

LỜI CẢM ƠN!

Khoá luận tốt nghiệp là kết quả tổng kết quá trình học tập của mỗi sinh viên. Trong quá trình làm đề tài “Làng gốm Bát Tràng và tiềm năng phát triển du lịch”, em đã nhận được sự giúp đỡ tận tình của các thầy cô hướng dẫn, các cô chú tại làng gốm Bát Tràng đã tạo điều kiện và cung cấp cho em những tư liệu quý giá để hoàn thành bài khoá luận này.

Em xin bày tỏ lòng cảm ơn của mình tới Ban Giám hiệu trường Đại học Dân Lập Hải Phòng, các thầy cô trong khoa Văn hoá du lịch, và đặc biệt em xin gửi lời biết ơn sâu sắc tới Phó Giáo sư – Tiến sĩ Trần Thị Minh Hoà, giảng viên khoa Du lịch trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, đã tận tình hướng dẫn em trong suốt quá trình làm khoá luận.

Đồng thời, em cũng xin chân thành cảm ơn Ủy ban Nhân dân xã Bát Tràng, Ban quản lý chợ gốm Bát Tràng, đặc biệt là bác Nguyễn Văn Xảo đã tạo điều kiện giúp đỡ, cung cấp cho em những tư liệu để viết nên bài khoá luận hôm nay.

Cuối cùng, em xin gửi lời cảm ơn tới gia đình, bạn bè, những người đã giúp đỡ động viên em trong suốt quá trình học tập và đặc biệt là trong thời gian làm khoá luận này.

Mặc dù đã có nhiều cố gắng, song khoá luận của em vẫn không thể tránh khỏi những thiếu sót, do kiến thức của bản thân còn hạn chế. Rất mong có được ý kiến nhận xét, đánh giá của hội đồng đề đề tài của em được hoàn chỉnh hơn và có thể đưa vào áp dụng trong thực tiễn phát triển du lịch tại làng gốm Bát Tràng hiện nay.

Hải Phòng ngày..... tháng..... năm 2010

Sinh viên

Trần Thị Lan Anh

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	1
1. Lí do chọn đề tài.....	6
2. Mục đích và nội dung nghiên cứu.....	8
2.1. Mục đích nghiên cứu.....	8
2.2. Nội dung nghiên cứu.....	8
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	9
3.1. Đối tượng nghiên cứu.....	9
3.2. Phạm vi nghiên cứu.....	9
4. Phương pháp nghiên cứu.....	9
5. Bố cục khoá luận.....	9
CHƯƠNG 1: MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG VÀ TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH	10
1.1. Du lịch.....	10
1.1.1. Khái niệm du lịch.....	10
1.1.2. Chức năng của du lịch.....	11
1.1.3. Tính chất của du lịch hiện đại.....	12
1.2. Làng nghề truyền thống.....	13
1.2.1. Khái niệm làng nghề.....	13
1.2.2. Làng nghề truyền thống.....	14
1.2.2.1. Khái niệm.....	14
1.2.2.2. Lịch sử phát triển.....	14
1.2.2.3. Đặc điểm của các làng nghề.....	15
1.2.2.4. Con đường hình thành của các làng nghề.....	17
1.2.2.5. Điều kiện hình thành các làng nghề.....	18
1.3. Tiềm năng để phát triển du lịch làng nghề truyền thống.....	18
1.3.1. Du lịch làng nghề truyền thống.....	18
1.3.2. Một số tiềm năng cần có để phát triển du lịch làng nghề truyền thống.....	19
1.4. Tác động tương hỗ giữa du lịch và làng nghề truyền thống.....	20

1.4.1. Vai trò của du lịch trong phát triển làng nghề truyền thống	20
1.4.1.1. Hoạt động du lịch góp phần quảng bá một cách rộng rãi và có hiệu quả nhất hình ảnh của làng nghề.	20
1.4.1.2. Góp phần cho sự phát triển kinh tế, văn hoá - xã hội của các làng nghề....	20
1.4.1.3. Đời sống người dân	21
1.4.2. Vai trò của làng nghề truyền thống trong phát triển du lịch	22
1.5. Đặc điểm của loại hình du lịch làng nghề truyền thống	23
Tiểu kết chương 1:	24
CHƯƠNG 2: TIỀM NĂNG CỦA LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG BÁT TRÀNG PHỤC VỤ PHÁT TRIỂN DU LỊCH	25
2.1 Khái quát về xã Bát Tràng	25
2.1.1. Tên gọi.....	25
2.1.2. Vị trí địa lý thuận lợi cho phát triển du lịch.....	26
2.1.3. Quá trình hình thành và phát triển của làng gốm Bát Tràng.....	27
2.1.3.1. Lịch sử hình thành của làng gốm Bát Tràng.....	27
2.1.3.2. Quá trình phát triển của làng gốm.....	30
2.2. Bản sắc làng nghề gốm sứ Bát Tràng	32
2.2.1. Đất hoá nên vàng.....	32
2.2.2. Niềm tự hào của làng gốm	36
2.2.3. Quy trình sản xuất của gốm Bát Tràng	41
2.2.4. Các sản phẩm chính của làng gốm Bát Tràng.....	43
2.3. Các tài nguyên du lịch.....	45
2.3.1. Tài nguyên du lịch tự nhiên	45
2.3.2. Tài nguyên du lịch nhân văn	45
2.3.2.1. Đình làng:	45
2.3.2.2. Chùa Kim Trúc:.....	47
2.3.2.3. Đền làng (hay còn gọi là đền Mẫu):.....	47
2.3.2.4. Văn chỉ làng Bát Tràng:	48
2.3.2.5. Lễ hội của làng:	49

2.3.2.6. Trung tâm trưng bày giới thiệu sản phẩm gốm sứ Bát Tràng (còn gọi là Chợ Gốm):.....	50
2.3.2.7. Bảo tàng gốm Vạn Vân.....	50
2.4. Điều kiện về kinh tế – xã hội	51
2.4.1. Điều kiện về kinh tế	51
2.4.2. Điều kiện xã hội	52
2.5. Cơ sở vật chất kĩ thuật hạ tầng xã hội.....	52
2.6. Các cơ chế chính sách.....	54
2.7. Các dự án đầu tư để nâng cao tiềm năng của làng gốm Bát Tràng	56
Tiểu kết chương 2:	58
CHƯƠNG 3: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH	59
KHAI THÁC TIỀM NĂNG CỦA LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG	
BÁT TRÀNG PHỤC VỤ PHÁT TRIỂN DU LỊCH.....	59
3.1. Thực trạng khai thác tiềm năng du lịch tại làng gốm Bát Tràng	59
3.1.1. Cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch và tổ chức quản lý ở Bát Tràng hiện nay.....	59
3.1.1.1. Cơ sở hạ tầng xã hội.....	59
3.1.1.2. Cơ sở hạ tầng kĩ thuật du lịch	61
3.1.2. Thực trạng về môi trường du lịch	61
3.1.3. Thực trạng về nguồn nhân lực	62
3.1.4. Hoạt động quảng bá để thu hút khách du lịch đến với làng nghề.....	63
3.1.5. Du khách đến với làng nghề Bát Tràng	65
3.1.6. Các loại hình du lịch được khai thác tại Bát Tràng	67
3.1.6.1. Những hoạt động chính trong các chương trình du lịch làng gốm Bát Tràng.....	67
3.1.6.2. Những hoạt động tạo hứng thú cho du khách	68
3.1.6.3. Những loại hình du lịch chính tại Bát Tràng	71
3.1.6.4. Một số chương trình du lịch được khai thác tại làng gốm Bát Tràng	72
3.1.7. Làng gốm Bát Tràng cùng các sự kiện thể thao – văn hoá - kinh tế.....	75
3.1.7.1. Làng gốm Bát Tràng triển lãm chào Sea Games	75

Làng gốm Bát Tràng và tiềm năng phát triển du lịch

3.1.7.2. Làng gốm Bát Tràng trong những ngày APEC	75
3.1.7.3. Triển lãm “ Nghề gốm Bát Tràng – cổ truyền và hiện đại” kỉ niệm 1000 năm Thăng Long - Hà Nội.	76
3.1.8. Đánh giá chung	76
3.2. Một số giải pháp nhằm khai thác tốt hơn tiềm năng của làng gốm Bát Tràng để phục vụ phát triển du lịch.	77
3.2.1. Giải pháp quản lý, quy hoạch phát triển du lịch	77
3.2.2. Giải pháp xây dựng cơ sở hạ tầng.....	78
3.2.2.1. Xây dựng cơ sở hạ tầng xã hội.....	78
3.2.2.2. Xây dựng cơ sở hạ tầng phục vụ cho phát triển du lịch.....	80
3.2.3. Giải pháp trong giới thiệu sản phẩm và hình ảnh làng gốm Bát Tràng	81
3.2.4. Giải pháp cho nguồn nhân lực và đào tạo nghệ nhân kế tục	83
3.2.4.1. Đào tạo nghệ nhân kế tục	83
3.2.4.2. Giải pháp nguồn nhân lực cho phát triển hoạt động du lịch tại làng .	83
3.2.5. Các chính sách khuyến khích phát triển du lịch làng gốm Bát Tràng (bao gồm các chính sách về vốn, đầu tư, công nghệ và thuế).....	84
3.2.5.1. Chính sách của Đảng và Nhà nước trong việc phát triển du lịch làng nghề truyền thống nói chung và du lịch làng gốm Bát Tràng nói riêng:	84
3.2.5.3. Các chính sách khuyến khích của địa phương	86
3.2.6. Giải pháp bảo vệ môi trường du lịch	87
3.2.7. Giải pháp giữ gìn những giá trị văn hoá truyền thống của làng nghề...	87
3.2.7.1. Giữ gìn những nét đẹp trong văn hoá sinh hoạt hàng ngày	87
3.2.7.2. Giữ gìn các giá trị tâm linh, tinh thần	87
3.2.7.3. Giữ gìn những giá trị văn hoá trong các sản phẩm truyền thống.....	88
3.2.8. Giải pháp giữ gìn trật tự trị an.....	89
Tiểu kết chương 3.....	90
KẾT LUẬN	91
TÀI LIỆU THAM KHẢO	94
PHỤ LỤC	

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lí do chọn đề tài

Từ lâu, du lịch đã trở thành một nhu cầu không thể thiếu đối với con người. Không chỉ nhằm mục đích tham quan, vui chơi, giải trí, ngày nay người ta đi du lịch còn với nhu cầu tìm hiểu các giá trị văn hoá truyền thống của nơi đến. Một trong những địa điểm không thể bỏ qua cho những ai ham hiểu biết, đó là du lịch đến các làng nghề truyền thống.

Thăng Long với 61 phường thời Lý – Trần, 36 phố phường thời Lê – Nguyễn và Hà Nội ngày nay là nơi hội tụ các làng nghề từ khắp mọi miền đất nước. Sự phát triển của làng nghề không chỉ có vai trò nâng cao mức sống, mà còn là dấu ấn truyền thống văn hoá dân tộc mỗi thời kì dựng nước và giữ nước.

Lịch sử phát triển văn hoá cũng như lịch sử phát triển kinh tế nước nhà luôn gắn liền với lịch sử phát triển của làng nghề Việt Nam. Bởi những sản phẩm thủ công mỹ nghệ không chỉ là những vật phẩm văn hoá hay vật phẩm kinh tế thuần túy cho sinh hoạt bình thường hàng ngày mà nó chính là những tác phẩm nghệ thuật tiêu biểu cho nền văn hoá - xã hội, cho mức phát triển kinh tế, cho trình độ dân trí và đặc điểm nhân văn của dân tộc. Điều đặc biệt nữa là các làng nghề không chỉ đơn thuần sản xuất ra những sản phẩm hàng hoá như trong một công xưởng sản xuất mà nó là cả một môi trường văn hoá, kinh tế, xã hội và công nghệ truyền thống lâu đời. Nó bảo lưu những tinh hoa nghệ thuật và kĩ thuật truyền từ đời này sang đời khác, được thể hiện qua bàn tay, khối óc của các thế hệ nghệ nhân tài năng với những sản phẩm mang bản sắc riêng của mình nhưng lại tiêu biểu cho cả dân tộc Việt Nam. ở mỗi làng nghề xưa và nay, tự nó đã mang trong mình hai yếu tố cơ bản: Truyền thống văn hoá và truyền thống nghề nghiệp. Hai yếu tố này hoà quyện không tách rời nhau tạo nên văn hoá làng nghề nói riêng và văn hoá Việt Nam nói chung.

Làng gốm Bát Tràng và tiềm năng phát triển du lịch

Theo thống kê của Viện Nghiên cứu và Phát triển Du lịch, hàng năm có tới 800 triệu người đi du lịch. Con số này sẽ là hơn 1 tỉ vào năm 2010 và đạt 1,6 tỉ vào năm 2020. Trong số đó, chiếm 60% dòng khách du lịch hiện nay là chọn du lịch văn hoá - làng nghề. Nước ta có hơn 2000 làng nghề thủ công, nếu được quan tâm đúng mức thì tiềm năng phát triển du lịch sẽ rất lớn.

Khi nói đến làng nghề truyền thống nước ta, không thể không nói tới một làng nghề nổi tiếng bậc nhất nhì trong quá khứ cũng như trong hiện tại, đó là làng gốm Bát Tràng – Hà Nội.

“ Ước gì anh lấy được nàng
Đề anh mua gạch Bát Tràng về xây
Xây dọc rồi lại xây ngang
Xây hồ bán nguyệt cho nàng rửa chân”

Câu ca dao quen thuộc từ thuở xưa của ông cha ta đã khái quát không chỉ chất lượng mà còn cả danh tiếng của sản phẩm gốm sứ và gạch của vùng. Không chỉ là vẻ đẹp được tô điểm bằng câu chữ hoa mỹ trên giấy, nét đẹp của sản phẩm Bát Tràng là vẻ đẹp tinh xảo thể hiện trên từng chi tiết, đường nét từ khi chỉ là vật liệu thô cho đến khi thành sản phẩm đến tay người tiêu dùng. Không phải là tự nhiên khi anh chàng trong câu ca dao trên lại muốn mua gạch Bát Tràng để xây hồ cho người anh yêu rửa chân mà bởi lẽ gạch Bát Tràng có độ rắn cao, chất lượng tốt thường được dùng để xây nhà, lát sân, xây giếng...

Là sự kết hợp hoàn mỹ của những sản phẩm gốm sứ tuyệt đẹp với những giá trị lịch sử và truyền thống, Bát Tràng hiện nay không chỉ là một làng nghề sản xuất thuần túy. Với nhiều công trình tín ngưỡng, văn hoá cùng sản phẩm gốm nổi tiếng, ngôi làng trở thành một địa điểm du lịch thu hút của thành phố Hà Nội. Đến với Bát Tràng, du khách sẽ được những người dân địa phương đã gắn bó cả cuộc đời với làng nghề hướng dẫn tham quan và kể về những câu chuyện đời, sự tích gắn bó với quá trình phát triển của làng gốm. Bát Tràng không đơn thuần là một làng nghề mà còn là một làng văn hoá. Bên

cạnh đó, dưới sự hướng dẫn của những người thợ lành nghề, kinh nghiệm trên 20 năm với nghề gốm sứ, du khách sẽ được hướng dẫn một cách tỉ mỉ, cụ thể để thử sức làm một nghệ nhân không chuyên. Dưới đôi bàn tay mình, bạn sẽ thấy những hòn đất vô tri sẽ có hồn và trở thành một sản phẩm thực sự. Có lẽ vì thế mà ngày nay, Bát Tràng đã trở thành một điểm đến không thể thiếu cho những ai yêu thích tìm hiểu về văn hoá truyền thống dân tộc nói chung, và tìm hiểu làng nghề truyền thống nói riêng.

Một thực tế có thể thấy rằng, hiện nay, ngoài mục đích chính là sản xuất các mặt hàng thủ công truyền thống, một số làng nghề đã kết hợp đưa hoạt động du lịch vào khai thác tại làng. Bát Tràng cũng là một trong số ít những làng nghề đã có hoạt động du lịch tương đối phát triển. Tuy nhiên, để hoạt động du lịch ở các làng nghề truyền thống nói chung và ở Bát Tràng nói riêng phát triển thật sự có hiệu quả, góp phần thúc đẩy kinh tế, xã hội của đất nước phát triển, đồng thời lưu giữ và giới thiệu được những nét văn hoá đặc sắc nhất tới bạn bè quốc tế thì chúng ta cần có sự nghiên cứu sâu hơn nữa, đầu tư, quy hoạch phát triển để phát huy những tiềm năng du lịch của làng nghề một cách cụ thể và có hiệu quả.

Chính vì những lí do trên, em đã chọn đề tài “ **Làng gốm Bát Tràng và tiềm năng phát triển du lịch**” với mong muốn có thể góp phần giới thiệu thêm về làng gốm cổ nhất Việt Nam và đưa ra một số giải pháp nhằm khai thác tốt hơn tiềm năng của làng nghề truyền thống này để phục vụ phát triển du lịch.

2. Mục đích và nội dung nghiên cứu

2.1. Mục đích nghiên cứu

- Đề xuất một số ý kiến nhằm khai thác tốt hơn những tiềm năng du lịch mà làng gốm Bát Tràng có được, đặc biệt là tiềm năng cho phát triển du lịch làng nghề.

2.2. Nội dung nghiên cứu

Khoá luận tập trung nghiên cứu về những tiềm năng du lịch tại làng gốm Bát Tràng, như: lịch sử làng gốm, các tài nguyên du lịch, điều kiện về kinh tế,

xã hội, cơ sở vật chất kỹ thuật hạ tầng xã hội, các cơ chế chính sách, đầu tư tại làng gốm Bát Tràng; và thực trạng khai thác những tiềm năng đó tại Bát Tràng hiện nay. Qua đó nêu lên một số ý kiến góp phần khai thác tốt hơn những tiềm năng này.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Các di tích lịch sử văn hoá, cảnh quan làng nghề, các hoạt động sản xuất có thể phục vụ khai thác du lịch, các hoạt động du lịch hiện nay tại làng gốm Bát Tràng.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

Khoá luận tập trung nghiên cứu về làng gốm Bát Tràng và các hoạt động khai thác du lịch hiện nay tại làng nghề Bát Tràng.

4. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp thu thập: thu thập thông tin qua các sách, báo, mạng internet...
- Phương pháp xử lý thông tin: em đã vận dụng phương pháp xử lý thông tin thu thập được để hoàn thành bài khoá luận này.

5. Bố cục khoá luận

Ngoài phần mở đầu và kết luận, khoá luận được chia thành 3 chương:

Chương 1: Một số vấn đề lí luận về làng nghề truyền thống và tiềm năng phát triển du lịch.

Chương 2: Tiềm năng của làng nghề truyền thống Bát Tràng phục vụ phát triển du lịch.

Chương 3: Thực trạng và giải pháp đẩy mạnh khai thác tiềm năng của làng nghề truyền thống Bát Tràng phục vụ phát triển du lịch.

CHƯƠNG 1:

MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG VÀ TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH

1.1. Du lịch

1.1.1. Khái niệm du lịch

Thuật ngữ du lịch ngày càng trở nên thông dụng, được bắt đầu bằng tiếng Pháp “tour” nghĩa là đi vòng quanh, dạo chơi và “tourist” là người đi dạo chơi. Du lịch gắn liền với việc nghỉ ngơi, giải trí nhằm phục hồi sức khỏe, tái tạo lại sức lao động cho con người, tạo ra nguồn sinh lực dồi dào đem lại hiệu quả cho lao động và cuộc sống hàng ngày.

Ngày nay có rất nhiều các khái niệm khác nhau về du lịch:

Theo WTO:

“ Du lịch bao gồm mọi hoạt động của những người du hành tạm trú trong mục đích tham quan, khám phá và tìm hiểu trải nghiệm hoặc trong mục đích nghỉ ngơi, giải trí, thư giãn cũng như mục đích hành nghề hoặc các mục đích khác nữa trong thời gian liên tục nhưng không quá một năm ở bên ngoài môi trường sống định cư, nhưng loại trừ các du hành mà có mục đích chính là kiếm tiền”.

Theo các học giả Trung Quốc:

“ Du lịch là một hiện tượng kinh tế xã hội nảy sinh trong điều kiện kinh tế xã hội nhất định, và tổng hoà tất cả các mối quan hệ và hiện tượng trong hành trình để thoả mãn nhu cầu nghỉ ngơi giải trí và văn hoá nhưng lưu động chứ không định cư tạm thời”.

Theo Michael Coltman:

“ Du lịch là sự kết hợp tương tác của bốn nhóm nhân tố trong quá trình phục vụ du khách bao gồm: du khách, nhà cung ứng, cư dân sở tại và chính quyền nơi đón khách du lịch”.

Theo nhóm tác giả của Đại học Kinh tế quốc dân:

“ Du lịch là một ngành kinh doanh bao gồm các tổ chức hướng dẫn du lịch, sản xuất trao đổi hàng hoá và dịch vụ của các doanh nghiệp nhằm đáp ứng các nhu cầu về đi lại, lưu trú, ăn uống, tham quan, giải trí, tìm hiểu và các nhu cầu khác của khách du lịch, các hoạt động đó phải mang lại lợi ích kinh tế – xã hội thiết thực cho nước làm du lịch và cho doanh nghiệp”.

Theo Luật Du lịch Việt Nam:

“ Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, giải trí, tìm hiểu, nghỉ dưỡng trong một thời gian nhất định”.

Ngành du lịch của nước ta chính thức ra đời khi công ty Du lịch của Việt Nam được thành lập ngày 09/7/1960 theo nghị định 26/ CP của Chính phủ. Sau năm 1975, hoạt động du lịch có bước phát triển mới. Tuy nhiên du lịch chỉ thực sự chuyển biến mạnh mẽ và trở thành một ngành kinh tế khi đất nước tiến hành đổi mới, đặc biệt từ những năm 90 của thế kỉ XX. Đảng và Nhà nước đã khẳng định “ Du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp quan trọng góp phần nâng cao dân trí, tạo việc làm và phát triển kinh tế – xã hội của đất nước” và coi “Phát triển du lịch là một hướng chiến lược quan trọng trong đường lối phát triển kinh tế – xã hội góp phần thực hiện công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước, phấn đấu từng bước đưa nước ta thành trung tâm du lịch, thương mại – dịch vụ có tầm cỡ trong khu vực” (Chỉ thị số 46 – CT/TW, ngày 14/10/1994 của Ban Bí thư Trung ương Đảng cộng sản Việt Nam).

1.1.2. Chức năng của du lịch

Chức năng kinh tế: Đây là nhân tố để phát triển kinh tế ở các điểm quần cư và các đối tượng đón khách. Thông qua du lịch, cơ sở vật chất kĩ thuật được sử dụng đầy đủ, hiệu quả hơn. Đây được coi là “ngành công nghiệp không khói”, ngành công nghiệp mới đem lại nhiều lợi nhuận cho đất nước thông qua các hình thức kinh doanh: khách sạn, nhà hàng, vận chuyển, hàng hoá lưu niệm và thúc đẩy các ngành khác phát triển như: vệ sinh, môi trường,

hệ thống giao thông...

Chức năng xã hội – tư tưởng – văn hoá: Việc phát triển du lịch theo hướng chủ động sẽ dẫn đến sự phát triển kinh tế ở nơi đến. Từ đó có thể tạo ra các sản phẩm du lịch đa dạng, góp phần giải quyết việc làm cho cộng đồng địa phương, cải thiện chất lượng cuộc sống cho họ và góp phần giao lưu văn hoá.

Chức năng sinh thái: du lịch góp phần tạo nên môi trường sống ổn định.

Chức năng chính trị: có ý nghĩa trong du lịch quốc tế, góp phần nâng cao hoà bình giữa các dân tộc, quốc gia. Từ đó đẩy mạnh giao lưu quốc tế, củng cố hoà bình trên thế giới. Du lịch giúp con người ở các quốc gia khác nhau gần nhau hơn.

1.1.3. Tính chất của du lịch hiện đại

- Là kết quả tất yếu của sự phát triển xã hội hiện nay.

Khi trình độ sản xuất của con người ngày càng phát triển, đời sống được nâng cao, con người có thời gian rỗi nhiều hơn, trình độ tri thức của con người được nâng cao, họ có mong muốn đi du lịch để vui chơi, giải trí, vượt ra khỏi không gian đời sống hàng ngày chật hẹp của mình.

Mặt khác, khi đời sống được ổn định, mối quan hệ xã hội ngày càng thân thiện, con người đi du lịch không chỉ đơn thuần là vui chơi, giải trí, mà nó còn mang ý nghĩa để học tập, nghiên cứu, và thậm chí là đi du lịch với nhiều mục đích khác nhau.

