản xuất mắm, trong đó có việc xả thải xác mắm và vệ sinh các dụng cụ đựng mắm trong làng nên đã gây ra mùi khó chịu. Kết quả khảo sát cho thấy, có 48% số người tham gia khảo sát xác định là không xử lý nước thải trước khi đưa vào hệ thống xả thải chung của làng. Bên cạnh đó, trong khu vực làng Nam Ô thiếu cây xanh có bóng mát và chưa có cơ sở lưu trú cũng như hệ thống nhà vệ sinh công cộng phục vụ nhu cầu của du khách. Đây chính là những điểm hạn chế, ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng trải nghiệm của khách cần được lưu ý.

Về nhân lực, khu vực Nam Ô có khoảng hơn 1.200 hộ dân sinh sống Nguồn nhân lực tham gia lao động là người địa phương, đa số có trình độ học vấn từ tiểu học đến trung học phổ thông. Trong các hộ sản xuất nước mắm tại làng nghề, tỷ lệ người già và phụ nữ trung niên chiếm hơn 50%. Điểm thuận lợi là nhân lực ổn định và người dân nơi đây có tâm thế sẵn sàng tham gia các hoạt động phát triển du lịch. Người dân Nam Ô có niềm tin tín ngưỡng, tôn trọng và tích cực tham gia các lễ hội văn hóa truyền thống của địa phương với tỷ lệ tham gia trung bình khoảng 55%. Tuy nhiên, nhân lực trình độ thấp, nhân lực tham gia phục vụ du lịch chưa được đào tạo nghiệp vụ du lịch, phát triển sản phẩm làng nghề hay các lớp tập huấn về bảo tồn và phát huy giá trị di sản qua các chương trình nghiệp vụ du lịch là những điểm hạn chế của Nam Ô trong phát triển du lịch cộng đồng.

Về thị trường khách du lịch tiềm năng, Thị trường khách hiện tại của Nam Ô còn rất khiêm tốn, đa số là khách là người địa phương lân cận và sinh viên từ các trường đại học trên địa bàn thành phố Đà Nẵng đến tham quan, tắm biển, chụp ảnh tại rạn Nam Ô. Khách quốc tế đến Nam Ô còn rất ít. Tuy nhiên, có thể thấy, Nam Ô có thị trường khách du lịch tiềm năng khá dồi dào về quy mô cũng như sự tương thích về nhu cầu sản phẩm. Theo Sở Du lịch TP. Đà Nẵng, khách du lịch sử dụng các cơ sở lưu trú ở Đà Nẵng trong quý 1 năm 2023 ước đạt khoảng 1,4 triệu lượt, tăng 4,6 lần so với cùng kỳ năm 2022 và ngang bằng với con số năm 2019 (trước dịch Covid 19) trong đó, khách quốc tế gần 400 nghìn lượt, khách nội địa hơn 1 triệu lượt. Hết quý 2, số lượt khách đạt 3,5 triệu lượt, trong đó khách quốc tế đạt 930 nghìn lượt, khách nội địa đạt gần 2,6 triệu lượt. Theo kết quả khảo sát của Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, giai đoạn 2016-2022, Đà Nẵng được đánh giá là một trong những điểm du lịch biển được khách nội địa yêu thích hàng đầu. Bên cạnh đó, tỷ lệ khách du lịch nội địa (trong giai đoạn khảo sát) yêu thích và quan tâm đến các sản phẩm du lịch mà Đà Nẵng nói chung và Nam Ô nói riêng có thể cung cấp rất đáng quan tâm: du lịch nghỉ dưỡng biển (49%), du