Vì vậy có thể thấy rằng du lịch là kết quả tất yếu, là một trong những nhu cầu thiết yếu của con người trong xã hội hiện nay.

- Là bộ phận cấu thành đời sống vật chất và tinh thần của con người hiện đại.

Khi xã hội càng phát triển thì du lịch trở thành nhu cầu thiết yếu không thể thiếu của con người. Du lịch trở thành một trong những chuẩn mực để đánh giá mức sống của con người. Con người có đời sống vật chất đầy đủ sẽ có nhu cầu đi du lịch nhiều. Du lịch cũng là một trong số những món ăn tinh

thần không thể thiếu của con người, đáp ứng nhu cầu vui chơi, giải trí, khám phá của con người đối với tự nhiên, xã hội và lịch sử.

- Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp mang nội dung văn hoá sâu sắc, có tính liên vùng, liên ngành và xã hội hoá cao.

Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, bởi sản phẩm du lịch là sản phẩm vô hình, nơi mà du khách đến tham quan thường nằm ở xa nơi cư trú của khách du lịch. Vì vậy du lịch phải là ngành kinh tế tổng hợp mang tính chất liên vùng, liên ngành để đáp ứng nhu cầu của khách du lịch, kết nối khách du lịch với các vùng du lịch.

Du lịch mang nội dung văn hoá sâu sắc vì sản phẩm của du lịch ngoài những danh lam thắng cảnh, còn có những nét đặc trưng văn hoá sâu sắc của từng vùng, từng miền, giúp cho du khách khi đi du lịch có thể tìm hiểu lịch sử, phong tục tập quán của địa phương. Đó là nét văn hoá truyền thống mà nhân dân còn giữ lại được để lưu truyền cho đời sau.

1.2. Làng nghề truyền thống

1.2.1. Khái niệm làng nghề

Cho đến nay vẫn chưa có khái niệm chính thức về “làng nghề”. Theo giáo sư Trần Quốc Vượng thì “làng nghề là một làng tuy vẫn còn trồng trọt theo lối tiểu nông và chăn nuôi nhưng cũng có một số nghề phụ khác như đan lát, gốm sứ, làm tương... song đã nổi trội một nghề cổ truyền, tinh xảo với một tầng lớp thợ thủ công chuyên nghiệp hay bán chuyên nghiệp, có phường (cơ cấu tổ chức), có ông trùm, ông cả... cùng một số thợ và phó nhỏ, đã chuyên tâm, có quy trình công nghệ nhất định “sinh ư nghệ, tử ư nghệ”, “nhất nghệ tinh, nhất thân vinh”, sống chủ yếu được bằng nghề đó và sản xuất ra những mặt hàng thủ công, những mặt hàng này đã có tính mỹ nghệ, đã trở thành sản phẩm hàng và có quan hệ tiếp thị với một thị trường là vùng rộng xung quanh và với thị trường đô thị và tiến tới mở rộng ra cả nước rồi có thể xuất khẩu ra cả nước ngoài”.

Định nghĩa này hàm ý về các làng nghề truyền thống, đó là những làng

nghề nổi tiếng từ hàng nghìn năm.

1.2.2. Làng nghề truyền thống

1.2.2.1. Khái niệm

Theo Bách khoa toàn thư mở Wikipedia thì “ làng nghề Việt Nam, làng nghề thủ công, làng nghề truyền thống, hoặc làng nghề cổ truyền... là những làng mà tại đó hầu hết dân cư tập trung vào làm một nghề duy nhất nào đó; nghề của họ làm thường có tính chuyên sâu cao và mang lại nguồn thu nhập cho dân làng”.

1.2.2.2. Lịch sử phát triển

Cùng với sự phát triển của nền văn minh nông nghiệp từ hàng ngàn năm trước đây, nhiều nghề thủ công cũng đã ra đời tại các vùng nông thôn Việt Nam. Việc hình thành các làng nghề bắt đầu từ những nghề ban đầu được cư dân tranh thủ làm lúc nông nhàn, những lúc không phải là mùa vụ chính.

Bởi lẽ trước đây kinh tế của người Việt cổ chủ yếu sống dựa vào việc trồng lúa nước mà nghề làm lúa không phải lúc nào cũng có việc. Thông thường chỉ những ngày đầu vụ, hay những ngày cuối vụ thì người nông dân mới có việc làm nhiều, vất vả như: cày bừa, cấy, làm cỏ (đầu vụ) cho đến gặt lúa, phơi khô... còn những ngày còn lại thì nhà nông rất nhàn hạ, rất ít việc để làm. Từ đó nhiều người đã bắt đầu tìm kiếm thêm công việc phụ để làm nhằm mục đích ban đầu là cải thiện bữa ăn và những nhu cầu thiết yếu hàng ngày, về sau là tăng thêm thu nhập cho gia đình.

Theo thời gian, nhiều nghề phụ ban đầu đã thể hiện vai trò to lớn của nó, mang lại lợi ích thiết thực cho cư dân. Như việc làm ra các đồ dùng bằng mây, tre, lụa... phục vụ sinh hoạt hay đồ sắt, đồ đồng phục vụ sản xuất. Nghề phụ từ chỗ chỉ phục vụ nhu cầu riêng đã trở thành hàng hoá để trao đổi, mang lại lợi ích kinh tế to lớn cho người dân vốn trước đây chỉ trông chờ vào các vụ lúa. Từ chỗ một vài nhà trong làng làm, nhiều gia đình khác cũng học làm theo, nghề từ đó mà lan rộng ra phát triển trong cả làng, hay nhiều làng gần nhau.

Và cũng chính nhờ những lợi ích khác nhau do các nghề thủ công đem lại mà trong mỗi làng bắt đầu có sự phân hoá. Nghề đem lại lợi ích nhiều thì phát triển mạnh dần, ngược lại những nghề mà hiệu quả thấp hay không phù hợp với làng thì dần dần bị mai một. Từ đó bắt đầu hình thành nên những làng nghề chuyên sâu vào một nghề duy nhất nào đó, như làng gốm, làng làm chiếu, làng làm lụa, làng làm đồ đồng...

Những phát hiện về khảo cổ học, những cứ liệu lịch sử đã chứng minh được các làng nghề Việt Nam đã ra đời từ hàng nghìn năm trước đây. Các làng nghề thường tập trung chủ yếu ở các vùng châu thổ sông lớn như châu thổ sông Hồng, tại Hà Nội, Bắc Ninh, Thái Bình, Nam Định...

1.2.2.3. Đặc điểm của các làng nghề

Đặc điểm nổi bật nhất của các làng nghề là tồn tại ở nông thôn, gắn bó chặt chẽ với nông nghiệp. Các làng nghề xuất hiện trong từng làng - xã ở nông thôn. Sau đó các ngành nghề thủ công nghiệp được tách dần nhưng không rời nông thôn, sản xuất nông nghiệp và sản xuất – kinh doanh thủ công nghiệp trong các làng nghề đan xen lẫn nhau. Người thợ thủ công trước hết và đồng thời là người nông dân.

Hai là, công nghệ kỹ thuật sản xuất sản phẩm trong các làng nghề, đặc biệt là các làng nghề truyền thống thường rất thô sơ, lạc hậu, sử dụng kỹ thuật thủ công là chủ yếu. Công cụ lao động trong các làng nghề đa số là công cụ thủ công, công nghệ sản xuất mang tính đơn chiếc. Nhiều loại sản phẩm có công nghệ – kỹ thuật hoàn toàn phải dựa vào đôi bàn tay khéo léo của người thợ mặc dù hiện nay đã có sự cơ khí hoá và điện khí hoá từng bước trong sản xuất, song cũng chỉ có một số không nhiều nghề có khả năng cơ giới hoá được một số công đoạn trong sản xuất sản phẩm.

Ba là, đại bộ phận nguyên vật liệu của các làng nghề thường là tại chỗ. Hầu hết các làng nghề truyền thống được hình thành xuất phát từ sự sẵn có của nguồn nguyên liệu sẵn có tại chỗ, trên địa bàn địa phương. Cũng có thể có một số nguyên liệu phải nhập từ vùng khác hoặc từ nước ngoài như một số

loại chỉ thêu, thuốc nhuộm... song không nhiều.

Bốn là, phần đông lao động trong các làng nghề là lao động thủ công, nhờ vào kỹ thuật khéo léo, tinh xảo của đôi bàn tay, vào đầu óc thẩm mỹ và sáng tạo của người thợ, của các nghệ nhân. Trước kia, do trình độ khoa học và công nghệ chưa phát triển thì hầu hết các công đoạn trong quá trình sản xuất đều là thủ công, giản đơn. Ngày nay, cùng với sự phát triển của khoa học – công nghệ, việc ứng dụng khoa học – công nghệ mới vào nhiều công đoạn trong sản xuất của làng nghề đã giảm bớt được lượng lao động thủ công, giản đơn. Tuy nhiên, một số loại sản phẩm còn có một số công đoạn trong quy trình sản xuất vẫn phải duy trì kỹ thuật lao động thủ công tinh xảo. Việc dạy nghề trước đây chủ yếu theo phương thức truyền nghề trong các gia đình từ đời này sang đời khác và chỉ khuôn lại trong từng làng. Sau hoà bình lập lại, nhiều cơ sở quốc doanh và hợp tác xã làm nghề thủ công truyền thống ra đời, làm cho phương thức truyền nghề và dạy nghề đã có nhiều thay đổi, mang tính đa dạng và phong phú hơn.

Năm là, sản phẩm làng nghề, đặc biệt là làng nghề mang tính đơn chiếc, có tính mỹ thuật cao, mang đậm bản sắc văn hoá dân tộc. Các sản phẩm làng nghề truyền thống vừa có giá trị sử dụng, vừa có giá trị thẩm mỹ cao, vì nhiều loại sản phẩm vừa phục vụ nhu cầu tiêu dùng, vừa là vật trang trí trong nhà, đền chùa, công sở Nhà nước... Các sản phẩm đều là sự kết giao giữa phương pháp thủ công tinh xảo với sự sáng tạo nghệ thuật. Cùng là đồ gốm sứ, nhưng người ta vẫn có thể phân biệt được đâu là gốm sứ Bát Tràng (Hà Nội), Thổ Hà (Bắc Ninh), Đông Triều (Quảng Ninh)... Từ những con rồng chạm trổ ở các đình chùa, hoa văn trên các trống đồng và các họa tiết trên đồ gốm sứ đến những nét chấm phá trên các bức thêu... tất cả đều mang vóc dáng dân tộc, quê hương, chứa đựng ảnh hưởng về văn hoá tinh thần, quan niệm về nhân văn và tín ngưỡng, tôn giáo của dân tộc.

Sáu là, thị trường tiêu thụ sản phẩm của các làng nghề hầu hết mang tính địa phương, tại chỗ và nhỏ hẹp. Bởi sự ra đời của các làng nghề, đặc biệt là

các làng nghề truyền thống, là sự xuất phát từ việc đáp ứng nhu cầu về hàng tiêu dùng tại chỗ của các địa phương. Ở mỗi một làng nghề hoặc một cụm làng nghề đều có các chợ dùng làm nơi trao đổi, buôn bán, tiêu thụ sản phẩm của các làng nghề. Cho đến nay, thị trường làng nghề về cơ bản vẫn là các thị trường địa phương, là tỉnh hay liên tỉnh và một phần cho xuất khẩu.

Bây là, hình thức tổ chức sản xuất trong các làng nghề chủ yếu là ở quy mô hộ gia đình, một số đã có sự phát triển thành tổ chức hợp tác và doanh nghiệp tư nhân.

1.2.2.4. Con đường hình thành của các làng nghề

Khảo sát, nghiên cứu về các làng nghề cho thấy, dù đó là làng nghề gì, sản xuất, kinh doanh như thế nào, thành lập từ bao giờ, tuy thời điểm xuất hiện của chúng có khác nhau nhưng tựu chung lại chúng thường xuất hiện theo một số con đường tương đối phổ biến là:

Thứ nhất là, phần lớn các làng nghề được hình thành trên cơ sở có những nghệ nhân, với nhiều lí do khác nhau đã từ nơi khác đến truyền nghề cho dân làng.

Thứ hai là, một số làng nghề hình thành từ một số cá nhân hay gia đình có những kĩ năng và sự sáng tạo nhất định. Từ sự sáng tạo của họ, quy trình sản xuất và sản phẩm không ngừng được bổ sung và hoàn thiện. Rồi họ truyền nghề cho cư dân trong làng, làm cho nghề đó ngày càng lan truyền ra khắp làng và tạo thành làng nghề.

Thứ ba là, một số làng nghề hình thành do có những người đi nơi khác học nghề rồi về dạy lại cho những người khác trong gia đình, dòng họ và mở rộng dần phạm vi ra khắp làng.

Thứ tư, một số làng nghề mới hình thành trong những năm gần đây, sau năm 1954 được hình thành một cách có chủ ý do các địa phương thực hiện chủ trương phát triển nghề phụ trong các hợp tác xã nông nghiệp.

Thứ năm là, trong thời kì đổi mới hiện nay, có một số làng nghề đang được hình thành trên cơ sở sự lan toả dần từ một số làng nghề truyền thống,

tạo thành một cụm làng nghề trên một vùng lãnh thổ lân cận với làng nghề truyền thống.

1.2.2.5. Điều kiện hình thành các làng nghề

Nghiên cứu sự phân bố của các làng nghề cho thấy, sự tồn tại và phát triển của các làng nghề cần phải có những điều kiện cơ bản nhất định:

Một là, gần đường giao thông. Hầu hết các làng nghề cổ truyền đều nằm trên các đầu mối giao thông quan trọng, đặc biệt là các đầu mối giao thông thuỷ bộ.

Hai là, gần nguồn nguyên liệu. Hầu như không có làng nghề nào lại không gắn bó chặt chẽ với một trong những nguồn nguyên liệu chủ yếu phục vụ cho sản xuất của làng nghề.

Ba là, gần nơi tiêu thụ hoặc thị trường chính. Đó là những nơi tập trung dân cư với mật độ khá cao, gần bến sông, bãi chợ và đặc biệt là rất gần hoặc không quá xa các trung tâm thương mại.

Bốn là, sức ép về kinh tế. Biểu hiện rõ nhất thường là sự hình thành và phát triển của các làng nghề ở những nơi ít ruộng đất, mật độ dân số cao, đất chật người đông, thêm vào đó có khi còn là do chất đất hoặc khí hậu không phù hợp làm cho nghề nông khó có điều kiện phát triển để đảm bảo thu nhập và đời sống dân cư trong làng.

Năm là, lao động và tập quán sản xuất ở từng vùng. Nếu không có những người tâm huyết với nghề, có nhiều quan hệ gắn bó với nghề và có khả năng ứng phó với những tình huống xấu, bất lợi thì làng nghề cũng khó có thể tồn tại một cách bền vững.

1.3. Tiềm năng để phát triển du lịch làng nghề truyền thống

1.3.1. Du lịch làng nghề truyền thống

Du lịch làng nghề truyền thống còn khá mới mẻ ở nước ta. Du lịch làng nghề truyền thống thuộc du lịch văn hoá. Do vậy khi xem xét khái niệm này cần phải đi từ khái niệm du lịch văn hoá.

Du lịch văn hoá là loại hình du lịch đưa khách tới tham quan và thẩm

nhận các giá trị văn hoá vật thể, phi vật thể ở các địa phương trên các miền đất nước.

Theo Luật Du lịch Việt Nam, “du lịch văn hoá là loại hình du lịch dựa vào bản sắc văn hoá dân tộc với sự tham gia của cộng đồng, nhằm bảo tồn và phát huy các giá trị văn hoá truyền thống”.

Các loại hình du lịch văn hoá bao gồm:

- Du lịch tham quan nghiên cứu
- Du lịch lễ hội
- Du lịch làng nghề
- Du lịch làng bản
- Du lịch tôn giáo, tín ngưỡng
- Du lịch phong tục, tập quán.

1.3.2. Một số tiềm năng cần có để phát triển du lịch làng nghề truyền thống

Ngày nay, du lịch làng nghề truyền thống đã trở thành một tiềm năng lớn cho phát triển du lịch văn hoá nói riêng và phát triển ngành du lịch ở nước ta nói chung. Để có thể phát triển loại hình du lịch làng nghề truyền thống, cần có một số tiềm năng nhất định cho các làng nghề như:

- Tài nguyên du lịch: Bao gồm các tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch nhân văn. Trong đó, tài nguyên du lịch nhân văn chiếm vị trí quan trọng và số lượng lớn hơn. Bởi du lịch làng nghề chính là một phần của du lịch văn hoá, và du lịch văn hoá thường gắn liền với các tài nguyên du lịch nhân văn. Đây chính là một tiềm năng vô cùng quan trọng và cần thiết để đưa khách du lịch đến với các làng nghề.

- Điều kiện về kinh tế – xã hội: Đây là một nhân tố có tác động không nhỏ đến hoạt động du lịch tại các làng nghề. Đặc biệt là các sản phẩm thủ công truyền thống cùng lịch sử phát triển lâu đời sẽ đem đến cho du khách những cảm nhận độc đáo về văn hoá của địa phương, cũng như những kĩ thuật chế tác từng hiện hữu một thời trong quá khứ. Bên cạnh đó, hình ảnh làng nghề hiện tại với một nền kinh tế, xã hội ổn định, phát triển chắc chắn sẽ tạo

được những ấn tượng khó quên cho du khách và họ sẽ có nhu cầu quay trở lại.

- Cơ sở vật chất kỹ thuật hạ tầng xã hội: Đây là một yếu tố có ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả của ngành du lịch. Vì vậy đây là một tiềm năng không thể thiếu để phát triển loại hình du lịch làng nghề truyền thống. Khách du lịch đến với các làng nghề ngoài nhu cầu tham quan, tìm hiểu, mua sắm, họ vẫn có nhu cầu được phục vụ theo đúng nghĩa “đi du lịch”. Bởi vậy cơ sở vật chất kỹ thuật chính là một tiềm năng lớn để thu hút khách, bao gồm các cơ sở về đường sá, điện, nước, hệ thống thông tin liên lạc, cơ sở phục vụ y tế, các nhà hàng, khách sạn...

- Các cơ chế chính sách, các dự án đầu tư để nâng cao tiềm năng của các làng nghề: Yếu tố này thể hiện sự quan tâm của Nhà nước, các nhà đầu tư và các cơ quan có chức năng đến sự phát triển của làng nghề. Điều này sẽ tạo nên diện mạo mới cho các làng nghề, giúp mở rộng thị trường cho sản phẩm truyền thống, tạo thương hiệu và thu hút khách du lịch đến tham quan tại các làng nghề.

1.4. Tác động tương hỗ giữa du lịch và làng nghề truyền thống

1.4.1. Vai trò của du lịch trong phát triển làng nghề truyền thống

1.4.1.1. Hoạt động du lịch góp phần quảng bá một cách rộng rãi và có hiệu quả nhất hình ảnh của làng nghề.

Khi mà hoạt động du lịch phát triển một cách thật sự có hiệu quả với quy mô, cơ cấu tổ chức khoa học, chất lượng các dịch vụ du lịch đảm bảo, thái độ phục vụ tốt cộng với lòng mến khách của người dân bản địa sẽ để lại ấn tượng tốt đẹp trong lòng mỗi du khách. Và khi đó mỗi du khách sẽ trở thành một tuyên truyền viên quảng cáo một cách miễn phí mà đem lại hiệu quả cao nhất cho làng nghề.

1.4.1.2. Góp phần cho sự phát triển kinh tế, văn hoá - xã hội của các làng nghề.

Khi du lịch được đưa vào khai thác sẽ tạo ra một thị trường khách mới cho các làng nghề - đó là thị trường khách du lịch. Thị trường này tuy nhỏ bé với số lượng sản phẩm bán ra không lớn nhưng giá trị lợi nhuận mang lại sẽ

tăng lên (do giá bán lẻ cho khách du lịch bao giờ cũng cao hơn so với giá bán thông thường). Mặt khác, nếu là khách du lịch quốc tế thì khi bán sản phẩm cũng chính là các làng nghề đã xuất khẩu được một phần sản phẩm của mình tại chỗ mà không mất một đồng tiền vận chuyển và thuế xuất hàng như sự xuất khẩu thông thường. Đây là một thị trường khách đầy tiềm năng để các làng nghề khai thác phát triển.

Nhờ có du lịch mà nhiều nhà đầu tư trong và ngoài nước đã biết đến và hợp tác kí kết nhiều hợp đồng kinh tế lớn với các doanh nghiệp sản xuất các sản phẩm trong làng, đem lại lợi nhuận cho các hộ sản xuất, kinh doanh. Từ đó tạo ra công ăn việc làm cho người lao động, giảm tỉ lệ thất nghiệp, tăng thu nhập cho người dân.

Hoạt động du lịch đã gián tiếp góp phần thúc đẩy các làng nghề truyền thống phát triển. Khi làng nghề được đưa vào khai thác phục vụ cho hoạt động du lịch thì đã có rất nhiều khách đến tham quan, mua sắm cũng như tìm hiểu về các dòng sản phẩm truyền thống của các làng nghề. Trong số đó cũng có nhiều nhà nghiên cứu. Thông qua các công trình nghiên cứu, khảo nghiệm này, các nghệ nhân sẽ có cơ sở khoa học cụ thể trong việc khôi phục, gìn giữ, phát triển các sản phẩm truyền thống có giá trị để từ đó đưa vào sản xuất phục vụ nhu cầu của người dân. Càng các sản phẩm cổ, độc đáo thì càng có giá trị cao về mọi mặt: kinh tế, kỹ thuật, mỹ thuật và các giá trị văn hoá khác. Từ đó góp phần bảo tồn và phát huy các sản phẩm truyền thống của làng nghề nói riêng và nét độc đáo của văn hoá Việt Nam nói chung.

1.4.1.3. Đời sống người dân

Hoạt động du lịch gián tiếp thúc đẩy các làng nghề phát triển, từ đó sẽ làm tăng thu nhập cho người dân. Đời sống cả về vật chất và tinh thần của người dân được nâng cao. Hoạt động du lịch đem lại nguồn thu nhập cho người dân trong các làng nghề truyền thống. Bên cạnh việc bán các sản phẩm làm ra cho du khách để thu lợi nhuận thì cũng có rất nhiều dịch vụ khác được mở ra để phục vụ du khách mà chủ yếu là lưu trú, ăn uống...

Khi du lịch được đưa vào khai thác, người dân trong các làng nghề còn có cơ hội giao lưu, tiếp xúc với nhiều du khách khác nhau trên thế giới, tạo điều kiện học hỏi, mở rộng tầm hiểu biết về các nền văn hoá khác nhau trên thế giới.

1.4.2. Vai trò của làng nghề truyền thống trong phát triển du lịch

Làng nghề truyền thống cũng là một trong những trung tâm thu hút khách và có những tác động mạnh mẽ trở lại đối với du lịch trong mục tiêu chung cụ thể.

Làng nghề truyền thống là cả một môi trường kinh tế – văn hoá - xã hội và công nghệ truyền thống lâu đời. Nhắc đến làng nghề là nhắc đến một nền sản xuất cổ truyền, với những nét đặc trưng của kinh tế và xã hội đã từng hiện hữu trong quá khứ. Đây là một nguồn tư liệu vô cùng quý giá và sống động nhất cho những ai muốn tìm hiểu về nét văn hoá truyền thống của dân tộc. Cuộc sống phát triển, con người càng có nhu cầu tìm hiểu về những thứ đã từng tồn tại trong quá khứ. Đến thăm các làng nghề truyền thống là cách nhanh và hiệu quả nhất để có câu trả lời chính xác và đầy đủ cho những nhu cầu này.

Phong cảnh làng nghề cùng với những giá trị chứa đựng bên trong sẽ là điểm du lịch lí tưởng cho du khách, đặc biệt là khách quốc tế đến tham quan, tìm hiểu, mua sắm. Phần lớn các làng nghề hiện nay vẫn giữ được những nét cổ kính và mang trong mình một tâm hồn rất Việt. Đó là những phong cảnh làng quê yên bình, trong trẻo như ru hồn người lữ khách về với cội nguồn của chốn tĩnh lặng, yên bình. Và họ sẽ có những cảm nhận mới lạ, khác hẳn với cuộc sống thành thị sôi động hàng ngày.

Làng nghề truyền thống là nơi sản xuất ra những sản phẩm thủ công mỹ nghệ có nghệ thuật cao, tiêu biểu, độc đáo cho cả dân tộc, địa phương. Vì thế khách du lịch khi đến đây thường có mong muốn được chiêm ngưỡng, mua sắm các sản phẩm thủ công làm kỉ niệm cho chuyến đi.

1.5. Đặc điểm của loại hình du lịch làng nghề truyền thống

Đây là loại hình du lịch văn hoá giúp cho du khách thẩm nhận các giá trị của bản sắc văn hoá dân tộc tại địa phương. Lịch sử văn hoá của dân tộc gắn liền với lịch sử phát triển của các làng nghề. Vì là những làng nghề đã có truyền thống sản xuất từ lâu đời, nên mỗi làng nghề đều mang trong mình những nét văn hoá độc đáo, là những nét đặc trưng riêng của từng địa phương. Và vì thế, du lịch đến các làng nghề, du khách không chỉ được chiêm ngưỡng những sản phẩm tinh tế, sống động mà còn đầy ắp màu sắc quê hương gắn liền với bản sắc văn hoá của từng vùng.

Thông qua loại hình du lịch này, hàng hoá sẽ được xuất khẩu tại chỗ, góp phần phát triển kinh tế tại địa phương. Khi đến thăm các làng nghề, được mắt chứng kiến quy trình sản xuất ra một sản phẩm, ít ai lại không muốn mua về cho mình những sản phẩm đặc trưng đó làm đồ lưu niệm, để lại dấu ấn về nơi mình đã đi qua. Do đó, đây là một nguồn thu rất lớn và là cách quảng bá, giới thiệu về sản phẩm của làng nghề một cách hiệu quả nhất. Đặc biệt là các du khách nước ngoài. Họ luôn có hứng thú với những sản phẩm thủ công truyền thống của Việt Nam. Thông qua đối tượng này, sản phẩm của làng nghề sẽ được xuất khẩu tại chỗ và còn có thể được bạn bè quốc tế biết đến nhiều hơn.

Du lịch làng nghề truyền thống chủ yếu là tham quan, mua sắm, tìm hiểu, giao lưu, kí kết các hợp đồng kinh tế mà ít có loại hình lưu trú và nghỉ dưỡng khác. Phần lớn khi đến thăm các làng nghề, khách du lịch thường chỉ có các nhu cầu về tham quan, tìm hiểu về lịch sử, các di tích gắn liền với làng nghề và những sản phẩm thủ công mỹ nghệ truyền thống là nét đặc trưng của làng nghề đó. Ngoài ra, với bề dày lịch sử vốn có của mình, sản phẩm của các làng nghề cũng là những mặt hàng được ưa thích của nhiều doanh nghiệp. Họ sẽ đến thăm làng nghề và kí kết các hợp đồng kinh tế, đem lại nguồn lợi nhuận và đầu ra cho sản phẩm. Vì nguồn gốc là làng sản xuất, nên du khách ít có nhu cầu lưu trú và nghỉ dưỡng tại nơi đây.

Tiểu kết chương 1:

Trên đây là một số vấn đề lí luận cơ bản nhất về làng nghề truyền thống và tiềm năng của làng nghề đối với sự phát triển của hoạt động du lịch. Ngày nay, du lịch làng nghề đã trở thành một trong số những loại hình du lịch văn hoá được ưa chuộng nhất. Có lẽ bởi làng nghề truyền thống không chỉ sản xuất ra các sản phẩm thủ công độc đáo, mà còn mang trong mình những dấu ấn khó quên về lịch sử dân tộc. Đến với các làng nghề, du khách không chỉ được chiêm ngưỡng những sản phẩm thủ công truyền thống được tạo ra từ đôi bàn tay tài hoa, óc sáng tạo không mệt mỏi của người thợ, mà còn qua đó thấy được một nền văn hoá và kinh tế đã từng hiện hữu trong quá khứ cách đây hàng nghìn năm. Bởi lịch sử phát triển văn hoá, cũng như lịch sử phát triển kinh tế của dân tộc luôn gắn liền với lịch sử phát triển của làng nghề Việt Nam.

Trong những năm gần đây, du lịch làng nghề đã đạt được nhiều thành tựu đáng kể trong sự phát triển của ngành du lịch nói riêng và trong sự phát triển của kinh tế – xã hội nước ta nói chung. Tiềm năng phát triển du lịch của làng nghề truyền thống là rất lớn, nếu khai thác có hiệu quả sẽ còn đem lại nhiều lợi ích hơn nữa. Nước ta có hơn 2000 làng nghề, trong đó nhiều làng nghề đã kết hợp sản xuất với phát triển du lịch. Bài khoá luận này xin đưa ra tiềm năng của một trong số các làng nghề đã có đóng góp nhiều cho sự phát triển kinh tế – đó là làng gốm Bát Tràng – Gia Lâm – Hà Nội.

*

*

*

CHƯƠNG 2

TIỀM NĂNG CỦA LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG BÁT TRÀNG PHỤC VỤ PHÁT TRIỂN DU LỊCH

2.1 Khái quát về xã Bát Tràng

Xã Bát Tràng hiện nay gồm hai làng Bát Tràng và Giang Cao gộp lại, là một trong 31 xã của huyện Gia Lâm, trước thuộc tỉnh Bắc Ninh, từ năm 1961 thuộc ngoại thành Hà Nội. Diện tích toàn xã Bát Tràng gồm 153 ha, trong đó chỉ có 46 ha đất canh tác.

2.1.1. Tên gọi

Gốm Bát Tràng là tên gọi chung cho các loại đồ gốm được sản xuất tại làng Bát Tràng(鉢場?), một làng gốm cổ truyền và nổi tiếng của Việt Nam. Theo nghĩa Hán Việt, chữ Bát (鉢) là bát ăn của nhà sư (tiếng Phạn là Patra), chữ Tràng (場?, còn đọc là Trường) nghĩa là “cái sân lớn”, là mảnh đất dành riêng cho chuyên môn. Theo các cụ già trong làng kể lại, chữ Bát bên trái là bộ “Kim - 金” ví với sự giàu có, “Bản - 本?” có nghĩa là cội nguồn, nguồn gốc. Dựng chữ Bản như vậy là để khuyên con cháu “có nghề có nghiệp thì cũng không được quên gốc”. Hiện nay tại các đình, đền, chùa ở Bát Tràng đều vẫn còn các chữ Bát Tràng được viết bằng chữ Hán là 鉢場?.

Diễn tiến tên gọi Bát Tràng:

Làng Bát Tràng đã có gần 1000 năm lịch sử nếu tính từ mốc dòng họ Nguyễn Ninh Tràng (Thanh Hoá) di cư ra đất Bát Tràng ngày nay. Với bề dày lịch sử đó, Bát Tràng đã trải qua rất nhiều tên gọi khác nhau:

Bạch Thổ Phường (phường đất sét trắng) là tên gọi đầu tiên của Bát Tràng vào thời sơ khai khi những người thuộc dòng họ Nguyễn Ninh Tràng theo vua Lý Công Uẩn dời đô đi từ Trường Vĩnh Ninh (Thanh Hoá) ra đây khai hoang, làm gốm. Hiện nay ở đình Bát Tràng còn lưu giữ bức hoành phi “ Bạch thổ danh sơn” ghi dấu mốc son này.

Bát Tràng Phường là tên gọi của làng Bát Tràng vào đầu thời Trần

Xã Bát – tên gọi này xuất hiện vào cuối thời Trần. “Đại Việt sử kí toàn thư” bản kỷ quyển 7 kỷ nhà Trần có đoạn viết: “Nước sông lớn tràn lan, vỡ đê Bát – Khôi, lúa má bị ngập...Châu Khoái, Châu Hồng...hại nhất”. Đê Bát – Khôi ở đây chính là đê Bát Tràng – Cự Khôi (đoạn giữa tuyến đê Long Biên – Xuân Quan ngày nay. Vào tháng 12 năm Bính Thìn, năm thứ 4 niên hiệu Long Khánh (1376) sử chép việc vua Trần Nhân Tông mang 12 vạn quân có đi qua “bến sông xã Bát”. Đào Duy Anh chú giải “xã Bát” chính là xã Bát Tràng.

Xã Bát Tràng – tên gọi chính thức cho tới ngày hôm nay – xuất hiện vào thời Lê Sơ. Trong tác phẩm Du địa chí của mình, Nguyễn Trãi có đoạn viết: “...làng Bát Tràng có nghề làm bát, Huê Cầu có nghề nhuộm vải...”

Cùng với biến thiên của lịch sử, Bát Tràng trải qua nhiều tên gọi khác nhau, duy có điều bất biến: nghề làm gốm của Bát Tràng không ngừng phát triển; chất lượng, kiểu dáng, mẫu mã không ngừng được cải thiện, nâng cao.

2.1.2. Vị trí địa lý thuận lợi cho phát triển du lịch

Làng nằm bên tả ngạn sông Hồng, theo truyền thuyết lập làng thì vị trí này vốn thuận lợi cho chuyên chở nguyên liệu sản xuất và tiêu thụ sản phẩm theo đường sông. Nhưng hiện nay, ngoài bến sông thì giao thông đường bộ cũng rất thuận tiện. Có thể nói đường bộ là con đường giao thông chính của làng.

Năm 1958, Nhà nước thực hiện đào sông Bắc Hưng Hải - Đại thủy nông Bắc Hưng Hải làm thủy lợi tưới tiêu cho một vùng đồng ruộng rộng lớn của ba tỉnh: Bắc Ninh, Hưng Yên, Hải Dương, tạo ra thêm một con đường mới đi vào xã Bát Tràng. Vì vậy từ Hà Nội có thể theo đường thủy từ bến Chương Dương hoặc bến Phà Đen, xuôi sông Hồng đến bến Bát Tràng. Cũng có thể theo đường bộ qua cầu Chương Dương hoặc cầu Long Biên, rồi theo đê sông Hồng đến dốc Giang Cao rẽ xuống Bát Tràng (khoảng 15 km) hoặc theo quốc lộ 5 đến Trâu Quỳ rẽ về phía tay phải theo đường liên huyện đến xã Đa

Tồn đến Bát Tràng (khoảng hơn 20 km).

Hoặc từ trung tâm thành phố Hà Nội, nếu theo đường thủy có thể xuất phát từ bến Chương Dương dọc theo sông Hồng đến bến Đình Bát Tràng (cảng du lịch Bát Tràng), hoặc theo đường bộ qua cầu Chương Dương (hoặc cầu Long Biên) dọc theo tuyến đê Long Biên – Xuân Quan (đê Tả Hồng) tới cống Xuân Quan (công trình Đại thủy nông Bắc Hưng Hải) rồi rẽ tay phải đi khoảng 1 km sẽ tới trung tâm làng cổ Bát Tràng.

Hoặc từ quốc lộ 5 rẽ vào Trâu Quỳ qua xã Đa Tốn lên đê rẽ tay trái tới 1 km tới cống Xuân Quan rồi rẽ tay phải (cách trường Đại học Nông nghiệp I – Trâu Quỳ chỉ khoảng 7 km)

Ngày nay việc đi đến Bát Tràng rất thuận lợi vì từ năm 2006, công ty vận tải Hà Nội đã mở tuyến xe buýt 47 về đến Chợ Gốm Làng cổ Bát Tràng là điểm cuối bến.

Nằm bên bờ sông Hồng, Bát Tràng được coi như là điểm dừng cho tour du lịch Thăng Long – Phố Hiến trên sông Hồng, làng có bến sông rất thuận tiện cho tàu cập bến và lên thẳng làng cổ Bát Tràng, vào các lò gốm tham quan.

2.1.3. Quá trình hình thành và phát triển của làng gốm Bát Tràng

2.1.3.1. Lịch sử hình thành của làng gốm Bát Tràng

Có rất nhiều giả thiết khác nhau về sự ra đời của làng gốm Bát Tràng:

Theo kí ức và tục lệ dân gian thì dòng họ Nguyễn Ninh Tràng là cư dân bản địa và lâu đời nhất, nên được giữ vị trí tôn trọng trong ngôi thứ cũng như trong lễ hội của làng. Có ý kiến cho rằng, năm 1010 khi vua Lý Thái Tổ dời đô từ Hoa Lư (Ninh Bình) về Thăng Long (Hà Nội ngày nay) thì dòng họ Nguyễn Ninh Tràng ở trường Vĩnh Ninh (Thanh Hoá) đã cùng theo về để sản xuất loại gạch Vĩnh Ninh Trường phục vụ cho công cuộc xây dựng kinh thành mới.

Một giả thuyết khác cho rằng, vào thời Lý có ba vị Thái học sinh là Hứa Vĩnh Kiều (hay Cảo) – người Bát Tràng, Đào Trí Tiến – người làng Thổ Hà

Làng gốm Bát Tràng và tiềm năng phát triển du lịch

và Lưu Phương Tú (hay Lưu Vĩnh Phong) – người làng Phù Lãng được cử đi sứ Bắc Tống. Sau khi hoàn tất sứ mệnh, trên đường trở về nước qua Thiều Châu (nay là Thiều Châu – Quảng Đông – Trung Quốc) gặp bão phải nghỉ lại. Tại đây có lò gốm nổi tiếng, ba ông đến học được một số kĩ thuật đem về truyền bá cho dân chúng quê hương. Hứa Vĩnh Kiều truyền cho Bát Tràng nước men rạn trắng. Đào Trí Tiến truyền cho Thổ Hà (Việt Yên – Bắc Giang) nước men sắc màu vàng đỏ. Lưu Phương Tú truyền cho Phù Lãng (Quế Võ – Bắc Ninh) nước men màu đỏ vàng thẫm. Câu chuyện này cũng được lưu truyền ở Thổ Hà và Phù Lãng với ít nhiều sai biệt về tình tiết. Nếu đúng vậy thì nghề gốm ở Bát Tràng đã có từ thời Lý, ngang với thời Bắc Tống, nghĩa là trước năm 1127.

Tương truyền, gần sáu thế kỉ trước, có một nghệ nhân cao tuổi râu tóc đã bạc trắng, từ làng Bò Bát (Thanh Hoá) đến Bát Tràng hành nghề rồi truyền lại nghề gốm bàn xoay cho dân làng. Gọi là gốm bàn xoay bởi cách nặn, chuốt đồ gốm trên một cái mâm luôn luôn được đạp cho quay tròn. Câu chuyện về nghệ nhân tóc bạc trắng này chỉ là truyền khẩu.

Đến nay, chưa tìm thấy tư liệu lịch sử nào xác nhận tiểu sử của ba nhân vật trên cũng như khẳng định sự hình thành của làng. Chỉ có điều chắc chắn là gốm Bát Tràng xuất hiện từ rất sớm, vào giai đoạn cuối của văn hoá Hoà Bình đầu văn hoá Bắc Sơn. Trong quá trình phát triển nghề gốm, đương nhiên có nhiều quan hệ giao lưu với gốm sứ Trung Quốc và có tiếp nhận nhiều ảnh hưởng của gốm sứ Trung Quốc.

Theo sử biên niên có thể xem thế kỉ XIV - XV là thời gian hình thành làng gốm Bát Tràng:

Đại Việt sử kí toàn thư chép “ *Nhâm Thìn, Thiệu Phong năm thứ 12 (1352) mùa thu tháng 7, nước lớn tràn ngập, vỡ đê xã Bát, Khôi, lúa má chìm ngập. Khoái Châu, Hồng Châu và Thuận An bị hại nhất*”. Xã Bát là xã Bát Tràng, xã Khôi là xã Thổ Khôi, hai xã ven đê bên tả ngạn sông Nhị – sông Hồng ngày nay.

Cũng theo Đại Việt sử kí toàn thư thì năm 1376, trong một cuộc nam chinh, đoàn chiến thuyền của vua Trần Duệ Tông xuất phát từ Thăng Long xuôi theo sông Nhị Hà đi qua bên sông xã Bát tức bên sông Hồng thuộc xã Bát Tràng.

Dư địa chí của Nguyễn Trãi chép “làng Bát Tràng làm đồ bát chén” và còn có đoạn “*Bát Tràng thuộc huyện Gia Lâm, Huê Cầu thuộc huyện Văn Giang. Hai làng ấy cung ứng đồ cúng cho Trung Quốc là 70 bộ bát đĩa, 200 tấm vải thâm...*”

Theo gia phả của một số dòng họ ở Bát Tràng như họ Lê, Trịnh, Vương, Phạm, Nguyễn... ghi nhận rằng tổ tiên xưa từ Bồ Bát di cư ra đây (Bồ Bát là Bồ Xuyên và Bạch Bát). Vào thời Hậu Lê và đầu thời Nguyễn, xã Bồ Xuyên và trang Bạch Bát thuộc tổng Bạch Bát, huyện Yên Mô, phủ Trường Yên, trấn Thanh Hoá. Ngày nay, Bồ Xuyên và Bạch Bát là hai thôn của xã Yên Thành – Tam Điệp – Ninh Bình, vùng này có loại đất sét trắng rất thích hợp với nghề làm gốm. Theo truyền thuyết và gia phả của một số họ như họ Vũ ở Bồ Xuyên, ngày xưa cư dân Bồ Bát chuyên làm nghề gốm từ lâu đời. Điều này được xác nhận qua dấu tích của những lớp đất nung và mảnh gốm ken dày đặc tìm thấy nhiều nơi ở vùng này.

Cái tên Bát Tràng được xuất hiện lần đầu tiên đầy đủ và chính xác như ngày nay là trong tác phẩm “Dư địa chí” của Nguyễn Trãi vào thế kỉ XV. Cái tên này là tên ghép của hai từ Ninh Tràng và Bồ Bát.

Cùng với sự ra đời của làng là sự ra đời của nghề gốm sứ. Từ xưa dân Bát Tràng đã sống và phát triển bằng nghề gốm sứ với việc khai thác “72 gò đất trắng” của phường Bạch Thổ.

Đến cuối thời Lê, nguồn đất sét để làm đồ gốm đã cạn, người Bát Tràng phải mua đất từ làng Cổ Điền bên Vĩnh Phú hoặc mua từ làng Dâu bên Bắc Ninh. Hàng gốm Bát Tràng thời kì đầu là gốm trắng, mãi sau mới chuyển sang gốm đàn. Gốm đàn là loại gốm “xương” đỏ, miệng loe, mỏng và thấp. Nghĩa là người thợ làm “xương” gốm bằng đất đỏ, rồi mới lót một lượt đất

trắng mỏng ra ngoài. Quy trình gia công này có công đoạn phải đàn cho “xuong” và “da” gốm mỏng ra, do vậy mới gọi là đồ đàn.

Hiện nay Bát Tràng vẫn sử dụng đất của vùng Dâu Canh nhưng đồng thời họ cũng sử dụng cả đất cao lanh Lạc Từ, đất sét trắng Hồ Lao và Trúc Thôn (Đông Triều – Quảng Ninh) để sản xuất đồ sành trắng.

2.1.3.2. Quá trình phát triển của làng gốm

Thế kỉ XV - XVI: Chính sách của nhà Mạc trong thời kì này với công thương nghiệp rất cởi mở, không chủ trương ức thương như trước nên kinh tế hàng hoá có điều kiện phát triển thuận lợi, nhờ đó mà sản phẩm gốm Bát Tràng được lưu thông rộng rãi. Gốm Bát Tràng thời Mạc có nhiều sản phẩm có minh văn ghi rõ năm chế tạo, tên người đặt hàng và người sản xuất. Qua những minh văn này cho thấy người đặt hàng bao gồm cả một số quan chức cao cấp và quý tộc nhà Mạc như: công chúa Phúc Tràng, Phò mã Ngạn quận công, Đà quốc công Mạc Ngọc Liễu, Mĩ quốc công phu nhân... Người đặt hàng trải ra trên một không gian rộng lớn bao gồm nhiều phủ huyện vùng đồng bằng Bắc Bộ và Bắc Trung Bộ.

Thế kỉ XVI - XVII: Sau các cuộc phát kiến địa lý vào thế kỉ XV, nhiều nước phát triển của Tây Âu tràn sang phương Đông. Hàng loạt các công ty được thành lập, hoạt động mậu dịch khu vực Đông Nam Á phát triển rất sôi động. Trong khi đó, ở Trung Quốc nhà Minh chủ trương bế quan toả cảng tạo điều kiện cho gốm Bát Tràng mở rộng thị trường ở vùng Đông Nam Á và Nhật Bản. Thế kỉ XV - XVII là giai đoạn phát triển mạnh mẽ của ngành sản xuất gốm xuất khẩu Việt Nam với hai trung tâm quan trọng và nổi tiếng là Bát Tràng và Chu Đậu (Nam Sách – Hải Dương). Với hai đô thị, hai trung tâm mậu dịch lớn ở hàng ngoài là Thăng Long và Phố Hiến (Hưng Yên), sản phẩm gốm Bát Tràng đã có mặt tại nhiều nước trong khu vực và trên thế giới.

Cuối thế kỉ XVII đầu thế kỉ XVIII: Việc buôn bán và xuất khẩu gốm sứ Việt Nam bị giảm sút nhanh chóng do lúc này triều Thanh (Trung Quốc) đã bãi bỏ chính sách bế quan toả cảng, buôn bán với nước ngoài, nên gốm sứ của

ta nói chung và gốm sứ Bát Tràng nói riêng phải cạnh tranh khốc liệt với đồ gốm Trung Quốc.

Thế kỉ XVIII - XIX: Thời kì này chính quyền Trịnh, Nguyễn thực hiện chính sách hạn chế ngoại thương làm cho quan hệ mậu dịch đối ngoại của Việt Nam bị giảm sút, trong đó có các mặt hàng gốm sứ. Điều này đã khiến cho một số làng nghề gốm bị gián đoạn sản xuất như làng gốm Chu Đậu, làng gốm Bát Tràng tuy cũng bị ảnh hưởng nhưng vẫn giữ được sức sống bền bỉ nhờ một thị trường tiêu thụ trong nước rộng lớn với các đồ gia dụng, đồ thờ, đồ trang trí, gạch xây. Và làng gốm Bát Tràng vẫn là một trung tâm sản xuất gốm truyền thống có tiếng trong nước.

Từ thế kỉ XIX đến nay: Trong thời Pháp thuộc, các lò gốm Bát Tràng tuy bị một số xí nghiệp gốm sứ và hàng ngoại nhập cạnh tranh nhưng vẫn duy trì được hoạt động bình thường.

Sau khi đất nước hoàn toàn giải phóng, tại Bát Tràng, một loạt xí nghiệp, các hợp tác xã gốm sứ được thành lập như: Xí nghiệp gốm sứ Bát Tràng, xí nghiệp X51, hợp tác xã Hợp Thành... Các cơ sở này cung cấp những mặt hàng tiêu dùng trong nước, một số hàng mỹ nghệ và một số hàng xuất khẩu. Với các nghệ nhân nổi tiếng như Đào Văn Can, Nguyễn Văn Khiếu, Lê Văn Tấn...

Sau năm 1986, làng gốm Bát Tràng có sự chuyển biến lớn theo hướng kinh tế thị trường. Các hợp tác xã lần lượt giải thể hoặc chuyển sang thành các công ty cổ phần, những công ty lớn được thành lập nhưng vẫn tồn tại nhiều tổ sản xuất và phổ biến là những đơn vị sản xuất nhỏ theo hộ gia đình. Và nơi đây trở thành một trung tâm gốm lớn của cả nước.

Hiện nay, sản phẩm gốm Bát Tràng ngày càng phong phú và đa dạng. Ngoài mặt hàng truyền thống, các lò gốm còn sản xuất nhiều sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước cũng như các đơn đặt hàng xuất khẩu. Sản phẩm gốm Bát Tràng có mặt tại nhiều nước trên thế giới từ Á sang Âu. Bát Tràng cuốn hút nhiều nhân lực từ khắp nơi về sáng tác mẫu mã mới và cải

tiến công nghệ sản xuất. Một số nghệ nhân đã bước đầu thành công trong việc khôi phục một số đồ gốm cổ truyền với những kiểu dáng và nước men đặc sắc thời Lý, Trần, Lê, Mạc...

2.2. Bản sắc làng nghề gốm sứ Bát Tràng

2.2.1. Đất hoá nên vàng

Theo quan niệm của người xưa, nói đến các vật phẩm bằng gốm là nói đến sự kết hợp hài hoà của ngũ hành (Kim – Mộc – Thủy – Hỏa - Thổ). Kim loại ngâm trong xương và trong men gốm, tạo ra vẻ đẹp và sự huyền bí của màu sắc. Rơm, tre, củi, gỗ tạo ra ngọn lửa và tạo ra “hoả, biến”, tác nhân của sự bền chắc trong xương gốm, màu sáng bóng rực rỡ của áo gốm. Nước hoà với đất để tạo ra dáng gốm và minh hoạ các biểu tượng của tâm hồn. Lửa là cha tạo ra phẩm chất, sắc thái của gốm. Đất là mẹ tạo ra xương thịt của gốm. Tất cả những yếu tố đó đã tạo nên giá trị của sản phẩm gốm. Để cầu mong sự thịnh vượng, người thợ gốm Bát Tràng thời xưa, mỗi khi phát hoả, nhóm lò lại thắp ba nén hương khấn cầu cho ngũ hành hanh thông, nghề nghiệp tiến triển.