lịch sinh thái (50%), du lịch cộng đồng (50,9%), du lịch tâm linh và du lịch chăm sóc sức khoẻ (32,7%). Ngoài ra, kết quả khảo sát cũng cho thấy mục đích chuyến đi của khách nội địa năm 2022 rất phù hợp với khả năng đáp ứng của Đà Nẵng và Nam Ô, đó là mục đích nghỉ dưỡng, tham quan, tìm hiểu văn hoá, lịch sử và mua sắm. Tuy nhiên, thời gian du lịch của khách nội địa có tính mùa vụ rõ nét, thường tập trung vào những dịp lễ lớn, những đợt nghỉ dài ngày như Tết cổ truyền, các đợt nghỉ lễ (30/4; 2/9; Tết dương lịch) và dịp hè từ tháng 6 đến tháng 9. Bên cạnh thị trường khách nội địa, khách du lịch quốc tế đến Đà Nẵng cũng là một thị trường tiềm năng dồi dào mà Nam Ô có thể hướng tới để phục vụ quanh năm với các sản phẩm du lịch trong ngày gắn với nhu cầu của khách và thế mạnh của địa phương.

Tóm lại, Nam Ô có rất nhiều điều kiện thuận lợi về thị trường khách du lịch tiềm năng, về nguồn lực tại chỗ phục vụ du lịch, đặc biệt là tiềm năng du lịch tự nhiên và văn hoá phong phú, nổi bật là nghề làm nước mắm truyền thống có thể khai thác để phát triển các hoạt động du lịch đa dạng với sự tham gia trực tiếp của cộng đồng. Tuy nhiên những trở ngại cũng không ít và chủ yếu liên quan đến tính phù hợp của cơ chế, chính sách; việc phối hợp thực hiện công tác bảo tồn và phát huy giá trị di sản giữa các cấp, các bên liên quan; hạn chế về nhân lực và hạ tầng phục vụ, về thiết kế và phát triển sản phẩm du lịch… là những điểm nghẽn cần được khơi thông, giải quyết. Đánh giá chung về những thuận lợi và hạn chế của Nam Ô đối với khả năng phát triển du lịch cộng đồng với các hoạt động cụ thể được tóm tắt trong bảng sau:

TT	**Tiêu chí đánh giá**	**Nhận xét**		
		Lợi thế	**Hạn chế**	**Hoạt động phù hợp/ Hướng giải quyết**
1	Vị trí địa lý	Gần trung tâm du lịch; giao thông thuận tiện, dễ tiếp cận	-	Di chuyển bằng ô tô
2	Tài nguyên tự nhiên	Đa dạng; cảnh quan đẹp, độc đáo; khí hậu mát mẻ	Khung cảnh giới hạn ở trong không gian ngoài Dự án	Du lịch sinh thái, du lịch biển
3	Tài nguyên nhân văn	Phong phú; đặc trưng; có bề dày truyền thống	Chưa được biết đến rộng rãi	Du lịch văn hoá, lịch sử, lễ hội, tâm linh, ẩm thực và du lịch làng nghề
4	Hạ tầng	Có đầy đủ	Đường nội	Di chuyển

	du lịch	điện, nước	bộ nhỏ, hẹp; thiếu cây xanh; không có cơ sở lưu trú và nhà vệ sinh công cộng; ô nhiễm mùi mắm	bằng xe đạp hoặc đi bộ
5	Dịch vụ du lịch	Có điều kiện để hình thành các dịch vụ du lịch đa dạng dựa trên nguồn tài nguyên tự nhiên, nhân văn phong phú	Mới chỉ có một chương trình trải nghiệm nghề tại 01 cơ sở sản xuất; Hoạt động du lịch nhỏ lẻ, tự phát, không tạo thành chuỗi giá trị	Thăm quan; Mua sắm; Ẩm thực; các hoạt động gắn với du lịch biển, làng nghề, các điểm du lịch tâm linh…
6	Nhân lực	Tâm huyết với nghề truyền thống; tích cực, sẵn sàng tham gia các hoạt động du lịch	Trình độ thấp, không có chuyên môn, nghiệp vụ du lịch hay di sản	Tham gia sản xuất mắm và các sản phẩm liên quan; Phục vụ đón, tiếp khách; trình diễn nghề; hướng dẫn du lịch…
7	Cơ chế chính sách	Được chính quyền các cấp quan tâm, tạo điều kiện phát triển	Năng lực quản lý, triển khai ở cấp thực thi hạn chế; thiếu cơ chế phối hợp giữa các bên liên quan	Bổ sung cơ chế, chính sách, chế tài trong việc triển khai các hoạt động phát triển du lịch
8	Thị trường khách du lịch	Quy mô lớn, xu hướng phát triển tốt;	Có tính mùa vụ, cao điểm vào dịp Tết	Nghiên cứu, xác định thị trường