Lúc đầu, người thợ Bát Tràng khai thác đất sét trắng ngay tại làng. Chất liệu này đảm bảo tinh dẻo, ít bã và ít phải gia cố trước khi tạo hình. Cho đến cuối thời Lê, các gò đất sét trắng của phường Bạch Thổ đã cạn, người thợ Bát Tràng dùng đất lấy ở Rau (Sơn Tây), Cổ Điền (Phúc Yên) và đặc biệt là đất Dâu Canh (Đông Anh). Từ cuối thời Lê trở đi, người Bát Tràng sử dụng đất sông Dâu làm nguyên liệu chính.

Cho đến cuối thế kỉ trước, một mặt người thợ Bát Tràng vẫn tiếp tục sử dụng đất Dâu Canh sản xuất đồ đặc, mặt khác họ còn sử dụng đất cao lanh Lạc Từ, đất sét trắng Hồ Lao và Trúc Thôn (Đông Triều). Đây là nguyên liệu để sản xuất đồ sành trắng.

Trong khâu tạo dáng đồ gốm, xưa kia ở Bát Tràng phổ biến là lối be chạch vuốt tay trên bàn xoay. Tùy theo vật dụng định làm mà người thợ dùng chân để xoay, dùng tay để vuốt. Kết quả họ đã tạo ra những sản phẩm đơn

chiếc. Kiểu vuốt này ở Bát Tràng hiện còn rất ít người thợ gốm làm được. Gần đây, tính công nghiệp của sản phẩm gốm đã được đẩy mạnh hơn khi xuất hiện các loại khuôn gỗ và thạch cao. Người thợ sáng tác ra một mẫu nào đó gọi là cốt, sau đó người ta làm khuôn để sản xuất cho ra hàng loạt. Ưu điểm của loại kỹ thuật này là làm ra được những mặt hàng giống nhau và giá thành hạ.

Chế tạo men gốm là một bí quyết nhà nghề. Khoảng cuối thế kỉ XIV về trước, men ngọc đã được chế tạo từ hai thành phần chính là đất sét trắng phường Bạch Thổ và ôxit đồng dạng bột tán nhỏ. Từ thời Lê sơ trở đi (đầu thế kỉ XV), người thợ Bát Tràng đã chế tạo ra loại men gio, có màu trắng đục. Đây là loại men được chế từ ba thành phần chính là: Đất sét trắng phường Bạch Thổ, vôi sống để tôi, gio cây Lâu Cụt và gio Sung, cũng có khi họ dùng gio trấu của làng Quế, làng Lường. Ngoài men gio, người thợ Bát Tràng đã chế ra loại men nâu sôcôla. Men này bao gồm men gio cộng thêm 5% đá thối (hỗn hợp ôxit sắt – mangan) lấy từ Phù Lãng (Bắc Ninh).

Cũng từ thế kỉ XV, người thợ Bát Tràng đã chế được loại men lam nổi tiếng. Loại men này được chế từ đá đỏ (ôxit coban), đá thối (ôxit mangan) nghiền nhỏ rồi trộn với men áo. Men này phát màu ở nhiệt độ 125 độ C. Cho đến đầu thế kỉ XVII, một loại men mới đã được khám phá là men rạn. Đây là loại men được điều chế từ vôi sống, gio trấu và riêng thành phần cao lanh Lạc Tử trắng được thay thế bởi cao lanh màu hồng nhạt lấy tại chùa Hội (Bích Nhôi – Hải Dương). Tỷ lệ của ba thành phần này được thêm gia giảm để tạo ra các loại men rạn khác nhau.

Bao nung được coi là một trong những khâu quan trọng của kỹ thuật nung. Chính những viên gạch vuông – sản phẩm đặc biệt của lò gốm Bát Tràng, xuất hiện là do yêu cầu của cấu trúc lò, đồng thời cũng là những bao nung sản phẩm.

Ở Bát Tràng còn truyền tụng đôi câu đối ca ngợi kỹ thuật nung gốm:

“Bạch lĩnh chân truyền nê tác bảo
Hồng lô đào chú thổ hành kim”

Nghĩa là:

Núi đất trắng truyền nghề, bùn thành vật quý

Lò rục hồng hun nặn, đất hoá nên vàng

Giải quyết xong vấn đề xương gốm, tạo dáng men, bao nung, người thợ quan tâm đến việc chế ngự lửa. Để tạo ra được ngọn lửa hữu ích, người thợ gốm Bát Tràng không những tiếp thu những điểm ưu việt của các lò gốm địa phương khác, mà còn không ngừng cải tiến, hoàn thiện và sử dụng nhiều loại lò khác nhau. Cho đến nay, ở Bát Tràng đã sử dụng các kiểu lò ếch, lò đàn, lò bầu và lò hộp.

Lò ếch là một kiểu lò gốm cổ nhất nước ta. Nó được hoàn thiện dần nhằm tăng nhiệt độ trong lò, dung tích chứa sản phẩm, và đặc biệt là hệ thống thông khí kết hợp với việc giữ nhiệt và điều hoà nhiệt trong bầu lò. Các công trình nghiên cứu qua tài liệu khai quật khảo cổ học ở Hà Bắc và Hải Hưng cho biết có thể phục hồi kiểu lò ếch cổ của Bát Tràng. Kiểu lò này có dáng như một con ếch nằm; dài khoảng 7m, bề ngang chỗ phình rộng nhất khoảng 3 – 4m, cửa lò rộng khoảng 1,2m và cao 1m. Đáy lò phẳng, nằm ngang. Vòm lò cao từ 2m đến 2,70m. Bên hông lò có một cửa ngách rộng khoảng 1m, cao 1,2m để người thợ gốm chèo và dỡ sản phẩm. Tiếp cận phía sau cửa gáy lò có ba ống khói thẳng đứng cao khoảng 3m đến 3,5m; lò được định hình bằng gạch dân dụng (trừ vòm lò). Sau đó mặt bên trong lò và sàn lò được gia cố bằng một lớp đất sét màu hồng lấy ở Dâu Canh hoặc Đập Cầu, dày chừng 6cm. Trong một bầu lò được chia ra thành 5 khu vực xếp sản phẩm: hàng giàn, hàng gáy, hàng giữa, hàng chuột chạy và hàng mặt.

Trong quá trình vận hành người thợ đã phát hiện ra nhược điểm của lớp đất gia cố, thay vào đó bằng lớp gạch mộc và vữa ghép bằng chính loại đất làm gạch. Phát hiện ngẫu nhiên này đã tạo ra những viên gạch Bát Tràng nổi tiếng. Chất liệu chế tạo loại gạch này gồm có đất sét Đập Cầu hoặc đất màu hồng nhạt khai thác tại Dâu Canh. Một trong hai loại đất trên trộn thêm với gạch chín vỡ đập nhỏ theo một tỉ lệ nhất định sau đó được xếp đồng theo kích

Lò gốm Bát Tràng và tiềm năng phát triển du lịch

thước 30cm x 30cm x 3,5cm đến 5cm hoặc 30cm x 15cm x 3,5cm đến 5cm.

Cho tới giữa thế kỉ XIX, ở Bát Tràng đã xuất hiện lò đàn cùng với kiểu lò gốm cổ Phù Lãng, nhưng được xây dựng với những cấu kiện hoàn chỉnh hơn và có hiệu suất nhiệt cao. Bầu lò sâu 9m, rộng 2,5m và cao 2,6m, được chia ra 10 bích bằng nhau. Các bích phân cách nhau bằng 2 nổng (cột). Cửa lò rộng 0,9m cao 1,2m để người thợ vào chổng lò và dỡ lò. Kế tiếp gáy lò là những buồng thu khí, bích số 10 thông với buồng thu khí qua 3 cửa hẹp. Khí thoát ra từ bích đầu theo hai ống thu dẫn tới miệng để giữ nhiệt hông lò kéo dài và ôm lấy buồng thu khí. Lớp vách trong ghép bằng gạch Bát Tràng, lớp vách ngoài xây bằng gạch dân dụng. Mặt dưới của cột lò gần như phẳng, còn mặt trên khung vòng tựa như con thuyền úp. Cột lò được tạo bằng hỗn hợp đất sét Cổ Điền trộn với gạch chín vỡ hoặc gốm vỡ nghiền nhỏ, hai bên cột lò, từ bích 2 đến bích 9 ứng với khoảng giữa hai bích có hai cửa nhỏ hình tròn đường kính khoảng 0,2m gọi là các lỗ giới để ném nhiên liệu vào trong bích. Riêng bích đầu, lỗ giới rộng hơn nửa mét, gọi là lỗ đầu. Nhiệt độ lò đàn có thể đạt được từ 1250⁰C đến 1300⁰C. Sản phẩm gốm men lò đàn rất phong phú và đó chính là nguồn gốc hình thành phố Bát Đàn ở Hà Nội.

Vào khoảng những năm 1930, ở Bát Tràng bắt đầu xuất hiện và đi vào hoạt động kiểu lò bầu (cũng gọi là lò rồng). Lò chia nhiều ngăn, thường có 5 đến 7 bầu. Bầu lò có vòm cuốn liên tiếp với trục tiêu của lò, tựa như năm, bảy mảnh vỏ sò úp nối nhau. Vòm cuốn lò dùng loại gạch chịu lửa. Độ nghiêng của trục lò so với phương nằm ngang từ 12 – 15 độ. Lò bầu có thể tích khoảng 50 – 70 m³, nhiên liệu chi phí từ 330 – 350 kg (trên dưới 40% là củi, còn lại là than). Nhiệt độ của lò bầu có thể đạt tới 1300⁰C. Tùy theo đặc điểm của từng loại sản phẩm và kinh nghiệm của từng người thợ mà có thể điều khiển nhiệt độ thích hợp theo yêu cầu của quá trình biến đổi hoá lý phức tạp của sản phẩm, do đó cho phép nung được những loại sản phẩm lớn có chất lượng cao.

Lò hộp mới xuất hiện ở Bát Tràng những năm 1970 trở lại đây. Lò có kết

cấu đơn giản và chi phí ít, do vậy thuận lợi cho mọi gia đình sản xuất. Nhiên liệu dùng đốt lò chủ yếu là than cám, nên nhiệt độ trong lò khi đốt đạt tới 1250⁰C. Hiện nay Bát Tràng đã bắt đầu sử dụng lò tuynel dùng gas để dần thay thế cho lò hộp vốn vẫn còn nhiều nhược điểm.

Những thế kỉ trước đây, quy trình sản xuất của lò gốm Bát Tràng ra sao thì nay không đủ tài liệu để tìm hiểu. Còn bây giờ, vào thăm một hợp tác xã hay một gia đình làm gốm quy mô, ta có thể hiểu được đầy đủ quy trình làm gốm.

2.2.2. Niềm tự hào của làng gốm

Sau thắng lợi của cuộc kháng chiến chống quân Minh dưới ngọn cờ đại nghĩa của người anh hùng dân tộc Lê Lợi, đất nước ta bước vào thời kì xây dựng mới mà nay chính sử nước ta gọi là thời Lê sơ. Dưới thời Lê sơ (đầu thế kỉ XV), nghề gốm Bát Tràng ra sao? Đến nay đã có nhiều tài liệu nghiên cứu trong và ngoài nước chứng minh sự phát triển rực rỡ của nghề gốm Đại Việt trong thành phần tiêu biểu của nền văn hoá Thăng Long, với dòng gốm men ngọc và men hoa nâu đặc sắc. Như vậy có chậm đi chăng nữa thì sau hơn 20 năm dưới ách thống trị tàn bạo của giặc Minh, nghề gốm Bát Tràng đã khôi phục nhanh chóng trước khí thế mới của đất nước sau chiến thắng Bình Ngô. Hẳn là thế, cho nên trong cuốn Dư địa chí, bộ sách địa lý quý giá của nước ta còn lại đến nay do Nguyễn Trãi soạn, đã cho biết: Trong số đồ cống nạp phong kiến phương Bắc, “làng Bát Tràng phải cung ứng 70 bộ bát đĩa”. Kể cũng lạ, nước Tàu có nghề làm gốm men phát triển và nổi tiếng thế mà lại nhận đồ cống bằng gốm men của Bát Tràng?

Chính điều ghi chép của Nguyễn Trãi đã thôi thúc nhiều nhà nghiên cứu khảo cổ học đi tìm những gì còn lại của nghề gốm Bát Tràng xưa. Nhưng họ không thể tiến hành đào khảo cổ dưới sâu 10m đất phù sa để tìm ra thêm vết tích. Các vật phẩm tìm được công trường Bắc Hưng Hải hiện lưu trữ tại Viện Bảo tàng lịch sử cũng chỉ là bát đĩa, bình lọ trang trí vẽ men lam, men trắng phủ ngoài, và đều thuộc về thế kỉ XVI – XVII mà thôi. Hơn nữa, trong điều

kiện hiện nay cũng chưa thể tiến hành tìm kiếm dưới lòng sông Hồng để mong gặp được những dấu tích về nghề gốm của Bát Tràng trong quá khứ. Tìm hiểu về Bát Tràng qua tài liệu khảo cổ học, vậy là bất lực rồi chăng?

May sao, ít năm gần đây, người ta đã tìm thấy một vài dấu hiệu đáng mừng ở Đa Tốn, cách Bát Tràng không đầy 2 cây số. Đó là những sưu tập gốm men cổ đáng quan tâm, có thể gián tiếp đóng góp vào việc tìm hiểu nghề gốm Bát Tràng. Đa Tốn vốn không phải là xã có nghề gốm truyền thống. Đây là một xã thuần nông nghiệp, có lịch sử lập làng cách ngày nay trên 2000 năm. Nhân dân Đa Tốn đã phát hiện sản phẩm gốm men của nhiều thời đã qua, đặc biệt là các sưu tập gốm men thời Trần và Lê sơ tìm thấy ở Đào Xuyên và Lê Xá. Sưu tập gốm thời Trần có nhiều kiểu dáng: bát, đĩa, âu, mảnh bệ tượng... được trang trí nổi hoa cúc, hoa sen, hoa dây cách điệu và phủ men ngọc xanh, hay men vàng ngà thuộc cùng loại đồ gốm tìm thấy ở Hoa Lư (Ninh Bình), đền Hùng (Phú Thọ), Vân Đồn (Quảng Ninh). Lý thú hơn, lại thấy cả bát và đĩa “ngây” (nung chưa chín) và lại có chiếc nứt, rạn, cong vênh. Rõ ràng đây là những thứ phẩm của lò gốm. Cùng chỗ phát hiện đồ gốm này còn có nhiều lon sành các cỡ, rất có thể là mấy loại bao nung. Sưu tập gốm thời Lê sơ có hai chiếc chậu gốm hoa nâu và mấy chiếc đĩa hoa lam cỡ to. Chậu gốm hoa nâu vẽ hoa dây cách điệu hình sin khắc chìm rồi tô nâu. Đĩa hoa lam nền trắng ngà, hoa văn trang trí đơn giản, chỉ là một bông hoa, xung quanh có vài nhánh lá, xanh màu chì, vẽ bằng bút lông mềm mại. Có lẽ không còn phải nghi ngờ gì nữa về xuất xứ của những sưu tập gốm này là của lò gốm Bát Tràng cuối thế kỉ XIV, đầu thế kỉ XV. Những nguồn thông tin khảo cổ học và bảo tàng còn cho biết, rất nhiều bảo tàng trên thế giới xây dựng sưu tập riêng về gốm Việt Nam như ở Nhật Bản, Pháp, Thổ Nhĩ Kỳ... Trong số đó chắc hẳn còn nhiều sản phẩm có xuất xứ nơi sản xuất là lò gốm Bát Tràng. Nhiều học giả nước ngoài ham muốn đi tìm mối quan hệ giao lưu văn hoá từ những đồ gốm men do dựa trên các dữ kiện về kiểu dáng và trang trí. Xem tài liệu giới thiệu cuộc triển lãm do Hội gốm sứ Đông Nam Á tổ

chức tại bảo tàng quốc gia Singapo hồi tháng 6/1982, có thể thấy rõ những bức ảnh chụp bát đĩa chứng minh vấn đề quan hệ giao thương của đồ gốm Bát Tràng với đồ gốm Su Khô Thai (Thái Lan), Nam Trung Quốc và Nhật Bản. Tiêu biểu là loại đĩa cỡ to vẽ hoa lam của Bát Tràng thời Lê sơ.

Tại hải cảng Hacata, một cảng sầm uất từ thế kỉ XII – XIV thuộc đảo Kyushyu (Nhật Bản), người ta đã tìm thấy trong lòng đất một số mảnh gốm men Việt Nam mà nay, một nữ sinh Nhật Bản ở trường Đại học Tổng hợp Kyushyu chọn làm đề tài nghiên cứu cho luận văn tốt nghiệp. Lịch sử quan hệ giao thương hẳn là còn nhiều bí ẩn chưa được khám phá, và chắc chắn có ảnh hưởng đến sự phát triển của nghề làm gốm, nhất là từ thế kỉ XVI trở đi con đường mậu dịch Đông – Tây được thiết lập. Vậy thì trung tâm Bát Tràng nổi tiếng lại không đóng góp phần đáng kể nào chăng? Trong catalogue của các cuộc triển lãm về gốm men Việt Nam được trưng bày và giới thiệu ở Nhật Bản, ở Gia cac ta, ... đã giới thiệu nhiều sản phẩm gốm men của Bát Tràng mà phần lớn thuộc các thế kỉ XV, XVI, XVII.

Sản phẩm gốm Bát Tràng là mặt hàng được nhiều nước ưa chuộng vì vẻ đẹp hài hoà, độc đáo của hình dáng, màu men và nét vẽ. Chính nhờ những bàn tay tài hoa của người thợ gốm Bát Tràng mà biết bao sản phẩm đã trở thành món lợi lớn của các thương nhân Nhật Bản, Hà Lan, Bồ Đào Nha, Pháp, Anh và Trung Quốc.

Sách “Lịch sử về công ty Đông Ấn” có ghi: tại Đàng Ngoài, năm 1653, ông Sjatule đứng đầu Thủ Liêu bị kết án tử hình và công ty Đông Ấn – Hà Lan mất món nợ 14.499 đồng Hà Lan... Nhưng cũng không phải vì thế mà tàu Hà Lan đã không tiếp tục ăn hàng.

Đồ gốm men Bát Tràng đã có được một sự lôi cuốn như thế phải chăng là sự “bắt chước gốm Tàu” hay vì “do thợ Trung Hoa truyền bảo”? Ngay các học giả nước ngoài trước đây khi nghiên cứu đồ gốm trong khung cảnh văn hoá Việt Nam, cũng đã bác bỏ những điều mặc cảm đó. Sự thực là dù xuất hiện ở đâu, gốm Bát Tràng vẫn toát lên vẻ đẹp riêng với cốt gốm dày dặn bởi

lồi tạo hình be chạch, vuốt tay trên bàn xoay, với nét vẽ phóng khoáng mà tự nhiên cộng với vẻ sâu lắng của lớp men phủ...

Tuy nay không còn rõ dấu tích về một chiếc lò nung nào của Bát Tràng ở ba thế kỉ (XV, XVI, XVII) dưới triều Lê – Tây Sơn và Nguyễn, nhưng lại nhiều gia đình, nhiều đình chùa trong nước hay ở các bảo tàng quốc gia còn lưu giữ nhiều đồ gốm men mà chắc chắn được chế tạo tại Bát Tràng. Chứng cứ là, trên một số vật phẩm còn thấy rõ họ tên, quê quán của người thợ cùng với niên hiệu triều vua đương thời trị vì.

Ở viện Bảo tàng lịch sử Việt Nam còn lưu giữ những cây đèn và lu hương thuộc dòng gốm men lam và men rạn của nhiều tác giả làm gốm ở Bát Tràng: cây đèn chế tạo vào khoảng niên hiệu Diên Thành (đời Mạc Mậu Hợp) mục 1578 – 1585 của Nguyễn Phong Lai và Bùi Nghĩa; cây đèn chế ngày 24 tháng 6 năm thứ 3 niên hiệu Diên Thành (1580) của Nguyễn Phong Lai và Hoàng Ngưu; cây đèn chế ngày 25 tháng 10 năm thứ 3 niên hiệu Diên Thành (1580) của Bùi Huệ và Bùi Thị Đổ.

Ở bảo tàng Hà Nam Ninh có đủ bộ cây đèn và lu hương do Đỗ Xuân Vi chế tạo ngày 20 tháng 8 năm thứ 3 niên hiệu Hưng Trị (đời Mạc Mậu Hợp).

Sang thế kỉ XVII, ở lò gốm Bát Tràng vẫn phổ biến chế tạo các vật phẩm cây đèn, lu hương cùng nhiều loại hình khác. Trong số đó cũng có nhiều chiếc đáng chú ý. Ở viện Bảo tàng lịch sử, có trường hợp như phần dưới của một cây đèn ghi rõ: tác giả sáng tác và làm ra là xã trưởng xã Bát Tràng, họ tên là Bùi Đào, thời gian chế tạo vào năm thứ 2 niên hiệu Hoàng Định, đời vua Lê Kính Tông (1602). Lại có cây đèn khác ghi rõ là do sinh đồ Vũ Xuân tạo tác năm 1613, cây đèn chế tạo năm thứ 19 niên hiệu Hoàng Định (1619) của tác giả Bùi Hác. Lại có chiếc lu hương miệng tròn được làm vào ngày rằm tháng 8 năm Tân Hợi, năm thứ 9 niên hiệu Cảnh Trị (1671) của đời vua Lê Hiền Tông...

Ngoài dòng gốm men vẽ lam phủ men trắng, từ những năm đầu thế kỉ XVII ở Bát Tràng đã chế tạo được đồ gốm men rạn rất đẹp. Cây đèn mang

niên hiệu Hoàng Định (1601 – 1619) là một điển hình. Cây đèn cũng được tạo hai phần rời khớp lại, cao 75cm. Đèn được trang trí nổi nhiều loại hoa văn: hoa dây, lá lật, lông công, lá đề “ trong mỗi lá đề lại có một vạn” và đủ bộ tứ linh “long – ly – quy – phượng”. Ở một góc của phần dưới cây đèn có khắc hai dòng chữ Hán cho biết: người sáng tác và làm ra là Đỗ Phủ xã Bát Tràng, huyện Gia Lâm. Nhưng điều có ý nghĩa hơn là với cây đèn này, chúng ta có cơ sở khẳng định rằng làng Bát Tràng đã chế tạo được đồ gốm men rạn từ đầu thế kỉ XVII. Đó cũng là chứng cứ vật chất xua đuổi mặc cảm sai lầm về sự du nhập men rạn, được quy công cho Đường Anh, vị quản thủ lò gốm ở Trấn Cảnh Đức, lại xảy ra vào thời vua Càn Long nhà Thanh ở nửa đầu thế kỉ XVIII.

Theo tài liệu thông báo về sưu tập đồ gốm men Việt Nam có niên đại ở Viện Bảo tàng lịch sử thì vật phẩm gốm men rạn còn thấy nhiều loại hình khác nhau như lộc bình, cây nến hình gốc tre, lư hương, đỉnh, chalice, tượng nghệ và tượng hổ nằm... mang niên hiệu của các triều vua Lê kế tiếp như Cảnh Trị của Lê Huyền Tông, Vĩnh Trị, Chính Hoà Lê Huy Tông, Cảnh Hưng Lê Hiến Tông... Điều đó cũng chứng minh rằng đồ gốm men rạn ở Bát Tràng có quá trình phát triển qua hàng thế kỉ.

Vào cuối thế kỉ XVIII, dưới triều Tây Sơn, nghề gốm Bát Tràng còn phồn thịnh lắm. Viện Bảo tàng lịch sử còn giữ một đôi bát đế rộng, chân thấp, lòng doãng, thành khum và miệng hơi loe. Thành bên trong và ngoài bát phủ men rạn màu ngà vàng, xương gốm thô có màu xám đen (thực chất là đất Dâu Canh). Bên thành ngoài bát, một phía có vẽ khóm trúc bằng men lam và phía đối diện viết hai hàng chữ Hán trích một câu thơ cổ: “ Vị xuất địa đầu tiên hữu tiết”. Câu này như một triết lý mượn ý nghĩa thực tế rằng: Giống tre trúc rất phổ biến và gần gũi với người Việt Nam ta ấy, cái măng non chưa nhô lên khỏi mặt đất thì cái tiết (đốt) của nó đã sinh ra rồi. Thật là một triết lý thâm thúy, ngầm ngợi ca khí tiết con người.

Nhiều đồ gốm men ghi niên hiệu Gia Long (1802 – 1819) được lưu giữ

tại viện Bảo tàng lịch sử cũng là những bằng chứng sinh động về nghề gốm men Bát Tràng ở thời đầu nhà Nguyễn. Trên những vật phẩm lộc bình, chốe, ấm, đồ thờ, đồ gia dụng khác, còn khá phổ biến trong nước, chúng ta vẫn thấy sự tiếp nối với kỹ thuật tạo dáng và trang trí của thời cuối Lê – Tây Sơn. Trên nhiều bình, chốe phủ men rạn hay chốe men da lươn màu nâu đen, ta vẫn thấy sử dụng màu xanh (côban) vẽ bằng bút lông theo các chủ đề phong cảnh, chim bên hoa cúc, chim đậu cành trúc, bướm và hoa hồng, chim với hoa sen. Cũng có tiêu bản đáng chú ý như chiếc bình (có lẽ là ống để cắm tranh cuộn) tạo dáng như một ống bương.

Nghề gốm Bát Tràng đã trải qua trên năm thế kỉ với nhiều thành tựu rất đáng tự hào. Đó là bệ đỡ vững chắc để Bát Tràng hôm nay càng tiến nhanh hơn cùng cả nước đi lên chủ nghĩa xã hội.

2.2.3. Quy trình sản xuất của gốm Bát Tràng

Xã Bát Tràng gồm hai làng nhỏ là làng Giang Cao và làng Bát Tràng. Cả hai làng đều sản xuất đồ gốm sứ nhưng phần lớn sản phẩm bán ra vẫn do làng Bát Tràng sản xuất. Nói đến Bát Tràng ta không thể không nhắc đến làng cổ Bát Tràng. Hiện tại, làng cổ Bát Tràng chỉ có diện tích 5,6 ha và chỉ còn 20 lò gốm mang tính chất dòng họ (cả làng hiện có 26 họ) nhưng nơi đây lại có nhiều di tích mang đậm nét văn hoá truyền thống của làng.

Khu vực sản xuất chủ yếu của làng Bát Tràng hiện nay là khu đất mới, khu sản xuất này phát triển từ sau năm 1990 và có diện tích lớn gấp hai lần so với khu làng cổ trước kia.

Từ đời này sang đời khác, những người thợ gốm cứ lặp đi lặp lại quy trình kỹ thuật sản xuất: chọn, xử lý, pha chế đất; tạo dáng, tạo hoa văn trang trí; phủ men (tráng men) và cuối cùng là nung sản phẩm. Ở Bát Tràng cũng như các làng nghề gốm khác, quy trình này đã được đúc kết thành phong cách truyền thống riêng. Người Bát Tràng lưu truyền một quan niệm quý báu được đúc kết thành câu:

“ Nhất xương, nhì da, thứ ba dạc lò ”

Nghĩa là đất làm gốm phải được nén chặt, để đảm bảo độ rắn chắc cho sản phẩm.

Quy trình sản xuất gốm ở Bát Tràng trải qua 3 khâu chính: tạo cốt gốm, trang trí và tráng men, nung gốm. Trong từng khâu lại có nhiều công đoạn nhỏ khác nhau.

Khâu tạo cốt gốm (hay còn gọi là tạo xương gốm) bao gồm các công đoạn chọn đất, xử lý và pha chế đất, tạo dáng, phơi sấy và sửa cốt gốm mộc. Trong khâu này thì kỹ thuật và phương pháp của các công đoạn hầu như không có gì thay đổi trừ công đoạn tạo dáng sản phẩm. Trước đây để tạo hình sản phẩm, các nghệ nhân gốm thường dùng bàn xoay đẩy bằng tay hoặc đạp bằng chân để vuốt ra sản phẩm, do vậy đòi hỏi người làm gốm phải có độ tinh xảo rất cao. Hiện nay, trong làng Bát Tràng những người còn có khả năng thực hiện kiểu tạo hình đó chỉ còn khoảng ba, bốn người. Những sản phẩm của làng bây giờ đa phần được làm theo phương pháp đổ khuôn, làm theo cách này thì thời gian chi phí cho một sản phẩm ngắn hơn, tuy vậy nhưng giá trị thẩm mỹ của sản phẩm không bị giảm đi. Phương pháp sản xuất này còn gọi là in. Sản phẩm sau khi dỡ khuôn chỉ cần sửa sang lại một chút như bỏ bavias hay vẽ lại những đường miệng sản phẩm là đã xong được phần cốt. Đối với những sản phẩm cầu kỳ như yêu cầu phải đắp nổi, khắc tạo hình... hay sản phẩm có kiểu dáng không thể tạo được khuôn thì người thợ gốm vẫn phải dùng tay để vẽ, nặn và uốn trực tiếp trên sản phẩm còn chưa se mặt. Những sản phẩm sửa lại như vậy mà không dùng bàn xoay gọi là hàng làm bộ, nếu dùng đến bàn xoay gọi là hàng làm bàn. Tóm lại, hiện nay việc sản xuất của làng Bát Tràng vừa kế thừa được truyền thống, vừa kết hợp được phương pháp sản xuất mới có hiệu quả hơn.

Khi phần cốt gốm được tạo xong thì công việc tiếp theo là phủ men và vẽ hoa văn lên sản phẩm. Đây là công đoạn đòi hỏi sự tỉ mỉ và khéo tay của người thợ, men phủ lên sản phẩm đối với mỗi lò gốm là một bí quyết riêng không thể phổ biến và chỉ được truyền cho con cháu hoặc những người tin

cậy. Việc phủ men nhìn chung được tiến hành như sau: nếu là men chảy (men rươi) người thợ thường chỉ bôi men lên miệng sản phẩm để khi nung men sẽ chảy toả xuống tạo ra những đường nét tự nhiên. Còn đối với hầu hết các loại men khác như men ngọc, men rạn, men khô thì người thợ phải đúc men, kìm men hay quay men đối với sản phẩm vừa và nhỏ, còn đối với sản phẩm lớn thì người thợ phải dội men và phun men. Đối với những sản phẩm mà xương đất có màu trước khi tráng men, trang trí hoa tiết, người thợ làm gốm phải bôi thêm lên sản phẩm một lớp lót bằng đất sét trắng để che bớt màu của xương gốm. Công việc trang trí hoa văn lên sản phẩm được người thợ thực hiện bằng tay, thông qua các mẫu hoa văn đã có và sự sáng tạo của riêng những người thợ có trình độ cao. Chính vì vậy, các sản phẩm hiện nay của làng có rất nhiều kiểu trang trí hoa tiết khác nhau và rất đặc sắc.

Sau khi sản phẩm đã khô men, người thợ tiếp tục tiến hành sửa men: bôi thêm men vào chỗ khuyết, cạo men ở chân sản phẩm và ở những chỗ không cần thiết.

Khâu cuối cùng để cho ra sản phẩm là nung gốm: để nung gốm thợ Bát Tràng phải tiến hành các công việc cần thiết như làm bao nung, chuẩn bị chất đốt (chuẩn bị nguyên liệu), chõng lò và cuối cùng là đốt lò. Việc nung sản phẩm cần tuân thủ những yêu cầu nghiêm ngặt về thời gian và nhiệt độ nung đối với từng loại sản phẩm khác nhau. Đối với những nghệ nhân làm gốm có trình độ cao, họ còn có thể sử dụng nhiệt độ nung để tạo ra những sản phẩm rất độc đáo.

Có thể nói về Bát Tràng bây giờ, du khách sẽ thấy một Bát Tràng – làng cổ tồn tại song song với một Bát Tràng - đô thị. Truyền thống và hiện đại đan xen cả trong tư duy sản xuất, kinh doanh của người làm gốm cũng như trong diện mạo của làng gốm Bát Tràng.

2.2.4. Các sản phẩm chính của làng gốm Bát Tràng

Những thành tựu sáng chế đặc sắc nhất trong lịch sử nghề gốm sứ Việt Nam phần lớn đều xuất hiện từ Bát Tràng, hoặc được thợ gốm Bát Tràng thử

Làng gốm Bát Tràng và tiềm năng phát triển du lịch

nghiệm rồi sản xuất hàng loạt. Những loại gốm quý và độc đáo nhất của nước ta, nổi tiếng trong và ngoài nước, đó là: Gốm men ngọc (thời Lý – Trần), gốm hoa nâu hay gốm men hoa nâu (cuối thời Trần đầu thời Lê), gốm men rạn (thời Lê – Trịnh), gốm men trắng ngà (thế kỉ XVII – XIX). Có thể xác nhận đều được sản xuất ở Bát Tràng, trừ gốm men hoa nâu do làng gốm Thổ Hà (Bắc Ninh) làm là chính.

Nhiều sản phẩm gốm men ngọc, men rạn, men hoa lam của thợ gốm Bát Tràng rất hoàn mỹ được coi là đỉnh cao của nghệ thuật và kĩ thuật gốm Việt Nam. Nhưng đáng tiếc một thời gian khá dài gốm men ngọc của ta bị thất truyền, mãi đến những năm gần đây cố họa sĩ lão thành Nguyễn Văn Y và một số thợ gốm Bát Tràng đã khôi phục được công nghệ làm men ngọc cổ. Ngoài men trắng ngà cổ truyền, thợ gốm Bát Tràng cũng biết dùng men màu và vẽ màu dưới men, giữa men, trên men nhằm tạo hiệu quả huyền ảo cho người thưởng thức sản phẩm.

Các sản phẩm gốm Bát Tràng gồm có:

Đồ gốm gia dụng: gồm các loại bát, đĩa, chậu hoa, âu, thạp, ang, khay trà, ấm, điếu, bình vôi, nậm rượu, bình, lọ, chố, hũ.

Đồ gốm dùng làm đồ thờ: gồm các loại chân đèn, chân nến, lư hương, đỉnh, đài thờ, mâm gốm và kiếm.

Đồ gốm trang trí: gồm mô hình nhà, long đình, các tranh gốm, các loại tượng như tượng nghê, ngựa, tượng Di Lặc, tượng Kim Cương, tượng voi, tượng hổ...

Đồ gốm xây dựng: nổi tiếng với gạch Bát Tràng cổ, gạch hoa kính hiện đại, các loại ngói như ngói lưu ly, ngói mũi hài, ngói ống...

Bát Tràng hiện nay song song phát triển sản xuất hai chủng loại gốm lớn: Gốm giả cổ và gốm bằng chất liệu, phương pháp cổ truyền; gốm hiện đại gắn gũi với kĩ thuật đồ sứ.

Gốm Bát Tràng có 5 dòng men đặc trưng thể hiện qua mỗi thời kì khác nhau để tạo nên những dòng sản phẩm đặc trưng khác nhau. Trên sản phẩm,

người thợ không chỉ tạo dáng uyển chuyển mà còn trang trí rồng uốn khúc, đắp nổi những hoa lá tinh tế, những đồ án hoa văn khắc chìm trở thủng rất sinh động tề nhị như đồ ren bằng tơ sợi muôn màu.

2.3. Các tài nguyên du lịch

2.3.1. Tài nguyên du lịch tự nhiên

Sông Hồng là dòng sông mẹ đã bồi đắp nên nền văn minh sông Hồng – một trong 36 nền văn minh của thế giới. Dòng sông được bắt nguồn từ dãy núi Ngụy Sơn thuộc tỉnh Vân Nam – Trung Quốc. Đây là hệ thống sông lớn nhất miền Bắc nước ta, đoạn chảy qua Hà Nội dài 91 km, thuộc phần hạ lưu nên có lẽ là nơi hội tụ được những gì trù phú nhất. Đồng thời, đây cũng là dòng sông gắn liền với sự hình thành và phát triển của đất nước ta. Nó đã từng chứng kiến biết bao sự kiện lịch sử quan trọng, bao sự đổi thay của đất nước. Hiện nay, dòng sông không chỉ được khai thác để phát triển kinh tế, giao thông mà nó còn mới được khai thác để phát triển du lịch.

Bát Tràng nằm ở tả ngạn sông Hồng. Xưa kia dòng sông này được người dân khai thác phát triển giao thông thuỷ nội địa, xây dựng các cảng bốc dỡ hàng hoá thì hiện nay nó lại đem lại cho Bát Tràng một tiềm năng mới: Tiềm năng phát triển du lịch. Khi các tour du lịch Bát Tràng bằng đường thuỷ được lập ra, du khách sẽ được ngắm nhìn dòng sông Hồng, các làng ven sông, nghe thuyết minh về dòng sông cùng các dấu tích lịch sử mà nó mang trong mình, sau đó ghé thăm làng gốm Bát Tràng. Đây chính là một tiềm năng góp phần thúc đẩy du lịch tại làng gốm Bát Tràng phát triển, đặc biệt khi cảng du lịch ở Bát Tràng được hoàn thành vào năm 2009.

2.3.2. Tài nguyên du lịch nhân văn

Nằm ở cửa ngõ Đông Bắc của Hà Nội, trong vùng giao thoa của văn hoá Thăng Long và văn hoá Kinh Bắc nên nơi đây có nhiều di tích lịch sử – văn hoá có giá trị như:

2.3.2.1. Đình làng:

Đình Bát Tràng là một trong số những ngôi đình lớn của xứ Kinh Bắc

Làng gốm Bát Tràng và tiềm năng phát triển du lịch

xưa. Đình nằm trong quần thể di tích của làng gốm Bát Tràng, được xây dựng vào năm 1720 dưới đời vua Lê Dụ Tông, với kiến trúc nguy nga, bề thế. Đình quay về hướng Tây nhìn ra dòng sông Hồng đỏ nặng phù sa. Đình có kiến trúc kiểu chữ Nhị: Phía sau là hậu cung – nơi thờ sáu vị thần được suy tôn là Lục Vị Thành Hoàng; phía trước là toà Đại Bái gồm 5 gian 2 chái. Chính giữa toà Đại Bái là hương án thờ Công đồng, bên trên treo 2 bức đại tự sơn son thếp vàng: “*Thiên địa kì hợp đức*” – trong cuộc sống luôn lấy chữ Đức làm đầu. Đây cũng chính là tôn chỉ của làng bao đời nay. Và bức đại tự: “*Hiếu nghĩa cấp công*” - đây là tấm biển vua Tự Đức ban cho dân làng Bát Tràng khi nhà Nguyễn xây thành Hà Nội, vì nghĩa lớn, dân làng Bát Tràng đã cày gạch sân đình đem nộp cho triều đình. Hai bên hương án có đôi câu đối ghi dấu tích con dân làng Bát: “*Bồ di thủ nghệ khai đình vũ / Lan nhiệt tâm hương bái thánh thần* (Đem nghề từ làng Bồ ra khởi dựng đền miếu / Lòng thành như hương lan dâng cúng thánh thần).

Hai bên chái đình là ban thờ Vách Tả, Vách Hữu. Theo các cụ trong làng kể lại, hai bên vách đình thờ những người trong làng không có con cái. Đây cũng chính là một nét văn hoá đẹp thể hiện đức hiếu sinh của người dân làng Bát.

Bục thắp nhất và sân đình được lát bằng gạch Bát – thứ gạch đã đi vào thơ ca, huyền thoại của dân tộc, thứ gạch xe duyên xây bể, thứ gạch bền chắc không một loại rêu nào bám được vào và đã được ưa dùng từ cung đình đến làng xã.

Bốn mái đình cong vút, lượn sóng, phía trên đắp hình nghệ vừa mềm mại, vừa khoẻ khoắn, uy nghiêm. Trên cửa chính bước vào toà Đại Bái treo bức hoành phi với bốn chữ “*Bạch Thổ danh sơn*” gợi nhớ lại cái khung cảnh sơ khai của vùng đất sét trắng – Bạch Thổ phường (Bát Tràng ngày nay) khi dòng họ Nguyễn Ninh Tràng mới theo vua Lý Thái Tổ dời đô từ Hoa Lư.

Cột đồng trụ uy nghiêm như những cây bút lớn viết thẳng lên trời xanh mang khí thế truyền thống khoa bảng của làng. Trên cột đồng trụ gắn đôi câu

đôi sứ: “*Ngũ hành tú khí chung anh kiệt / Vạn trượng văn quang biểu cát tường*” (Nơi hội tụ khí thiêng hun đúc nên các bậc anh hùng hào kiệt / Ánh sáng văn hoá toả xa vạn dặm biểu thị sự cát tường”

Cửa tả, cửa hữu lần lượt gắn hai hàng chữ “*Thổ thành kim*” - Đất biến thành vàng, “*Nê tác bảo*” – Bùn làm ra của báu (Bùn đất qua đôi bàn tay người nghệ nhân làng Bát trở thành những vật phẩm quý giá, đồ cống tế ngoại giao)

Trải qua các triều đại lịch sử, Đình Bát Tràng hiện còn lưu giữ được hơn 50 đạo sắc phong. Chính bởi những giá trị về kiến trúc và văn hoá như vậy, năm 2005 Bộ Văn hoá thông tin đã cấp bằng Di tích Văn hoá Kiến trúc Nghệ thuật cho đình Bát Tràng. Sau gần 300 năm tuổi cộng với chiến tranh địch họa, đình bị hư hỏng nặng. Từ năm 2005 dân làng đã cùng nhau đóng góp, đại Trùng tu đình. Nay công trình trùng tu đã hoàn tất, đình Bát Tràng đã trở lại đúng dáng dấp xưa.

2.3.2.2. Chùa Kim Trúc:

Chùa còn có tên gọi khác là chùa Bát. Đây là ngôi chùa chính của làng Bát Tràng, là một ngôi chùa nằm bên cửa sông Bắc Hưng Hải. Chùa có kiến trúc “*Nội công ngoại quốc*” với 74 chiếc cột đá, trong chùa có bức tượng hộ pháp cao hơn 5m. Năm 1958, hưởng ứng lời kêu gọi của nhà nước vì nghĩa lớn cả làng Bát Tràng đã di dời chùa đến một vị trí khác để nhường đất cho công trình đại thủy nông lớn nhất thời bấy giờ để tưới tiêu cho ba tỉnh – công trình đại thủy nông Bắc Hưng Hải.

Ngoài ra, trên đất làng cổ Bát Tràng còn có hai ngôi chùa lớn nữa là chùa Am và chùa Bảo Minh. Nơi đây còn lưu giữ được quả chuông quý “*chuông Bảo Minh tự*” đúc năm Ất Mão (1795), một di vật thời Tây Sơn. Hiện nay, chùa Am và chùa Bát được sáp nhập vào làm một tại vị trí của chùa Am ngày nay.

2.3.2.3. Đền làng (hay còn gọi là đền Mẫu):

Đền ra đời muộn hơn so với đình và chùa, được xây dựng vào cuối thế kỉ

XVIII. Đền thờ Mẫu Bản Hương – Mẫu nghi của làng. Theo truyền thuyết dân gian hiện còn lưu giữ tại làng “Mẫu là người con gái họ Trần Đồng Tâm – Bát Tràng, dung nhan xấu xí. Bà mất khi còn rất trẻ, sau khi mất thường hiển linh hiện lên giúp đỡ dân làng. Xác bà được thiêu thành tro rồi thả giữa dòng sông Hồng. Tro trôi dạt vào đâu người dân ở đấy hót tro đem về đắp thành tượng để thờ. Mẫu được vua Quang Trung sắc phong công chúa, tên thụy Trần Mỹ Tín”. Hiện, làng Bát Tràng còn lưu giữ được sắc phong vào đời vua Khải Định (1921). Đền được dựng ở đầu làng, quay về phía Tây Nam, nhìn ra sông Hồng. Đền được chia làm hai khu: khu Nhà Mẫu và khu Phủ Chúa.

Nhà Mẫu: chính giữa là ban thờ Ngọc Hoàng Thượng Đế, phía sau là ban thờ Mẫu Bản Hương (Đệ Tứ Khâm Sai), bên trái là Tam toà Thánh Mẫu, bên phải là thờ Vương Phụ, Vương Mẫu – những bậc có công sinh thành ra Mẫu Bản Hương. Hậu cung là nơi đặt long đình và võng thờ bằng gỗ sơn son thếp vàng cổ và đẹp.

Phủ Chúa: chính giữa là ban thờ chúa Sơn Trang, hai bên trái, phải lần lượt là ban thờ Châu Đệ Nhị, Châu Đệ Tam.

Trước năm 1942 làng có hai ngôi đền tục gọi là đền trên và đền dưới nhưng sau vụ lở đất năm 1942, hiện nay làng chỉ còn ngôi đền trên. Hàng năm làng tổ chức hội vào ngày 22, 23, 24 tháng 9 âm lịch. Tại lễ hội có tục rước nước và thả đèn hoa đăng.

2.3.2.4. Văn chỉ làng Bát Tràng:

Được dựng ở phía sau đình làng. Trên tam quan có ba chữ lớn bằng đá “Ngưỡng di cao” (trông cao vời vợi), giáo dục răn dạy các thế hệ dân làng phải luôn luôn biết khiêm tốn, không ngừng học hỏi. Văn chỉ có kiến trúc theo kiểu chữ Nhị đều 5 gian. Trong văn chỉ có bệ thờ Đức Khổng Tử và 72 học trò xuất sắc nhất của ông. Bên trên bệ là bức Hoành phi sơn son thếp vàng “Thiên địa đồng lưu” (đất trời cùng luân chuyển).

Xưa kia, mỗi năm văn chỉ mở hội một lần. Các quan viên coi việc văn

chỉ thường đem hai bức trướng vóc ghi đầy đủ tên họ 364 vị khoa bảng của làng treo lên trang trọng để mọi người chiêm ngưỡng, động viên, khuyến khích các thế hệ con cháu đời đời chuyên tâm học hành tấn tới.

Hiện nay, văn chỉ chính là nơi làng tổ chức phát phần thưởng cho những con em trong làng có thành tích học tập, rèn luyện xuất sắc trong năm học, hoặc những con em gia đình có hoàn cảnh khó khăn nhưng đã cố gắng vươn lên trong học tập, rèn luyện. Buổi lễ thường được tổ chức vào ngày 4/9 hàng năm – trước ngày khai giảng một ngày nhằm tạo khí thế phấn khởi để con em trong làng cố gắng học tập vươn lên.

2.3.2.5. Lễ hội của làng:

Hàng năm, làng gồm Bát Tràng tổ chức lễ hội làng từ ngày 14 đến 16 tháng 2 Âm lịch. Lễ hội làng gồm Bát Tràng có sự tham gia của ba làng xung quanh: Nam Dư Thượng, Nam Dư Hạ, Thủy Lĩnh. Lễ hội gồm có phần lễ và phần hội với rất nhiều các nghi lễ và trò chơi dân gian độc đáo.

Phần Lễ gồm các nghi thức tế lễ theo phong tục truyền thống như lễ rước nước, tắm bài vị, rước bài vị ra đình. Theo nghi thức này thì nước được rước từ giữa sông Hồng về đền Mẫu ở ven sông để làm lễ Mộc Dục cho các bài vị đặt tại đền, sau đó mới rước bài vị về sân đình tế lễ. Đây là một nghi thức nông nghiệp cổ truyền của rất nhiều làng nghề khác nhau ở vùng đồng bằng Bắc Bộ. Ngoài ra còn có nghi lễ dâng cúng thành hoàng một con trâu tơ béo, thui vàng, đặt cả con lên chiếc bàn lớn, kèm theo sáu mâm cỗ và bốn mâm xôi. Sau khi lễ xong, các quan viên chức sắc đại diện 20 dòng họ cùng thụ lộc.

Sau khi phần lễ kết thúc là đến phần hội. Làng sẽ tổ chức đua tài bằng những sản phẩm tinh xảo do các thợ trong làng chế tác ra. Giải thưởng tuy không lớn nhưng đã động viên mọi người khiến ai cũng cố gắng hết mình để tạo ra những sản phẩm có giá trị vĩnh hằng. Ai cũng háo hức tham gia và họ có niềm tin rằng người được giải chính là đã được Tổ nghề ban lộc, làm ăn sẽ khá giả, nghề nghiệp tiến triển suốt năm. Đây cũng là một vinh dự vô giá, là cơ hội để mỗi người thợ tự nâng cao tay nghề hơn đến năm sau lại có dịp đua

tài. Sau đó là các trò chơi dân gian vô cùng vui nhộn và đầy ý nghĩa như cờ người, chọi gà... Đặc biệt là trong đêm 15/2 có phần thả đèn hoa đăng trên sông rất đông vui và náo nhiệt.

Ngoài hội làng tại làng Bát Tràng còn có hội đèn Mẫu diễn ra từ 22 đến 24 tháng 9 Âm lịch, cũng với những nghi lễ và trò chơi như trong hội làng.

Đây là dịp để những người con xa quê về thăm lại quê hương, họ hàng, làng xóm, thể hiện tình cảm của mình với mảnh đất quê hương. Đồng thời đây cũng là một dịp để du khách thập phương, đặc biệt là những du khách quốc tế có dịp được tham dự, hoà mình vào không khí buổi lễ hội để phần nào hiểu được những nét độc đáo, đặc sắc trong lễ hội truyền thống Việt Nam nói chung và trong lễ hội làng nghề Việt Nam nói riêng.