		Nhu cầu tương tích với nguồn lực du lịch địa phương	nguyên đán, dịp hè và một số đợt nghỉ lễ trong năm; Chưa có đủ ý thức trong bảo vệ môi trường di sản	mục tiêu quan trọng, các hướng tiếp tiếp cận thị trường mục tiêu

4.2. Một số giải pháp bảo vệ và phát huy giá trị nghề làm nước mắm Nam Ô gắn với du lịch cộng đồng

Phát triển sản phẩm du lịch

Việc phát triển sản phẩm du lịch với sự tham gia của cộng đồng cần được xem là ưu tiên hàng đầu góp phần bảo vệ và phát huy giá trị nghề làm nước mắm Nam Ô bởi một số lý do chủ yếu: Nam Ô có điều kiện về tài nguyên và các nguồn lực khác để xây dựng sản phẩm du lịch phù hợp với nhu cầu của du khách, đặc biệt là thị trường khách du lịch nội địa; Làm đa dạng sinh kế của cộng đồng địa phương, có nguồn thu để hỗ trợ dân cư duy trì, phát triển nghề truyền thống cũng như bảo vệ các di sản của địa phương; Thông qua các chương trình du lịch, giá trị của nước mắm Nam Ô nói riêng, những giá trị văn hoá, lịch sử, tự nhiên của Nam Ô nói chung sẽ được lan toả, được nhiều người biết đến.

Dựa trên lợi thế về tài nguyên du lịch, dựa trên nhu cầu của khách du lịch tiềm năng, Nam Ô có thể nghiên cứu phát triển 02 dòng sản phẩm chính, đó là sản phẩm du lịch tổng hợp và dòng sản phẩm du lịch chuyên đề. Theo đó, sản phẩm du lịch tổng hợp được cấu thành bởi các hoạt động đa dạng, gắn với những giá trị văn hoá, lịch sử, tự nhiên, trong đó có hoạt động trải nghiệm nghề làm nước mắm truyền thống của Nam Ô để thu hút thị trường khách du lịch đại chúng tìm kiếm sự đa dạng trong 01 sản phẩm; sản phẩm du lịch chuyên đề như du lịch tâm linh, du lịch văn hoá lịch sử, du lịch làng nghề, du lịch biển, du lịch sinh thái được phát triển để phục vụ các thị trường chuyên biệt có nhu cầu với sản phẩm đặc thù. Tất cả các chương trình du lịch thuộc 02 dòng sản phẩm phải được thực hiện với sự tham gia, cung cấp dịch vụ trực tiếp bởi cộng đồng dân cư địa phương theo đúng tinh thần "du lịch cộng đồng". Theo đó, người dân có thể tham gia ngay từ khâu thiết kế sản phẩm với sự hỗ trợ về chuyên môn của doanh nghiệp lữ hành cho đến các khâu đón khách, hướng dẫn khách, biểu diễn nghề… Trong ngắn hạn, các chương trình du lịch nên được thiết kế trong ngày vì Nam Ô chưa có cơ sở lưu trú tại gia, ngoài ra, khách ít có nhu cầu nghỉ lại qua đêm bởi khoảng cách giữa Nam Ô tới các cơ sở lưu trú tại TP. Đà Nẵng gần, đi lại thuận tiện; hơn nữa không khí làng biển với mùi mắm đặc trưng khó nhận được sự hưởng ứng của hầu hết khách du lịch nội địa cũng như quốc tế. Cũng vì lý do này, trong dài hạn, việc phát triển hệ thống cơ sở lưu trú tại gia để phục vụ du lịch cần được tính toán hết sức kỹ lưỡng, tránh lãng phí. Ngoài ra, chuỗi giá trị du lịch không thể khoanh vùng hay giới hạn trên địa bàn làng Nam Ô bởi việc liên kết không gian phát triển du lịch vừa cho phép khai thác những lợi thế của làng vừa sử dụng được lợi thế của các khu vực khác để bổ khuyết cho nhau những hạn chế về nguồn lực. Vì vậy, bên cạnh việc phát triển các sản phẩm du lịch trọn gói tại chỗ, làng Nam