2.3.2.6. Trung tâm trưng bày giới thiệu sản phẩm gốm sứ Bát Tràng (còn gọi là Chợ Gốm):

Chợ gốm được xây dựng và đưa vào khai trương vào tháng 10 năm 2004 với hơn 100 gian hàng trưng bày, giới thiệu sản phẩm của các hộ kinh doanh trên khuôn viên rộng khoảng 5000m². Với sản phẩm hàng hoá vô cùng phong phú và đa dạng đủ các mặt hàng kích cỡ kiểu dáng khác nhau từ những đồ gia dụng hàng ngày như ấm chén, bát đĩa, lọ hoa... đến những sản phẩm dùng để trang trí nội thất như tranh, phù điêu, các chậu hoa, những tượng trang trí bằng gốm (Bộ Tam Đa, tượng Quan Công, tượng Phật Di Lặc...)

Ngoài ra, chợ gốm còn có toà nhà hội trường hai tầng, trong đó không gian tầng hai là dành riêng cho những du khách muốn thử tài làm một thợ gốm với một số khâu đơn giản trong quá trình sản xuất gốm như đắp, nặn, tô, vẽ.

2.3.2.7. Bảo tàng gốm Vạn Vân

Địa chỉ: số 4 Giang Cao – Bát Tràng – Gia Lâm – Hà Nội

Đây là bảo tàng tư nhân đầu tiên tại Hà Nội do ông Trần Ngọc Lâm – hội viên hội sưu tầm gốm và cổ vật Thăng Long – lập ra vào tháng 2 năm 2006. Hiện nay, bảo tàng trưng bày và giới thiệu khoảng 400 hiện vật gốm cổ Bát

Tràng thế kỉ XV – XIX trong một ngôi nhà gỗ 200 tuổi mua từ Thái Bình chuyển lên.

Bảo tàng mở cửa từ 8h sáng tới 5h chiều, khách tới tham quan bảo tàng không mất tiền vé. Bên cạnh việc được chiêm ngưỡng, nghe hướng dẫn, thuyết minh về các sản phẩm gốm cổ, khách còn được nghỉ ngơi thư giãn trong khung cảnh yên bình của làng quê, thưởng thức các món đặc sản của một vùng quê nông thôn Việt Nam.

2.4. Điều kiện về kinh tế – xã hội

2.4.1. Điều kiện về kinh tế

Từ năm 1990 trở lại đây, nghề gốm Bát Tràng đã thực sự khởi sắc và mang lại hiệu quả kinh tế cao. Từ khi chuyển hướng kinh tế, lấy hộ gia đình làm nòng cốt trong sản xuất – kinh doanh. Chấp nhận cạnh tranh, mở rộng sản xuất và thị trường tiêu thụ trong và ngoài nước. Do vậy, sản xuất của Bát Tràng tăng lên nhanh chóng, thu nhập được nâng cao, đời sống vật chất và tinh thần được cải thiện rõ rệt.

Bát Tràng ngày nay trải dài gần 3 km ven sông Hồng với 1700 hộ và gần 6700 nhân khẩu, quần cư tại hai thôn cổ: Giang Cao và Bát Tràng. Khác với các xã trong huyện, xã Bát Tràng không còn sản xuất nông nghiệp mà chuyên sản xuất tiêu thụ gốm sứ truyền thống. Theo điều tra của xã, hiện nay tại xã có 83,7% hộ trực tiếp sản xuất gốm sứ; 10,6% hộ dịch vụ phục vụ sản xuất và tiêu thụ sản phẩm. Quy mô hộ gia đình là những đơn vị sản xuất kinh doanh.

Xã có hơn 1100 lò gốm, mỗi năm sản xuất 100 – 120 tỷ đồng hàng hoá. Ở Bát Tràng có 40 tổ chức kinh tế đủ loại từ: Công ty cổ phần, công ty trách nhiệm hữu hạn và hợp tác xã chuyên sản xuất, kinh doanh gốm sứ. Doanh thu, có nhiều lô hàng xuất khẩu, đặc biệt được đặt trước từ Hàn Quốc, Nhật Bản. Gốm Bát Tràng cũng chiếm lĩnh được thị phần tại các nước: Đài Loan, Nhật Bản, Đan Mạch, Hà Lan, Pháp, Đức... và được khách nước ngoài rất mến mộ. Ngày nay trong các cửa hàng trưng bày sản phẩm tại Bát Tràng cũng có đủ các mẫu gốm sứ từ cổ truyền đến hiện đại của nhiều nước.

2.4.2. Điều kiện xã hội

Làng có 100% số hộ gia đình sản xuất đồ thủ công mỹ nghệ từ lâu đời (vì làng hoàn toàn không có diện tích đất nông nghiệp), nên có thể nói người dân trong làng có cuộc sống sung túc hơn các làng khác rất nhiều (nhất là các làng thuần nông bên cạnh). Từ xa xưa, số hộ giàu đã chiếm một tỷ lệ tương đối trong làng. Toàn xã đã có trên 100 gia đình sắm máy vi tính, nối mạng Internet, mở trang thông tin giới thiệu sản phẩm, giao dịch buôn bán với nước ngoài. Phát triển nghề gốm sứ, không chỉ Bát Tràng giàu, mà nơi đây cũng đã tạo việc làm cho 4000 – 5000 lao động từ các địa phương khác đến.

Nói đến làng nghề Bát Tràng không thể không nêu những linh hồn của làng, đó là các nghệ nhân. Thời nay, Bát Tràng có những nghệ nhân xứng đáng với truyền thống của mình, như các ông Trần Văn Giàng, Nguyễn Văn Cồn, Lê Văn Cam, hoặc nghệ nhân rất trẻ như Lê Xuân Phổ... Các nghệ nhân, có người chú trọng về men, nói cách khác là giỏi độc đáo về men; có nghệ nhân chuyên sâu về tạo dáng, có nghệ nhân tài về vẽ... Nói đến gốm sứ, giá trị của nó đã được gói gọn trong câu nhất dáng, nhì men, sau đó mới đến nét khắc, vẽ. Giờ đây gốm sứ Bát Tràng nổi tiếng đã và đang tiếp tục chinh phục người tiêu dùng, bởi các nghệ nhân Bát Tràng chú ý đến tất cả các mặt tạo nên cái đẹp của đồ gốm sứ. Bởi vậy thị trường ăn hàng Bát Tràng đã rộng khắp cả nước, và có một lượng không nhỏ được đưa ra khắp 5 châu.

2.5. Cơ sở vật chất kĩ thuật hạ tầng xã hội

Xã Bát Tràng được quy hoạch tổng thể từ năm 2001 nên có thể nói nơi đây có hệ thống cơ sở hạ tầng tương đối khá. Con đường đến với Bát Tràng ngày nay cũng đã thuận tiện hơn trước, có thể bằng đường bộ (qua chân cầu Chương Dương hoặc cầu Long Biên). Hoặc bằng đường sông, xuôi dòng sông Hồng, cập bến tại cảng du lịch Bát Tràng. Năm 2008 cảng đường sông tại làng gốm Bát Tràng đã được nâng cấp thành cảng du lịch, hoàn thành và được đưa vào sử dụng từ năm 2009. Đây là cảng du lịch cấp 2 với bến tàu dài 30m có kè bảo vệ và các công trình phụ trợ đủ khả năng đón tàu chứa 150 khách,

Làng gốm Bát Tràng và tiềm năng phát triển du lịch

ước tính cảng sẽ đón khoảng 200.000 lượt khách mỗi năm. Cảng Bát Tràng sẽ là một trong những bến đỗ của tour du lịch sinh thái, văn hoá di chuyển bằng tàu thủy trên sông Hồng. Từ trung tâm Hà Nội, nếu theo đường thủy có thể xuất phát từ bến Chương Dương dọc theo sông Hồng đến bến Đình Bát Tràng (ngày nay là cảng du lịch Bát Tràng).

Đường làng ngõ xóm đã được 100% bê tông hoá. Điều này đã tạo nên một diện mạo mới cho làng nghề. Giờ đây, đến với Bát Tràng du khách sẽ không còn phải lo về đường xá khó đi hay những con đường làng bằng đất như trước kia. Thay vào đó là những con đường bê tông thẳng tắp, đưa du khách đến tận các cơ sở sản xuất, các gian hàng trưng bày sản phẩm, hay đến thăm các di tích lịch sử của làng nghề.

Từ năm 2004, Bát Tràng đã xây dựng một trung tâm trưng bày giới thiệu sản phẩm gốm sứ, còn gọi là Chợ Gốm để giới thiệu một cách có hệ thống và khoa học các sản phẩm của làng. Du khách có thể dễ dàng đến đây tìm hiểu, tham quan, chiêm ngưỡng và chọn cho mình những sản phẩm ưng ý làm đồ lưu niệm.

Bát Tràng cũng đã xây dựng một bãi đỗ xe ở ngay đối diện chợ gốm để các đoàn tham quan, du lịch có thể đỗ xe trong quá trình tham quan tại làng.

Hệ thống thông tin liên lạc của làng nghề cũng tương đối phát triển. Hầu hết các gia đình đều có điện thoại cố định để liên lạc, một số hộ cũng đã có máy tính nối mạng. Làng nghề cũng đã có trang web www.battrang.info là trang thông tin chung giới thiệu về các sản phẩm gốm của làng nghề. Truy cập vào đây, du khách sẽ có cái nhìn tổng quan và đầy đủ nhất về làng gốm, từ lịch sử hình thành, các di tích lịch sử đến quy trình làm gốm và các sản phẩm đặc trưng của làng nghề.

Tại Bát Tràng cũng đã có trạm y tế xã, dù còn nhỏ và chưa có các thiết bị y tế hiện đại, nhưng trạm y tế này đã có những trang thiết bị cơ bản nhất, phần nào giải quyết được những nhu cầu của du khách và người dân trong những trường hợp khẩn cấp.

Mặc dù cơ sở hạ tầng kỹ thuật phục vụ trực tiếp cho du lịch tại làng nghề còn chưa phát triển, nhưng nơi đây cũng đã có một số nhà hàng phục vụ nhu cầu ăn uống của du khách với các món ăn đặc sản của Bát Tràng như: xôi vò, chè đường (món ăn truyền thống thường có mặt trong các mâm cỗ tại làng cổ Bát Tràng), bún mọc, măng mực (món canh truyền thống và cầu kì với một hương vị đặc trưng mà không nơi nào có), đặc biệt là có món thịt chó Bát Tràng nổi tiếng với món nước chấm Óc mật... với chỗ ăn uống sạch sẽ, đảm bảo vệ sinh.

2.6. Các cơ chế chính sách

Đại hội lần thứ VI của Đảng (1986) thực hiện chủ trương đổi mới cơ chế quản lý kinh tế, xoá bỏ chế độ tập trung quan liêu bao cấp, chuyển sang nền kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa, đã tạo ra một bước ngoặt mới trong công cuộc phát triển của cả nước. Chính sách phát triển kinh tế nhiều thành phần đã tạo một sức sống mới cho các làng nghề nói chung và cho Bát Tràng nói riêng. Cơ chế mới đã mở rộng khả năng huy động mọi nguồn vốn, lao động, vật tư trong các hộ gia đình vào phát triển sản xuất và xuất khẩu sản phẩm.

Nằm trong hệ thống các làng nghề truyền thống tại Hà Nội, trong năm 2008, làng gốm Bát Tràng cũng đã được thành phố ưu tiên đầu tư để xây dựng và phát triển thương hiệu. Theo lời của ông Phí Thái Bình - phó chủ tịch Ủy ban nhân dân thành phố, chính quyền thành phố đã ban hành quyết định số 22 nhằm bảo tồn và phát triển làng nghề thủ công truyền thống. Theo quyết định này, sự trợ giúp của thành phố sẽ bao gồm: đưa ra tên thương hiệu cho làng nghề, thiết kế logo, đăng kí thương hiệu độc quyền, tư vấn về việc xây dựng và quản lý thương hiệu, xây dựng quy định sử dụng thương hiệu, và thiết lập tiêu chuẩn quản lý chất lượng. Sự trợ giúp này áp dụng cho tất cả các quy mô sản xuất trong làng nghề: các tổ chức lớn, cơ sở kinh doanh với quy mô vừa và nhỏ, và đặc biệt là cơ sở kinh doanh mặt hàng thủ công truyền thống.

Để khuyến khích làng nghề mở rộng thị trường tiêu thụ, thành phố sẽ giúp các cơ sở kinh doanh tiếp cận tốt hơn thông tin thị trường và giới thiệu sản phẩm thông qua phát triển website dựa trên website chính của thành phố.

Hoạt động khác nhằm quảng bá rộng rãi hình ảnh của làng nghề, thành phố sẽ chi 100% chi phí thuê và trang bị gian hàng tại các triển lãm trong nước và 50% chi phí cho việc triển lãm gian hàng tại nước ngoài.

Hơn nữa, để quảng bá rộng rãi thương hiệu, chính quyền thành phố sẽ cho phép làng nghề quảng cáo miễn phí trên website Sở công thương thành phố, tại trung tâm thương mại thành phố.

Môi trường luôn là một vấn đề đáng quan tâm đối với các điểm du lịch nói chung và với các làng nghề mà hoạt động sản xuất và du lịch cùng đồng thời diễn ra nói riêng. Theo kế hoạch phát triển, đến hết năm 2010 sẽ thực hiện chuyển đổi cơ bản gần 200 lò than đang hoạt động tại xã, thay thế bằng lò gas tiết kiệm năng lượng, giảm thiểu ô nhiễm môi trường. Trong những năm gần đây người dân Bát Tràng ngộp trong bầu không khí ô nhiễm bởi khí than nồng nặc đến tức thở. Trước thực trạng đó, năm 2006, Ban quản lý dự án nâng cao hiệu quả sử dụng năng lượng trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa phối hợp cùng uỷ ban nhân dân xã Bát Tràng, Hiệp hội gốm sứ Bát Tràng triển khai dự án “Thúc đẩy ứng dụng lò gas nung gốm tiết kiệm năng lượng” tại làng nghề. Lò gas nung gốm chi phí nhiên liệu để nung một mẻ lò với khối lượng tương đương thì không có sự chênh lệch nhiều. Tuy nhiên, do tỉ lệ thành phẩm cao cộng với khả năng nung được các mặt hàng cao cấp có giá trị kinh tế lớn, khả năng tận dụng nhiệt để sấy và chu kì đốt ngắn nên lò gas nung gốm có ưu thế hơn hẳn về mặt kinh tế. Mặt khác việc sử dụng lò gas nung gốm giúp giảm thiểu ô nhiễm môi trường. Đây là một yếu tố góp phần không nhỏ trong mục tiêu phát triển du lịch tại làng nghề. Một hình ảnh làng nghề đẹp với các sản phẩm độc đáo, thái độ niềm nở, mến khách của người dân và đặc biệt là với một khung cảnh làng nghề trong lành chắc chắn sẽ để lại ấn tượng sâu sắc và khó quên trong lòng mỗi du khách.

2.7. Các dự án đầu tư để nâng cao tiềm năng của làng gốm Bát Tràng

Năm 2001 – 2002, làng gốm cổ Bát Tràng đã được Ủy ban Nhân dân thành phố phê duyệt quy hoạch chi tiết, được chọn làm điểm đầu tư phát triển làng nghề, bảo tồn làng gốm cổ. Thành phố đã quyết định đầu tư cải tạo đường, vỉa hè, thoát nước, điện chiếu sáng (giai đoạn 1) với số vốn 8.345 triệu đồng, trong đó ngân sách cấp 6.820 triệu đồng. Giữa tháng 12/2001, dự án chính thức khởi công và hoàn thành cuối tháng 6/2002. Đây cũng là dự án làng nghề du lịch quy mô lớn của cả nước. Đồng thời xã cũng đã triển khai lập dự án cấp nước sạch khoảng 6,6 tỷ đồng; dự án cải tạo nâng cấp điện hạ thế trên 2 tỷ đồng; dự án xây dựng hạ tầng kỹ thuật (giai đoạn 2) khoảng 4 tỷ đồng. Tổng số các dự án đầu tư vào Bát Tràng trên 20 tỷ đồng sẽ tạo cho làng nghề này bộ mặt mới, cải thiện điều kiện môi trường phục vụ cho hoạt động phát triển kinh tế – văn hoá và tham quan du lịch của làng gốm sứ cổ.

Dự án Cảng du lịch Bát Tràng với tổng số vốn đầu tư lên tới 15,7 tỷ đồng với mục tiêu là phục vụ du lịch bằng đường thủy trên sông Hồng đến với làng nghề truyền thống Bát Tràng cũng đã được triển khai và đưa vào khai thác. Đây là một cảng du lịch cấp 2 với bến tàu dài 30m, có kè bảo vệ và các công trình phụ trợ đủ khả năng đón tàu chứa 150 khách.

Để du lịch Bát Tràng không còn là tiềm năng, trong những năm qua, một hành trình văn hoá kết nối các làng gốm cổ truyền tại vùng Đông Bắc châu thổ sông Hồng đã được thiết lập, nhằm giới thiệu những nét văn hoá đặc sắc thông qua du lịch. Đây là nỗ lực của Cục Di Sản văn hóa nước ta và cơ quan di sản của cộng đồng Bỉ nói tiếng Pháp (Wallonie – Bruxelles) trong khuôn khổ chương trình “Hành trình văn hoá qua các làng nghề truyền thống”.

Nghề gốm sứ được chọn để mở đầu cho gần 2000 làng nghề trên khắp cả nước. Các chuyên gia của dự án đã nghiên cứu và quyết định chọn các điểm trong hành trình di sản này, gồm: Bát Tràng (Hà Nội), Thổ Hà (Bắc Giang), Phù Lãng (Bắc Ninh), Chu Đậu (Hải Dương), Đông Triều (Quảng Ninh). Giai đoạn tiếp theo của dự án (2007 – 2010) tập trung vào việc bảo tồn các di sản

Làng gốm Bát Tràng và tiềm năng phát triển du lịch

văn hoá cả vật thể và phi vật thể tại các làng nghề, nỗ lực đưa chúng trở thành các điểm thực sự hấp dẫn đối với các tour du lịch văn hoá. Nghĩa là chúng vừa có sản phẩm thương mại phục vụ nhu cầu mua sắm của du khách, vừa có những hình thức để thể hiện rõ nét chiều sâu văn hoá của làng nghề, quá trình làm ra sản phẩm và sự tài hoa của người thợ thủ công.

Bên cạnh đó, dự án xây dựng thương hiệu “Bát Tràng Việt Nam - 1000 năm truyền thống” do Hội gốm sứ Bát Tràng phối hợp với chương trình phát triển kinh tế tư nhân (MPDF), thuộc công ty tài chính quốc tế (IFC) tổ chức cũng đã được chính thức ra mắt vào ngày 17/11/2008 tại Văn miếu – Quốc Tử Giám. Cùng với việc ra mắt thương hiệu Bát Tràng, Trung tâm xúc tiến xuất khẩu Bát Tràng cũng được thành lập trước đó và cho ra mắt website www.battrang-ceramics.org. Đây sẽ là nơi trao đổi những thông tin kinh doanh giữa các doanh nghiệp và giới thiệu ra thị trường thế giới những sản phẩm truyền thống và hiện đại mang thương hiệu Bát Tràng.

Những dự án đầu tư trên đây sẽ góp phần mang đến hình ảnh một Bát Tràng mới mẻ, hấp dẫn nhưng vẫn đậm nét truyền thống văn hoá Việt.

Tiểu kết chương 2:

Như vậy, có thể thấy Bát Tràng có tiềm năng rất lớn để phát triển du lịch. Xã Bát Tràng cũng được quy hoạch từ năm 2001 nên cơ sở hạ tầng khá tốt. Bên cạnh đó, Bát Tràng với sự phát triển của nghề gốm sứ cổ truyền, địa lý thuận tiện, và nguồn tài nguyên du lịch phong phú, nên trong những năm gần đây Bát Tràng đã trở thành một điểm đến hấp dẫn cho những ai quan tâm đến nét văn hóa cổ truyền của dân tộc. Không chỉ được Nhà nước quan tâm chú trọng, Bát Tràng cũng đã thu hút các tổ chức tư nhân và quốc tế trong các dự án đầu tư để du lịch làng nghề Bát Tràng không chỉ là một tiềm năng. Nhiều dự án đã được đề ra và triển khai thực hiện nhằm mục đích giới thiệu với bạn bè quốc tế về hình ảnh một làng gốm chân phương, mộc mạc, bình dị và đậm nét tâm hồn Việt.

Tuy nhiên, để khai thác những tiềm năng đó như thế nào cho phù hợp, hiện nay vẫn đang là một câu hỏi lớn buộc các cấp có thẩm quyền, các chuyên gia trong lĩnh vực du lịch và các nhà đầu tư phải giải đáp. Liệu rằng phát triển du lịch gắn với làng nghề tại Bát Tràng đã thực sự trở thành một thế mạnh cho du lịch của Hà Nội? Điều đó cần phải có sự phối hợp chặt chẽ giữa các ban ngành, các tổ chức đầu tư và người dân nơi đây, để làng nghề Bát Tràng không chỉ nổi tiếng với sản phẩm gốm sứ độc đáo mà còn là một điểm tham quan thú vị cho du khách mỗi khi đến với thủ đô ngàn năm văn hiến.

*

*

*

CHƯƠNG 3:

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH KHAİ THÁC TIỀM NĂNG CỦA LÀNG NGHỀ TRUYỀN THÔNG BÁT TRÀNG PHỤC VỤ PHÁT TRIỂN DU LỊCH

3.1. Thực trạng khai thác tiềm năng du lịch tại làng gốm Bát Tràng

3.1.1. Cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch và tổ chức quản lý ở Bát Tràng hiện nay.

3.1.1.1. Cơ sở hạ tầng xã hội

Đoạn đường bộ từ chân cầu Chương Dương đến làng gốm dài khoảng 10 km đã được trải nhựa nhưng còn nhỏ hẹp và hiện nay đã bị xuống cấp nặng, xuất hiện rất nhiều ổ gà tương đối khó đi. Mùa khô thì bụi, mùa mưa thì bẩn và lầy lội.

Đường làng ngõ xóm đã được bê tông hoá nhưng ngoài một số trục đường chính lớn thì các đường ngõ còn rất nhỏ, chỉ khoảng một sải tay chạy vòng vèo sâu hun hút rất khó cho việc đi lại của người dân, đặc biệt rất dễ gây ra lạc đường cho người lạ, nhất là khách du lịch.

Hệ thống cống rãnh thoát nước chưa được xây dựng một cách có quy hoạch và đồng bộ nên nước thải vẫn tràn trên mặt đường tạo ra những mùi rất khó chịu, ảnh hưởng đến đời sống của người dân cũng như khách du lịch. Đặc biệt vào mùa mưa các đường ngõ thường xuyên bị ngập trong nước bẩn.

Cảng sông Hồng tại làng (trước cổng đền Mẫu) trước kia là nơi tập trung rác thải và phế liệu, nay vừa mới được tu sửa, nâng cấp thành cảng du lịch nhưng đường từ cảng lên làng vẫn rất dốc gây khó khăn cho việc đi lại. Chính vì vậy mà nó chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển kinh tế của làng, cũng như chưa tương xứng với tiềm năng phát triển du lịch của làng gốm Bát Tràng.

Bát Tràng đã xây dựng được trung tâm trưng bày giới thiệu sản phẩm gốm sứ (hay còn gọi là chợ gốm) để trưng bày, giới thiệu một cách có hệ

Làng gổm Bát Tràng và tiềm năng phát triển du lịch

thống và khoa học các sản phẩm của làng. Tuy nhiên, chợ gổm còn nhỏ hẹp, các hộ kinh doanh tại chợ thì mạnh ai nấy làm, chưa có sự liên kết với nhau và Ban quản lý chợ thì chủ yếu mới tập trung vào quản lý hoạt động kinh doanh, còn hoạt động quản lý thu hút khách du lịch của làng thì chưa thật sự hiệu quả.

Hiện tại, Bát Tràng đã có một bãi đỗ xe chung cho cả làng, đó chính là bãi đỗ xe đối diện với chợ gổm của làng, nhưng đây vừa là điểm đỗ xe buýt (tuyến xe 47), vừa là bãi đỗ xe của các xe du lịch, xe của khách, xe trâu phục vụ du khách tham quan quang cảnh làng, cũng như xe của các hộ kinh doanh trong chợ. Mặt khác, quy mô của bãi đỗ xe còn quá nhỏ bé. Vào những ngày du lịch cao điểm như ngày nghỉ cuối tuần, ngày lễ, tết, bãi xe luôn trong tình trạng quá tải. Cách quản lý, tổ chức, sắp xếp tại bãi đỗ xe cũng chưa khoa học.