Ô có thể được khai thác như 01 điểm dừng trong các chương trình du lịch trọn gói cung cấp cho khách các trải nghiệm bên ngoài phạm vi địa giới Nam Ô.

Tăng cường sự tham gia của cộng đồng

Tăng cường sự tham gia của cộng đồng vào hoạt động du lịch nói chung, vào nghề làm mắm nói riêng không chỉ góp phần tạo thêm công ăn việc làm, cải thiện đời sống kinh tế mà còn giúp cộng đồng gắn bó với nghề, bảo vệ và phát huy được nghề truyền thống. Mặc dù, lý thuyết và thực tiễn đã chỉ ra rằng mức độ tham gia của cộng đồng vào du lịch càng cao, du lịch càng phát triển bền vững nhưng nếu người dân không đủ tri thức và các nguồn lực khác thì sự tham gia của cộng đồng địa phương lại sẽ là trở ngại cho sự phát triển. Vì vậy, năng lực của cộng đồng trong việc tổ chức, vận hành các chương trình du lịch cần được xem xét, đánh giá để có cơ chế bố trí, sử dụng nhân lực tại chỗ phù hợp; để thiết kế các chương trình bồi dưỡng năng cao năng lực của cộng đồng, tiến tới trao quyền cho cộng đồng làm du lịch dưới sự hỗ trợ về kỹ thuật, chuyên môn và kinh phí của chính quyền địa phương và các đơn vị hữu quan.

Để tăng cường sự tham gia của cộng đồng, chính quyền địa phương cần đẩy mạnh các mô hình tự quản tại Nam Ô; tạo điều kiện cho cộng đồng dần tham gia nhiều hơn vào công tác quản lý tài nguyên du lịch và các hoạt động liên quan, đặc biệt là ở cấp cơ sở - nơi người dân gắn bó và hiểu biết rõ về đặc điểm của địa bàn hoạt động. Bên cạnh đó, tăng cường tương tác, chia sẻ thông tin thông qua đối thoại, lấy ý kiến rộng rãi của người dân làm căn cứ xây dựng chính sách, kế hoạch phát triển du lịch địa phương. Các cơ chế, chính sách phải được xây dựng và ban hành theo hướng đảm bảo sinh kế bền vững, đảm bảo các quyền lợi thiết thực gắn với trách nhiệm của người dân để họ có điều kiện làm tốt vai trò then chốt trong việc bảo tồn và phát huy di sản. Hướng tiếp cận này sẽ góp phần hài hoà nhu cầu của các bên tham gia, tránh xung đột trong quá trình phát triển như thực tế đã diễn ra trong thời gian vừa qua tại làng nghề Nam Ô - khi người dân bị thu hẹp không gian sản xuất nghề mắm hoặc/và bị ảnh hưởng bởi dự án du lịch của doanh nghiệp trên địa bàn.

Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến, phát triển thị trường

Nam Ô chưa được khách du lịch biết tới nhiều, vì vậy, cùng với việc phát triển các sản phẩm mới, nhiệm vụ phát triển thị trường là một yêu cầu quan trọng. Thế mạnh đặc trưng về tài nguyên du lịch tại chỗ và nhu cầu thực tế của thị trường khách như đã phân tích là điều kiện thuận lợi để Nam Ô khai thác thị trường khách du lịch nội địa. Theo đó, nên tập trung vào thị trường khách du lịch có mục đích du lịch nghỉ dưỡng, tham quan, tìm hiểu văn hoá, lịch sử và mua sắm thông qua các loại hình du lịch du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng và du lịch tâm linh.

Để hoạt động tiếp cận và phục vụ thị trường khách hiệu quả, Tỉnh cần có chính sách và cơ chế đẩy mạnh nghiên cứu thị trường, xây dựng chiến lược marketing du lịch nói chung và các chính sách hỗ trợ xúc tiến du lịch cho Nam Ô nói riêng. Trong bối cảnh công nghệ số phát triển, thông tin được truyền tải trên các mạng xã hội như Facebook, Twister, Tiktok, Instagram… có tác động đáng kể đối với quyết định lựa chọn sản phẩm của khách du lịch, vì vậy cần đặc biệt tập trung vào các hoạt động truyền thông, marketing trên các nền tảng trực tuyến về du lịch cộng đồng Nam Ô để đảm bảo hiệu quả trong việc tiếp cận các thị trường mục tiêu. Bên cạnh đó, các đơn vị quản lý nhà nước về du lịch ở cấp Thành phố, cấp Quận cần thực hiện vai trò đầu mối cùng chính quyền địa phương phối hợp, khuyến khích, hướng

dẫn cộng đồng cùng các doanh nghiệp liên quan tận dụng kết quả nghiên cứu thị trường làm căn cứ xây dựng các sản phẩm du lịch, sản phẩm xúc tiến, truyền thông để tiếp cận và phục vụ thị trường; chủ động tiếp cận các doanh nghiệp du lịch lữ hành trên địa bàn thành phố để có thêm nguồn khách và liên kết với các điểm du lịch lân cận để kết hợp nguồn lực nhằm đa dạng hoá sản phẩm, tăng cường khả năng tiếp cận khách, mở rộng và phục vụ nhu cầu đa dạng của thị trường.

Đầu tư, đảm bảo các điều kiện phục vụ

Chính quyền địa phương và các đơn vị hữu quan cần tiếp tục có chính sách đầu tư cho hạ tầng du lịch trong đó chú trọng công tác xã hội hoá để huy động nguồn lực hiệu quả, tạo ra sự đồng bộ cho các dịch vụ cấu thành chuỗi giá trị du lịch, tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển du lịch tại Nam Ô. Theo đó, những điểm hạn chế về hạ tầng du lịch cần được cải thiện như: nâng cấp, mở rộng một số tuyến đường dân sinh nội bộ, hệ thống đường đi đến các điểm du lịch; xây dựng bãi đỗ xe, nhà vệ sinh công cộng; bổ sung biển chỉ dẫn; tăng cường cây xanh, bóng mát trong làng; cải thiện những hạn chế về môi trường thông qua các biện pháp cụ thể như: tăng cường nhận thức cho các bên tham gia; xây dựng bộ quy tắc ứng xử dành cho du khách và dành cho cộng đồng địa phương; chỉnh trang/ nâng cấp hệ thống thoát nước, hệ thống xả thải; quy định, giám sát và có chế tài đối với hoạt động thu gom, xử lý xác mắm, rác thải trong khu vực nhằm đảm bảo sự an toàn, thuận tiện, thân thiện với môi trường.