Hiện nay, Bát Tràng đã có hơn 300 doanh nghiệp và hơn 200 cơ sở sản xuất, kinh doanh. Nhưng các xưởng sản xuất còn nhỏ bé, đơn điệu thiếu quy hoạch trong tổ chức sản xuất, tiêu thụ và giới thiệu sản phẩm tới khách hàng. Thường các cơ sở sản xuất này cũng là nơi ăn, ở và sinh hoạt của các hộ gia đình. Vì vậy vừa không đảm bảo cho đời sống của người dân, vừa thiếu không gian phục vụ cho sản xuất, kinh doanh. Công nghệ cho sản xuất gổm tại làng còn lạc hậu, chủ yếu là các kỹ thuật thủ công, dù đã có sự ứng dụng của các thiết bị máy móc hiện đại song không đáng kể.

Hệ thống thông tin liên lạc của làng nghề tương đối phát triển, hầu hết các gia đình đều có điện thoại cố định để liên lạc, tỉ lệ người dân dùng điện thoại di động cũng khá nhiều nhưng hệ thống thông tin liên lạc công cộng của điểm du lịch này chưa phát triển. Cả xã Bát Tràng chỉ có một điểm bưu điện xã, chưa có điểm truy cập internet công cộng nào, chưa có hệ thống các trạm điện thoại công cộng.

Cả xã Bát Tràng mới có một trung tâm y tế là trạm y tế xã. Ở làng nghề Bát Tràng hiện nay chưa có một trung tâm y tế khám chữa bệnh nào tư nhân,

chỉ có một vài hiệu thuốc do tư nhân mở chưa thật sự phục vụ được nhu cầu của người dân và khách du lịch.

3.1.1.2. Cơ sở hạ tầng kỹ thuật du lịch

Hệ thống cơ sở hạ tầng phục vụ cho du lịch còn rất yếu kém. Tại đây chỉ có duy nhất cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống. Nhưng dịch vụ phục vụ ăn uống ở đây chỉ có nhà hàng Lan Anh là có đủ khả năng phục vụ các đoàn khách du lịch và tối đa cũng chỉ được khoảng 100 khách một lúc. Còn một số cửa hàng ăn uống khác như cửa hàng “Phở 139” thì chỉ phục vụ các khách lẻ và người dân trong làng. Bên cạnh đó, chất lượng phục vụ và trình độ chuyên môn của nhân viên ở nhà hàng còn thấp.

Còn cơ sở lưu trú và các cơ sở hạ tầng phục vụ vui chơi giải trí thì chưa có. Nhiều khi khách muốn tham quan tìm hiểu sâu hơn về làng cần phải lưu trú nhưng họ lại phải lặn lội hơn 10 km về thành phố Hà Nội để lưu trú mà không thể lưu trú tại làng. Mặt khác, một số khách đến đây ngoài mục đích chính là tham quan, mua sắm, nghiên cứu tìm hiểu, họ cũng có các nhu cầu khác về vui chơi giải trí nhưng Bát Tràng chưa hề có những cơ sở phục vụ nhu cầu này của khách.

Hạ tầng cơ sở du lịch là một trong những điểm hạn chế lớn của Bát Tràng cần phải khắc phục ngay để thu hút và phát triển du lịch.

3.1.2. Thực trạng về môi trường du lịch

Làng gốm phát triển cũng làm nảy sinh nhiều bức xúc, đặc biệt là ô nhiễm môi trường. Trên địa bàn làng gốm Bát Tràng hiện còn có hơn 1000 lò nung các loại đang hoạt động. Mỗi năm, làng gốm Bát Tràng tiêu thụ khoảng 70.000 tấn than và 100.000 tấn đất vật liệu để sản xuất các sản phẩm gốm sứ. Quá trình sản xuất này đã thải ra khoảng 130 tấn bụi/năm, và làm rơi vãi, loại bỏ khoảng 225 tấn đất vật liệu và than. Các lò nung của Bát Tràng còn thải ra ngoài khoảng 6.800 tấn tro, xỉ/năm. Thêm vào đó, khói từ than và gỗ đốt lò đã gây ô nhiễm nghiêm trọng không khí trong làng. Môi trường ở làng gốm Bát Tràng đang bị ô nhiễm khá nặng nề. Theo thông tin mới đây trên trang web

www.monre.gov.vn của Cục bảo vệ môi trường – Bộ tài nguyên và môi trường, lượng chất thải sinh ra như xỉ than, bụi và các khí độc hại như SO₂, CO₂, NO₂... ở làng gốm Bát Tràng hiện nay đều vượt xa mức cho phép. Nồng độ các chất độc hại lớn hơn tiêu chuẩn cho phép từ 1,8 đến 2 lần. Xỉ phế thải thành từng đống, lẫn cả đường đi, gây ảnh hưởng lớn đến sức khoẻ của người dân, mà theo khảo sát gần đây với 223 người dân làng gốm Bát Tràng thì 76 người mắc bệnh hô hấp và 23 người nhiễm bệnh lao phổi. Và đây cũng là một trong những nguyên nhân làm cho du lịch ở đây chưa thật sự thu hút được khách du lịch. Tuy nhiên hiện nay tại làng nhiều cơ sở sản xuất đã chuyển từ lò than sang các lò gas để nung gốm, góp phần giảm thiểu ô nhiễm môi trường do các lò than gây ra. Hi vọng trong thời gian sớm nhất, sẽ có nhiều lò gas được sử dụng để giảm thiểu tối đa lượng khí thải độc hại, đem lại môi trường trong sạch hơn cho làng nghề.

Bên cạnh đó, đến Bát Tràng hiện nay có thể thấy rằng không gian xanh của làng hầu như không có. Chính điều này cũng là một trong những nhân tố đi cùng với nhiệt độ của các lò nung gốm tỏa ra làm cho nhiệt độ trung bình của làng lúc nào cũng cao hơn nhiệt độ trung bình của môi trường tự nhiên từ 2 đến 3 độ C.

Một thực tế rằng Bát Tràng hiện nay rất thiếu không gian, cảnh quan môi trường của một làng quê. Khách du lịch, đặc biệt là du khách quốc tế không chỉ đến đây để tham quan làng nghề một cách đơn thuần, mà họ còn muốn tránh xa không khí ồn ào, náo nhiệt của các đô thị phát triển để thư giãn trong không khí tĩnh lặng, không khí thanh bình của cảnh làng quê. Thế nhưng đến với Bát Tràng hôm nay họ chỉ thấy nhà cửa san sát, ngõ ngách rất nhỏ, lại lầy lội, bụi bặm. Không khí trong lành, tĩnh lặng và yên bình của một làng quê nay được thay bằng không khí hối hả, tấp nập của một đô thị. Điều này có lẽ sẽ gây ảnh hưởng không nhỏ đến hình ảnh một làng quê Việt truyền thống.

3.1.3. Thực trạng về nguồn nhân lực

Các nghệ nhân của làng: làng gốm Bát Tràng hiện nay có khoảng 14 – 15

người được Nhà nước phong danh hiệu nghệ nhân, như nghệ nhân Lê Quang Chiến, Lê Văn Cam, Lê Minh Châu, Trần Độ, Lê Xuân Phổ... Trong số những nghệ nhân này, có những nghệ nhân tuổi đời còn rất trẻ như nghệ nhân Lê Xuân Phổ nhưng với lòng yêu nghề, nhiệt huyết tuổi trẻ đã không ngừng tìm tòi, sáng tạo ra những sản phẩm gốm độc đáo, góp phần quan trọng trong việc giữ gìn, phát huy những giá trị tinh hoa của gốm sứ Bát Tràng để sản phẩm Bát Tràng ngày càng vươn xa hơn nữa.

Đội ngũ thợ lành nghề của làng tương đối đông đảo. Ngoài những lao động trong làng thì Bát Tràng còn có một lực lượng lao động từ các địa phương khác tới làm việc khoảng 3000 – 5000 người. Nhưng hiện nay có một thực trạng đáng báo động đối với làng gốm Bát Tràng là đội ngũ thợ thủ công lành nghề là người dân làng ngày càng ít đi, và thay vào đó là những người từ nơi khác đến học việc và trở thành thợ tại làng.

Nguồn nhân lực để phát triển du lịch còn mỏng và yếu, đặc biệt là đội ngũ cán bộ nhân viên phục vụ trực tiếp cho ngành du lịch như cán bộ quản lý du lịch, hướng dẫn viên du lịch. Các hướng dẫn viên tại điểm ở Bát Tràng có hiểu biết chưa sâu về làng nghề, cách giải thích vòng vo khiến cho du khách chưa thể có cái nhìn toàn diện về những giá trị đích thực của làng nghề. Hiện nay, làng gốm Bát Tràng chưa có một cán bộ nào được đào tạo qua trường lớp, có chuyên môn nghiệp vụ về du lịch, chỉ mới có một vài con em trong làng theo học chuyên ngành du lịch, được đào tạo chính quy, có chuyên môn nghiệp vụ nhưng lại không về công tác, phục vụ tại làng.

3.1.4. Hoạt động quảng bá để thu hút khách du lịch đến với làng nghề

Bát Tràng đã xây dựng được một số trang web giới thiệu, quảng bá về thương hiệu gốm Bát Tràng cũng như hình ảnh của làng tới du khách trong và ngoài nước. Làng đã có biểu tượng, logo riêng cho gốm sứ Bát Tràng. Xây dựng được thương hiệu gốm trong lòng bạn bè trong nước cũng như quốc tế. Nhưng các trang web về Bát Tràng nội dung chưa phong phú, đa dạng. Hầu hết đây mới chỉ là những trang web của các cơ sở kinh doanh tư nhân lập ra

để quảng cáo cho công ty mình, cho các sản phẩm của mình chứ gần như không nói gì đến làng nghề và quảng bá giới thiệu du lịch làng nghề. Có duy nhất trang: www.battrang.info là trang thông tin chung của cả làng nhưng thông tin còn quá sơ sài, đặc biệt là những thông tin về du lịch. Chưa có một ấn phẩm sách, báo, tạp chí nào cụ thể và đầy đủ thông tin để giới thiệu về Bát Tràng cho du khách cũng như những người quan tâm muốn tìm hiểu về làng gốm Bát Tràng.

Bát Tràng đã tham gia rất nhiều cuộc hội chợ, triển lãm về hàng thủ công mỹ nghệ của Việt Nam trong nước cũng như ở nước ngoài. Và đã được công nhận là một trong những làng nghề thủ công truyền thống tiêu biểu của Việt Nam. Đặc biệt, là cuộc triển lãm các sản phẩm thủ công truyền thống của Việt Nam tại Hoàng Thành Thăng Long vừa diễn ra từ ngày 29/4 đến 4/5/2008 nhân dịp chuẩn bị kỉ niệm 1000 năm Thăng Long – Đông Đô - Hà Nội. Qua các cuộc hội chợ, triển lãm này, du khách biết được nhiều hơn về làng gốm Bát Tràng cũng như sản phẩm gốm Bát Tràng.

Bát Tràng đã xây dựng được những không gian riêng cho du khách có thể tìm hiểu về gốm Bát Tràng, đó chính là các xưởng sản xuất gốm trong làng và cả một hội trường tầng 2 của chợ gốm được xây dựng dành riêng cho du khách, để du khách có thể tự mình thử tài làm một thợ gốm với một số khâu khác nhau của quá trình làm gốm từ vuốt nặn đến tô vẽ sản phẩm gốm.

Tại Bát Tràng đã có được một bảo tàng gốm tư nhân – bảo tàng gốm Vạn Vân. Bảo tàng vừa mang ý nghĩa lịch sử, vừa mang ý nghĩa tâm linh góp phần lưu giữ những giá trị văn hoá truyền thống. Đây là một việc làm vô cùng có ý nghĩa để du lịch làng gốm Bát Tràng có thể phát triển lâu dài.

Tại Bát Tràng đã bắt đầu có sự phối hợp giữa chính quyền địa phương và người dân trong hoạt động du lịch. Đặc biệt là ý thức của người dân trong việc phát triển du lịch, đó là thái độ niềm nở, thân thiện đối với du khách. Tuy nhiên, theo nhận xét của các chuyên gia du lịch, người dân Bát Tràng mới chỉ quan tâm đến việc bán sản phẩm hàng hoá của làng nghề cho khách, mà chưa

quan tâm đến việc thu hút khách từ chính hoạt động tạo ra sản phẩm của làng nghề. Nói cách khác, người dân dường như chú ý đến sinh kế hơn là bảo tồn di sản văn hoá và thiếu hẳn công nghệ tạo sản phẩm du lịch để tạo nên những tour hấp dẫn.

Trong tổ chức, quản lý và quy hoạch phát triển du lịch, các cán bộ phụ trách về du lịch tại đây hầu như chưa có chuyên môn về quản lý cũng như các nghiệp vụ du lịch khác.

Một trong số những yếu tố góp phần tạo nên sự thành công của loại hình du lịch làng nghề là các công ty lữ hành. Nhưng Bát Tràng chưa thật sự có những hoạt động liên doanh, liên kết với các công ty lữ hành trong việc sắp xếp, tổ chức các chương trình du lịch đến với làng gốm. Hầu hết các công ty lữ hành đều khai thác du lịch làng gốm theo kiểu hời hợt, dẫn khách đến mua sắm để kiếm tiền hoa hồng là chính, mà chưa nghiên cứu, đầu tư, khai thác một cách khoa học, bài bản để tạo ra những sản phẩm du lịch độc đáo, giàu hàm lượng văn hoá. Những hướng dẫn viên theo đoàn của các công ty thường có kiến thức rất sơ sài về làng gốm, với cách giải thích vòng vo đôi khi tạo cho du khách những hiểu biết không đầy đủ về làng, về nghề gốm ở đây.

Việc kết hợp giữa làng gốm Bát Tràng và các điểm tham quan du lịch phụ cận đã được thiết lập nhưng chưa được xúc tiến, tuyên truyền, quảng bá mạnh, chưa nhận được sự hưởng ứng tích cực từ các công ty lữ hành nên việc xây dựng các tour, tuyến vẫn còn rất manh mún, nhỏ lẻ.

3.1.5. Du khách đến với làng nghề Bát Tràng

Nhiều du khách nhiều lần đến làng gốm Bát Tràng đều bị ấn tượng bởi những bờ tường cổ kính trát đen than, những bàn tay thợ cả, những lò gốm lửa hồng... Và đặc biệt điều khiến cho du khách không khỏi ngỡ ngàng là đi đâu cũng thấy gốm. Cả làng Bát Tràng làm nghề gốm, trên con đường đê phủ bụi và nắng, thấp thoáng từ đâu đó một tấm biển chỉ dẫn “Làng Bát Tràng”, và chỉ cần rẽ vào con đường đó là chúng ta sẽ thấy một thế giới khác – một thế giới với đủ màu sắc và hình thù của những sản phẩm gốm.

Có lẽ cũng bởi một điều giản dị đó mà du khách đến với Hà Nội ít ai lại không ghé qua một lần thăm làng gốm Bát Tràng. Ông Phùng Văn Hữu – trưởng Ban quản lý chợ gốm Bát Tràng cho biết, trung bình hàng tháng, chợ gốm Bát Tràng đón 25 – 30 nghìn lượt khách trong nước, 5 – 6 nghìn lượt khách quốc tế. Mặc dù năm 2009 được coi là năm khó khăn của nền kinh tế, nhiều làng nghề đều rơi vào hoàn cảnh khó khăn, sản xuất giảm sút, nhưng tại khu vực chợ gốm Bát Tràng, khách đến tham quan vẫn khá tấp nập, cho dù không phải là ngày cuối tuần. Từ khách nội thành đến khách du lịch ở các tỉnh khác, và tất nhiên, không thể vắng những du khách nước ngoài. Chị Nga, một người bán hàng tại khu vực chợ gốm Bát Tràng cho biết: “Lượng khách đến tham quan chợ gốm từ Tết ra đến giờ vẫn đông lắm, cả khách nước ngoài, khách các nơi khác đến, rồi học sinh, sinh viên các trường đại học cũng đi xe bus đến”.

Năm 2007, lượng khách du lịch đến Hà Nội đạt hơn 3,35 triệu lượt, tăng 15% so với cùng kì năm 2006. Trong đó lượng khách quốc tế đạt hơn 650.000 lượt, tăng 14% so với cùng kì năm trước. Tuy nhiên trong năm 2009 – 2010, lượng khách quốc tế vào Hà Nội giảm 20% so với cùng kì năm 2008, khách nội địa đến Hà Nội tăng 3,1%.

Được biết lượng khách du lịch Hà Nội chiếm 1/3 tổng lượng khách của cả nước. Số lượng khách đến Hà Nội giảm mạnh trong thời gian qua nằm trong tình trạng chung mà toàn ngành du lịch đang phải đối mặt trước ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế và dịch cúm A/H1N1. Tuy nhiên trong năm 2010, cùng với sự kiện kỉ niệm Đại lễ 1000 năm Thăng Long, năm du lịch quốc gia 2010 tại Hà Nội sẽ là cơ hội tốt để quảng bá du lịch Hà Nội “An toàn, văn minh, thân thiện” với bề dày lịch sử đến bạn bè quốc tế. Ngành du lịch Hà Nội hi vọng sẽ đón lượng lớn khách du lịch quốc tế trong dịp này. Và đây cũng là cơ hội để quảng bá hình ảnh các làng nghề truyền thống của Hà Nội, mà làng gốm Bát Tràng là một địa danh không thể bỏ qua.

Những năm gần đây, trong số khách quốc tế đến Hà Nội thì lượng khách

đến với Bát Tràng chiếm khoảng 6 - 7%. Mỗi năm làng gốm Bát Tràng đón khoảng 6000 – 7000 khách quốc tế đến đây để chiêm ngưỡng các sản phẩm và thực hiện các giao dịch thương mại với các nhà sản xuất và người bán lẻ. Và hàng vạn khách du lịch nội địa đến đây tham quan mua sắm, nghiên cứu, tìm hiểu.

Khách đến với Bát Tràng cũng vô cùng phong phú và đa dạng với nhiều mục đích khác nhau. Khách nội địa chủ yếu là học sinh, sinh viên; các chuyên gia, nhà nghiên cứu tìm hiểu về gốm Bát Tràng chiếm khoảng 60% và các doanh nhân, một số khách đến tham quan, mua sắm đơn thuần chiếm 40%.

Khách quốc tế đến với Hà Nội chủ yếu là khách châu Á, đứng đầu là khách Trung Quốc, chiếm tỷ trọng khoảng 12%, tiếp đến là khách Hàn Quốc 11%, Pháp 9,8% và ít nhất là khách châu Phi với chưa đến 1%. Khách quốc tế đến đây cũng với nhiều mục đích khác nhau là tham quan mua sắm đơn thuần chiếm 85%, và lượng khách đến tham quan tìm hiểu, đặt quan hệ làm ăn bằng các đơn đặt hàng chiếm khoảng 25%.

Tùy vào mục đích của khách mà họ có thể đến và lưu lại tại Bát Tràng với thời gian dài ngắn khác nhau. Du khách hay đến với Bát Tràng vào dịp cuối tuần, các ngày lễ, tết và thường tham quan trong vòng một ngày, thỉnh thoảng sẽ có khách lưu lại tham quan Bát Tràng hai ngày (số này rất ít, không đáng kể).

3.1.6. Các loại hình du lịch được khai thác tại Bát Tràng

3.1.6.1. Những hoạt động chính trong các chương trình du lịch làng gốm Bát Tràng

Tham quan đình, chùa, đền và văn chỉ của làng: khi tham quan tại các công trình di tích này du khách sẽ được nghe hướng dẫn viên thuyết minh cung cấp những thông tin về lịch sử hình thành và phát triển của làng cũng như của nghề, những bước đi trong tiến trình lịch sử của làng. Đồng thời sẽ được nghe giới thiệu những nét khái quát chung nhất về các công trình lịch sử này. Du khách sẽ được tự mình quan sát, ngắm nhìn kiến trúc, cách bài trí trong các công trình kiến trúc để phần nào hiểu được các giá trị lịch sử, văn

hoá, tâm linh tinh thần mà nó mang trong mình.

Tham quan các cơ sở sản xuất, kinh doanh gốm: du khách sẽ được tham quan các xưởng sản xuất, trực tiếp quan sát quá trình làm gốm, giao lưu với các nghệ nhân, tham gia vào một công đoạn nào đó để tạo ra sản phẩm cho chính mình.

Tham quan mua sắm tại chợ gốm: du khách sẽ được thoải sức quan sát, chiêm ngưỡng và mua sắm các sản phẩm theo ý thích.

3.1.6.2. Những hoạt động tạo hứng thú cho du khách

Trong các chương trình du lịch đến với Bát Tràng đã được đưa vào khai thác thì theo cách đánh giá và nhận xét của đa số du khách cho thấy các hoạt động tạo được hứng thú cho họ là: hoạt động tham quan các cơ sở sản xuất gốm, hoạt động mua sắm tại chợ gốm và hoạt động tham quan quang cảnh làng trên những chiếc xe trâu.

Tham quan cơ sở sản xuất gốm: sở dĩ hoạt động tham quan các cơ sở sản xuất gốm gây được hứng thú cho du khách vì tại đây họ được nghe giới thiệu, thuyết minh về toàn bộ quy trình sản xuất gốm; được tận mắt quan sát các khâu khác nhau của quá trình tạo ra một sản phẩm; được ngắm nhìn các sản phẩm thô chưa qua quá trình nung; được giao lưu, trò chuyện, trao đổi trực tiếp với những nghệ nhân nổi tiếng, giàu kinh nghiệm trong nghề. Và điều đặc biệt nhất là du khách sẽ được tự mình tham gia vào một công đoạn nào đó trong quá trình làm ra một sản phẩm gốm. Họ có thể tự do thể hiện tài năng, óc sáng tạo cùng với trí tưởng tượng của bản thân trên sản phẩm của mình. Họ sẽ có cơ hội tự mình thử làm một thợ gốm thực thụ tại các xưởng gốm ở Bát Tràng, có thể là thợ vẽ gốm, cũng có thể là thợ nặn gốm. Các sản phẩm đó sẽ được nhà lò cho vào nung cho du khách, thời gian nung nếu vượt quá thời gian thăm viếng của du khách thì sản phẩm đó sẽ được gửi lại cho du khách thông qua đường bưu điện. Và thường các sản phẩm có sự tham gia của du khách sẽ được bán lại cho họ với giá chỉ bằng một nửa giá của sản phẩm nếu du khách mua sản phẩm. Sự thú vị này chỉ có thể tìm thấy khi bạn đến

thăm làng gốm Bát Tràng.

Đây là một trong những yếu tố để thu hút khách du lịch của các làng nghề thủ công truyền thống nói chung và của làng gốm Bát Tràng nói riêng. Vì du khách không chỉ muốn được quan sát ngắm nhìn đơn thuần mà họ còn có mong muốn được hoà mình vào không khí làm việc, được thử cảm giác một lần làm thợ, từ đó họ sẽ phần nào hiểu được những giá trị ẩn chứa bên trong mỗi sản phẩm. Việc này không chỉ tạo hứng thú cho du khách mà còn giúp họ hiểu được ý nghĩa của sản phẩm, cảm nhận tâm hồn, tình cảm và tài hoa của người thợ gốm Bát Tràng.

Bên cạnh đó, hoạt động tham quan mua sắm tại chợ gốm cũng tạo cho du khách nhiều hứng thú vì sau khi xem sản xuất gốm tại các cơ sở, tự tay làm gốm, được ngắm các sản phẩm thô, thì sau khi tham quan chợ gốm, họ được ngắm nhìn, chiêm ngưỡng những sản phẩm gốm hoàn thiện để cảm nhận sự khác nhau giữa gốm thô và gốm sau khi đã hoàn thành. Đồng thời tại đây du khách sẽ được tham quan tất cả các sản phẩm gốm với đủ kích cỡ, chủng loại khác nhau, từ những chiếc bình gốm cao to, đắt tiền đến những sản phẩm cầu kì, độc đáo, những chiếc vòng đeo tay, đeo cổ xinh xắn làm quà lưu niệm. Từ đó họ có thể chọn mua cho mình, cho người thân, bạn bè những sản phẩm gốm mà họ ưng ý, có ý nghĩa và hợp với túi tiền của mình, với giá cả phải chăng và hàng hoá đảm bảo chất lượng.

Đặc biệt là có một hoạt động du lịch mới được đưa vào khai thác từ cuối năm 2006 đầu năm 2007 gây được hứng thú cho du khách, đặc biệt là du khách quốc tế. Chỉ mất không quá 1 giờ đồng hồ cùng với 45000 Vnd, bạn đã có thể trở thành vị khách của một tour du lịch “độc nhất vô nhị” tại Việt Nam: cưỡi xe trâu khám phá cuộc sống làng nghề ở làng gốm Bát Tràng.