Đối với cộng đồng dân cư địa phương và nguồn nhân lực phục vụ tại chỗ, bên cạnh việc khuyến khích một bộ phận cộng đồng chuyển đổi sinh kế phù hợp với bối cảnh phát triển, chính quyền địa phương phải đảm bảo được quỹ đất, mặt bằng sản xuất nước mắm của làng nghề bởi đây là điều kiện sống còn để bảo vệ và phát huy giá trị nghề làm nước mắm truyền thống gắn với du lịch cộng đồng. Cùng với việc nâng cao nhận thức của cộng đồng về du lịch, việc quy hoạch, rà soát số lượng, chất lượng nhân lực phục vụ trực tiếp và gián tiếp hoạt động du lịch trong cộng đồng cần được thực hiện để tiến hành công tác đào tạo, đào tạo lại, bồi dưỡng kiến thức kỹ năng nghiệp vụ du lịch cũng như tổ chức các hình thức truyền dạy nghề làm mắm truyền thống, đảm bảo được sự chuyển giao hiệu quả giữa các thế hệ tại cộng đồng địa phương.

Các giải pháp nêu trên cần được thực hiện một cách đồng bộ với sự tham gia của tất cả các bên liên quan, trong đó đề cao vai trò của cộng đồng và sự hài lòng của du khách để du lịch phát triển hài hoà trong mối quan hệ với việc bảo tồn các giá trị tự nhiên, văn hoá-lịch sử của làng nghề làm nước mắm Nam Ô.

Tài liệu tham khảo

[1]. Ban thư ký ASEAN (2016). Tiêu chuẩn Du lịch cộng đồng ASEAN.

[2]. Fan, L. (2014). International influence and local response: Understanding community involvement in urban heritage conservation in China. International Journal of Heritage Studies, 20(6), 651-662. https://doi.org/10.1080/13527258.2013.834837.

[3]. Li, J., Krishnamurthy, S., Pereira Roders, A., & vanWesemael, P. (2020). Community participation in cultural heritage management: A systematic literature review comparing Chinese and international practices. Cities, 96, 102476. https://doi.org/10.1016/j.cities.2019.102476

[4]. Lukhele S.E. (2013). Aninvestigtion into the operationalchallenges of community-based tourismin Swaziland. Master thesis. University of Johannesburg.

[5]. Mathieson, A., & Wall, G. (1982). Tourism: Economic, physical and social impacts. Longman.
[6]. Murphy, Peter E. (1985). Tourism: a community approach. New York; lodon: Methuen.
[7]. Pachamama (2019). Community-Based Tourism, Truy cập ngày 12/6/2023 từ liên kết: http://www.pachamama.org/community-based-tourism.
[8]. Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam. Luật Di sản văn hoá (2019). Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia.
[9]. Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam. Luật Du lịch (2017). Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia.
[10]. Uỷ ban Nhân dân Thành phố Đã Nẵng. (2020). Đề án phát triển du lịch cộng đồng Nam Ô.
[11]. Verdini, G. (2015). Is the incipient Chinese civil society playing a role in regenerating historic urban areas? Evidence from Nanjing, Suzhou and Shanghai. Habitat International, 50, 366-372. https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2015.09.008.
[12]. Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch.(2022). Kỷ yếu hội thảo Thúc đẩy thị trường khách du lịch nội địa trong bối cảnh mới – Thách thức và giải pháp.

PROTECTING AND PROMOTING THE VALUES OF NAM O FISH SAUCE MAKING PROFESSION IN ASOCIATION WITH COMMUNITY TOURISM DEVELOPMENT

Nguyen Thi Thu Mai[†], Phan Thi Phuong Mai

Abstract: *Located on the northwest coast of Da Nang Bay, Nam O fish sauce making village boasting many attractive landscapes and a system of valuable historical and spiritual relics has favorable conditions for tourism development. To harmoniously balance tourism development with the preservation of natural, cultural, and historical values of Nam O, the participation of the local community in the decision-making process, planning and operating tourism activities is extremely necessary. Based on the analysis of some theoretical issues on protecting and promoting the value of cultural heritage, community tourism and evaluating the potential of community tourism in Nam O, this article offers some solutions to protect and promote the values of Nam O fish sauce making profession in asociation with community tourism development to minimize the negative impacts of tourism activities while generating income for the community and diversifying the local economy, protecting the natural and cultural environment.*

Keywords: *Protect, promote, community tourism, fish sauce, Nam O.*

[†] Hanoi Open University