Ngồi trên chiếc xe trâu đứng đỉnh vòng quanh làng gốm Bát Tràng, ngắm những cửa hàng trưng bày sản phẩm... du khách sẽ được đắm mình trong thế giới thanh bình của một làng quê ngoại thành Hà Nội. Xe trâu du lịch xuất hiện ở Bát Tràng trong mấy năm trở lại đây, với mong muốn tạo ấn tượng mới

lạ mà lại giữ được nét dân dã, thôn quê để thu hút khách tham quan làng gốm, nhất là du khách nước ngoài. Đây là ý tưởng của ông Nguyễn Mạnh Hùng – giám đốc công ty gốm sứ Minh Hải.

Mỗi chiếc xe trâu thường chở từ 10 đến 12 người/lượt. Điểm xuất phát hành trình du lịch được bắt đầu từ Ủy ban nhân dân xã, rồi vòng quanh làng, thăm lò gốm cổ, các cửa hàng trưng bày sản phẩm cùng một số di tích lịch sử...

Khác với các phương tiện du lịch bằng động cơ, đi xe trâu mang những nét riêng bởi từng bước đi chậm rãi, túc tắc, dừng đứng, thơ thẩn chẳng vội vàng như ru hồn lữ khách về với cội nguồn của chốn tĩnh lặng, yên bình.

Ngồi trên xe trâu, buông tầm mắt ngắm những con ngõ nhỏ hút sâu của làng gốm, ngắm những bờ tường gạch rêu phong dãi dầu mưa nắng... lòng người bỗng nhiên thấy hoài cổ, thấy nhớ và yêu da diết làng quê Việt.

Gần đây lượng khách đến với Bát Tràng và có nhu cầu dạo quanh làng gốm bằng xe trâu ngày một đông lên từ tháng 3/2008. Công ty du lịch Minh Hương (thôn Giang Cao) đã cho ra đời thêm hai xe trâu mới, lấy điểm xuất phát là chợ gốm Bát Tràng. Nếu du khách đến làng Bát Tràng thì sẽ đi xe trâu của công ty Minh Hải, còn nếu đến chợ gốm Bát Tràng – thôn Giang Cao thì sẽ đi xe trâu của công ty Minh Hương. Vì là trâu làm du lịch nên khâu tìm kiếm, lựa chọn phải rất kỹ càng, công phu.

Tiêu chuẩn lựa chọn đầu tiên phải là trâu mọng to khỏe, thuần tính, nước da đen bóng, cặp sừng cong dài, hình thức ưa nhìn... Chế độ ăn uống của những chú trâu làm du lịch cũng đặc biệt hơn nhiều so với các chú trâu thông thường: ngoài ăn cỏ, chúng còn được ăn thêm cám, cháo, ngô, mía...

Anh Trung, người lái xe trâu và cũng là người chăm sóc chính cho hai chú trâu của công ty Minh Hương cho biết: “Để huấn luyện cho các chú trâu du lịch thuộc lòng đường đi, nước bước trong làng, người lái xe đã phải dắt trâu đi đi lại lại theo một lộ trình đã định sẵn ròn rã cả tháng trời. Không những thế, vừa đi, người lái xe vừa phải vỗ về, trò chuyện với trâu như người

bạn”. Để trâu biết nghe lời bằng ngôn ngữ của con người, các chủ xe phải rất kiên trì để dạy trâu. Công đoạn này cũng giống như kiểu huấn luyện cho trâu đi cày quen với ngôn ngữ “vắt” là đi vào, “diệt” là đi ra vậy.

Trâu có đặc điểm là mùi rất hôi, khó chịu nên cứ sau một, hai lượt chở khách, người lái xe lại phải tắm rửa, lau khô rồi xúc nước hoa cho trâu thật cẩn thận. Những lúc rảnh rỗi, thưa khách, bốn chú trâu “sứ giả du lịch” ở Bát Tràng lại được tự do lên triền đê đầu làng nhẩn nha gặm cỏ.

Nếu so sánh với một vài loại phương tiện du lịch đặc sắc khác như xe ngựa ở Nha Trang, Đà Lạt; xe xích lô ở Hà Nội, Huế; xe lam ở Đồng bằng sông Cửu Long... thì xe trâu có nhiều điểm thú vị riêng, đặc biệt đối với du khách nước ngoài. Một du khách Nhật Bản cho biết: “Đi xe trâu rất thông dong, cứ như mình đang thả bộ vậy”. Theo một tour du lịch xe trâu, du khách chỉ phải trả tiền trọn gói một lần và thoải mái vào các xưởng gổm, các nhà cổ, nhà trưng bày, chợ... khi khách muốn dừng lại ở đâu, chủ xe sẽ dừng lại chờ ở đó, bao lâu cũng được.

Một phần cũng nhờ có du lịch xe trâu mà đời sống người dân được cải thiện rõ rệt. Ông Nguyễn Hưng – “tài xế xô trâu” làng gổm Bát Tràng cho biết: “Nhờ nó mà mình có công ăn việc làm, một ngày Ban quản lý khu du lịch làng nghề trả công 100.000 đồng cả chi phí chăm sóc”. Lầm lũi, chịu khó, trâu là “thợ cày” truyền thống, là “công nông tự chế”, là tư liệu sản xuất không thể thiếu đối với con người.

Hoạt động du lịch bằng xe trâu đã và đang thu hút được sự chú ý lớn của du khách. 100% khách quốc tế đến đây đều tham gia vào hoạt động này. Những chiếc xe trâu sẽ tạo cảm giác mới lạ, tò mò đối với du khách nước ngoài – những người chỉ quen với những phương tiện tốc độ cao.

3.1.6.3. Những loại hình du lịch chính tại Bát Tràng

Du lịch tham quan làng gổm cổ đơn thuần.

Du lịch tham quan mua sắm tại làng gổm Bát Tràng.

Kết hợp tham quan mua sắm tại làng gổm Bát Tràng với việc tham quan

một số công trình di tích lịch sử ở các vùng phụ cận.

Du lịch tham quan tìm hiểu, nghiên cứu về làng gốm và nghề gốm Bát Tràng.

Bát Tràng được đưa vào khai thác phục vụ cho hoạt động du lịch với các chương trình du lịch có thể là độc lập, có thể là kết hợp với các điểm tham quan phụ cận chủ yếu là các điểm du lịch văn hoá, đã và đang thu hút được ngày càng nhiều khách du lịch đến với Bát Tràng, góp phần không nhỏ vào việc làm thay đổi diện mạo của làng nghề. Trong tương lai hi vọng sẽ có nhiều chương trình du lịch mới hấp dẫn và lôi cuốn du khách đến với làng gốm Bát Tràng hơn nữa.

3.1.6.4. Một số chương trình du lịch được khai thác tại làng gốm Bát Tràng

Chương trình 1: Hà Nội – Làng gốm Bát Tràng – Làng tranh Đông Hồ – Chùa Bút Tháp – Hà Nội (1 ngày)

08h00: xe đón khách tại điểm hẹn đi Bát Tràng

09h00: khách tham quan các xưởng sản xuất, giao lưu với các nghệ nhân gốm của làng, mua sắm tại chợ gốm Bát Tràng.

11h30: nghỉ ngơi và ăn trưa tại làng

13h00: khởi hành đi tham quan làng tranh Đông Hồ, sau đó tham quan chùa Bút Tháp – một trong những ngôi chùa cổ nhất của Việt Nam.

15h30: lên xe trở về Hà Nội, kết thúc chương trình du lịch.

Chương trình 2: Hà Nội - đền Dầm - đền Đại Lộ (Hà Tây cũ) - đền Chủ Đông Tử (Hung Yên) – Hà Nội (1 ngày)

07h30: tàu đón khách tại 42 Chương Dương Độ đưa khách đi tham quan.

08h30: quý khách lên bờ tham quan đền Dầm - đền Đại Lộ.

10h45: quý khách trở lại tàu tiếp tục xuôi dòng sông Hồng.

11h15: tham quan đền Chủ Đông Tử

12h00: trở lại tàu, ngược dòng sông Hồng và ăn trưa trên tàu.

14h20: tham quan làng gốm Bát Tràng và mua sắm đồ lưu niệm.

15h30: lên tàu trở về Hà Nội

Làng gốm Bát Tràng và tiềm năng phát triển du lịch

Chương trình 3: *Đình Chèm – chùa Bồ Đề – Bát Tràng (1 ngày).*

08h00: tàu rời bến đưa quý khách ngược dòng sông Hồng.

10h00: tham quan đình Chèm – nơi thờ Lý Ông Trọng.

11h30: quý khách ăn trưa trên tàu.

12h40: quý khách tham quan chùa Bồ Đề (Gia Lâm)

14h30: tham quan làng gốm Bát Tràng

16h30: quý khách lên tàu trở về Hà Nội

Chương trình 4: *Hà Nội – Bát Tràng – Hà Nội (1 ngày)*

07h45: xe và hướng dẫn viên đón khách tại điểm hẹn đi Bát Tràng.

08h15: tham quan quang cảnh làng gốm bằng xe trâu.

08h45: tham quan đình làng

09h30: tham quan chùa.

10h00: tham quan cơ sở sản xuất và phòng trưng bày sản phẩm.

11h45: nghỉ ngơi và ăn trưa tại nhà hàng Lan Anh.

13h30: tham quan và mua sắm tại chợ gốm.

16h00: lên xe trở về Hà Nội.

16h45: trả khách tại điểm hẹn, kết thúc chương trình.

Chương trình 5: *Làng gốm Đồng Kỵ – làng rắn Lệ Mật – làng gốm Bát Tràng (1 ngày).*

06h30: xe và hướng dẫn viên đón khách khởi hành đi tham quan làng nghề gốm Đồng Kỵ (Bắc Ninh).

07h00: đoàn bắt đầu tham quan làng, nghe các nghệ nhân của làng giới thiệu về sản phẩm và quy trình sản xuất.

09h00: lên xe về làng rắn Lệ Mật.

09h30: tham quan các trang trại nuôi rắn, nghe các nghệ nhân trong làng kể về lịch sử của làng, của nghề và quy trình nuôi rắn.

11h00: đoàn nghỉ ngơi ăn trưa tại Lệ Mật.

11h30: đoàn lên xe đến tham quan làng gốm Bát Tràng.

14h00: tham quan, tìm hiểu làng gốm Bát Tràng, nghe các nghệ nhân giới

Làng gốm Bát Tràng và tiềm năng phát triển du lịch

thiệu về lịch sử hình thành và phát triển của nghề gốm ở Bát Tràng.

15h30: quý khách tự do dạo chơi tham quan quy trình sản xuất gốm của làng, mua đồ lưu niệm.

16h30: lên xe về Hà Nội.

17h30: trả khách tại điểm hẹn, kết thúc chương trình du lịch.

Chương trình 6: Lăng Bác – Hồ Gươm – Văn Miếu – làng gốm Bát Tràng (2 ngày)

Ngày 1:

07h00: xe và hướng dẫn viên đón khách tại điểm hẹn đi thăm lăng Bác.

08h00: bắt đầu vào viếng Lăng Bác, tham quan và nghe giới thiệu về nhà sàn, ao cá Bác Hồ và chùa Một Cột.

10h30: đoàn tiếp tục tham quan Bảo tàng Hồ Chí Minh, nghe hướng dẫn viên giới thiệu về Người và quá trình ra đi tìm đường cứu nước của Người.

11h30: đoàn tự do ăn uống và nghỉ ngơi tại bãi đỗ xe của Lăng Bác.

14h00: lên xe đi thăm hồ Gươm.

14h30: tham quan Tháp Bút, cầu Thê Húc, đền Ngọc Sơn và nghe giới thiệu về sự tích Hồ Gươm.

15h30: đoàn lên xe về khách sạn nghỉ ngơi, ăn tối và ngắm thành phố về đêm.

Ngày 2:

07h00: đón khách tại khách sạn đi tham quan Văn Miếu – Quốc Tử Giám.

08h00: nghe thuyết minh về Văn Miếu Quốc Tử Giám, tự do tham quan các công trình kiến trúc như Khuê Văn Các, nhà bia...

11h30: tự do ăn trưa, nghỉ ngơi tại Văn Miếu.

13h00: xuất phát đi tham quan làng gốm Bát Tràng.

14h00: đoàn tham quan, tìm hiểu về làng gốm Bát Tràng, nghe các nghệ nhân kể về lịch sử và quy trình sản xuất gốm sứ tại Bát Tràng.

15h30: quý khách tự do tìm hiểu các cơ sở sản xuất gốm và mua đồ lưu niệm tại các cửa hàng giới thiệu sản phẩm hoặc tại chợ gốm.

17h00: đoàn lên xe trở về điểm hẹn ban đầu, kết thúc chương trình du lịch.

3.1.7. Làng gốm Bát Tràng cùng các sự kiện thể thao – văn hoá - kinh tế

3.1.7.1. Làng gốm Bát Tràng triển lãm chào Sea Games

Chương trình triển lãm được khai mạc vào ngày 4/12/2003 tại làng gốm Bát Tràng. Đây không chỉ là hành động thiết thực chào đón Sea Games mà còn góp phần quảng bá cho một làng nghề gốm sứ truyền thống. Triển lãm được diễn ra trong vòng một tuần.

Các sản phẩm được trưng bày trong triển lãm bao gồm đồ gốm sứ truyền thống, xuất khẩu, các biểu tượng vui Sea Games như trâu vàng, chim hạc, đặc biệt là biểu tượng trâu vàng trong các tư thế của các môn thể thao.

Ông Nguyễn Văn Hoà - phó ban tổ chức cho biết, chỉ qua hai ngày đã có hàng nghìn khách du lịch đến tham quan. Triển lãm lần này hoàn toàn không mang mục đích thương mại mà chỉ có ý nghĩa chào đón Đại hội thể thao Đông Nam Á và giới thiệu sản phẩm với các đối tác, khách du lịch.

3.1.7.2. Làng gốm Bát Tràng trong những ngày APEC

Tại các tuyến phố và điểm du lịch nổi tiếng của Hà Nội như phố lụa Hàng Gai, làng gốm Bát Tràng, không khí đón chào APEC 2006 diễn ra rất khẩn trương và nô nức. Hai điểm tham quan trên được dự kiến sẽ là nơi dừng chân của phu nhân các nguyên thủ, quan chức và các doanh nhân tham dự hội nghị APEC lần này.

Tại Bát Tràng, trong những ngày tràn ngập không khí APEC, những tập pa-nô, áp phích, khẩu hiệu chào mừng APEC 2006, cùng cờ tổ quốc được trang hoàng rực rỡ trên khắp ngã đường.

Theo chủ các cửa hàng, những ngày này công tác vệ sinh môi trường luôn được chú trọng. Trước đó, trong những ngày hội họp, bà con đã được xã phổ biến những hiểu biết cơ bản về hội nghị APEC, được tập huấn cách giao tiếp và giữ gìn an ninh trật tự. Anh Nguyễn Văn Xuân, chủ shop gốm sứ Hương Xuân phấn khởi nói: “Tôi rất mừng vì hội nghị APEC diễn ra với sự có mặt của nhiều chính khách và các doanh nghiệp nước ngoài. Đây là cơ hội rất lớn để sản phẩm gốm sứ Bát Tràng được họ biết đến, thúc đẩy đầu tư và

mở mang thị trường”.

Trong những ngày diễn ra hội nghị APEC, công an, quân sự và các ban ngành đoàn thể xã đã lên các phương án đảm bảo an ninh trật tự. Theo đó các lực lượng huy động 100% quân số, trực 24/24. Ngoài việc tổ chức các buổi họp bàn xây dựng nếp sống văn minh văn hoá, công tác phòng chống cháy nổ tại các cơ sở sản xuất cũng được xã và nhân dân đặc biệt quan tâm, phòng ngừa... Tất cả các hoạt động trên nhằm đảm bảo cho hội nghị diễn ra tốt đẹp, và đã để lại những dấu ấn khó quên về hình ảnh một làng nghề truyền thống thân thiện, cởi mở trong lòng mỗi du khách ghé chân qua đây.

3.1.7.3. Triển lãm “ Nghề gốm Bát Tràng – cổ truyền và hiện đại” kỉ niệm 1000 năm Thăng Long - Hà Nội.

Triển lãm sẽ diễn ra trong 5 ngày từ 05 – 09/10/2010 tại làng gốm Bát Tràng – xã Bát Tràng – huyện Gia Lâm – Hà Nội với các chủ đề như: “Huyền thoại gốm”, “Hoa của đất”, “Hội nhập” và “Lan toả”.

Hiện tại những công tác để chuẩn bị cho triển lãm vào đúng dịp Đại lễ 1000 năm Thăng Long đang được Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch phối hợp với Ủy ban nhân dân huyện Gia Lâm triển khai thực hiện, đảm bảo đúng nội dung, tiến độ, chất lượng.

Triển lãm hi vọng sẽ là dịp để bạn bè quốc tế và mỗi người dân đất Việt hiểu được sâu sắc hơn về những nét truyền thống và lịch sử đáng tự hào của đất nước.

3.1.8. Đánh giá chung

Có thể thấy rằng Bát Tràng có rất nhiều tiềm năng để phát triển du lịch, nhưng trên thực tế thì những tiềm năng đó chưa được khai thác thật sự có hiệu quả. Địa bàn Hà Nội có đến trên 1000 làng có nghề, các làng nghề có mật độ lớn, nằm dọc các trục đường giao thông và gắn liền với những di tích lịch sử, văn hoá, lễ hội nên rất thuận lợi cho các công ty du lịch lữ hành đầu tư, xây dựng những tour, tuyến du lịch. Tuy nhiên, theo đánh giá, việc phát triển các tour du lịch làng nghề trên địa bàn Thủ đô vẫn còn nhiều khó khăn về cơ sở

hạ tầng, giao thông yếu kém, phong cách phục vụ không chu đáo, thiếu sự chuyên nghiệp. Bên cạnh đó, thuyết trình viên tại các làng nghề vừa thiếu lại vừa yếu. Các bước triển khai các chính sách, dự án đầu tư của Nhà nước và tư nhân cũng còn diễn ra chậm chạp. Đây là tình trạng mà các làng nghề trên địa bàn Hà Nội nói chung và làng gốm Bát Tràng nói riêng đang gặp phải.

Theo ông Phạm Trung Lương – Viện nghiên cứu phát triển du lịch – “Mặc dù phát triển du lịch làng nghề được ưu tiên trong chiến lược phát triển du lịch Việt Nam, nhưng chúng ta vẫn còn ít kinh nghiệm trong phát triển du lịch gắn với bảo tồn các giá trị làng nghề truyền thống, văn hoá cư dân bản địa và xoá đói, giảm nghèo ở vùng nông thôn”. Ông cũng cho rằng nguyên nhân chính của việc khai thác phát triển loại hình du lịch này đạt hiệu quả chưa cao là do các ban, ngành liên quan còn thiếu sự phối hợp cần thiết trong xây dựng, quy hoạch du lịch làng nghề.

Ngoài ra, việc phát triển làng nghề gắn với du lịch cũng chưa được triển khai đồng bộ và có tính chuyên nghiệp, phần lớn hoạt động du lịch mới chỉ diễn ra một cách tự phát. Ông Lê Văn Cảo, chủ nhiệm câu lạc bộ gốm sứ Bát Tràng đã nhận xét: “Hiện công tác du lịch chủ yếu là cắt ngọn, chưa có định hướng cụ thể, chưa có tính chuyên môn cao”.

Bởi vậy một vấn đề nhất thiết cần đặt ra là phải có các biện pháp hữu hiệu giúp khai thác phát triển du lịch tại làng gốm Bát Tràng có hiệu quả, xứng tầm với những tiềm năng mà làng nghề này có được. Sau đây em xin đề xuất một số giải pháp nhằm khai thác tốt hơn những tiềm năng phát triển du lịch của làng gốm Bát Tràng.

3.2. Một số giải pháp nhằm khai thác tốt hơn tiềm năng của làng gốm Bát Tràng để phục vụ phát triển du lịch.

3.2.1. Giải pháp quản lý, quy hoạch phát triển du lịch

Bát Tràng nên thành lập một ban quản lý làng nghề có cơ cấu tổ chức chặt chẽ hơn, gọn nhẹ, bớt công kênh và đặc biệt là tránh được sự chòng chéo nhau trong tổ chức quản lý, tạo điều kiện cho làng nghề cũng như du lịch làng

nghề phát triển.

Hoàn thành việc quy hoạch làng gốm Bát Tràng theo dự án “Quy hoạch chi tiết làng nghề truyền thống Bát Tràng” đã được đề ra dưới sự phê duyệt của Sở quy hoạch kiến trúc, Sở giao thông công chính, Sở kế hoạch đầu tư thành phố Hà Nội. Dự án bao gồm: quy hoạch xây dựng làng nghề và khu dân cư tách xa nhau (với diện tích khu sản xuất mới là 16,4 ha) vừa đảm bảo được môi trường, sức khỏe cho người dân, cho khách du lịch, vừa phục vụ tốt cho việc sản xuất cũng như việc áp dụng các công nghệ tiên tiến vào quá trình sản xuất; quy hoạch các công trình kiến trúc có giá trị khu làng cổ (xóm 1 và xóm 2) như nhà cổ, lò gốm cổ, đình, chùa, đền để lưu giữ, bảo tồn những giá trị truyền thống phục vụ cho phát triển kinh tế, xã hội cũng như cho du lịch của làng gốm.

3.2.2. Giải pháp xây dựng cơ sở hạ tầng

3.2.2.1. Xây dựng cơ sở hạ tầng xã hội

Sửa chữa, nâng cấp mở rộng tuyến đường bộ dài khoảng 10 km từ chân cầu Chương Dương đến làng gốm Bát Tràng. Cùng với đó là xây dựng hệ thống đèn cao áp chiếu sáng trên đoạn đường này.

Cần có các kế hoạch và dự án cụ thể xây dựng bờ kè sông Hồng phía Tây làng để ngăn xói lở vì dòng sông Hồng đã gây ra sự xói mòn, sạt lở rất nghiêm trọng cho làng gốm Bát Tràng khiến cho diện tích của làng đã hẹp nay lại càng bị thu hẹp hơn.

Đường đi trong làng cổ vẫn rất chật hẹp và ngoắt ngoéo và đó là nét đặc trưng của làng. Nhưng để khách du lịch có thể tiện đi lại thì cần có biển chỉ dẫn bởi lối đi trong làng nếu không phải người làng thì rất khó tham quan được mọi nơi trong làng.

Đường làng ngõ xóm đã được bê tông hoá nhưng chưa có một hệ thống cống rãnh phù hợp nên đường xá vẫn thường xuyên bị ngập úng, nước thải bị ứ đọng. Vì vậy cần phải tiến hành nâng cấp hệ thống cống rãnh thoát nước để giải quyết tình trạng úng ngập, nhất là vào mùa mưa.

Làng Bát Tràng đi theo đường bộ thì phải đi qua một làng khác là làng Giang Cao cũng có rất nhiều cửa hàng gốm sứ mỹ nghệ và lò sản xuất. Nên để du khách có thể tới được làng Bát Tràng truyền thống cần có thêm những biển chỉ đường trên dọc đường đê và cần thiết nhất là con đường qua làng Giang Cao để có thể tới thẳng được cổng làng.

Xây dựng hệ thống xử lý rác thải trong quá trình sản xuất gốm làm giảm mức độ ô nhiễm môi trường tại làng. Sử dụng các thiết bị chụp hút khí thải và bụi như: thiết bị lọc tĩnh, lọc túi, tùy theo mức độ công suất của làng nghề mà sử dụng công suất hợp lý đảm bảo lượng khí thải không vượt quá tiêu chuẩn cho phép; xây dựng ống khói hợp lý đảm bảo khí phát tán đều ra môi trường.

Tiến hành cải tiến kỹ thuật trong sản xuất gốm, đặc biệt là quá trình nung gốm chuyển từ nung bằng lò than sang nung bằng gas để giảm thiểu đến mức thấp nhất những tác động xấu đến môi trường, từ đó sẽ thu hút khách du lịch đến với Bát Tràng nhiều hơn. Và tới đây, làng gốm Bát Tràng sẽ liên kết với trường Đại học Bách khoa thành phố Hồ Chí Minh áp dụng phương pháp mới “dùng dầu hoả” để nung gốm thay cho gas và than vừa đảm bảo môi trường, giá thành lại hợp lý nên dễ dàng áp dụng đối với thực tế làng gốm Bát Tràng.

Cần xây dựng một bãi đỗ xe với quy mô lớn hơn và có tổ chức, quản lý quy củ, hợp lý hơn.

Xây dựng và nâng cấp hệ thống thông tin liên lạc tại làng như xây dựng các điểm truy cập internet công cộng, các cột điện thoại công cộng, các phương tiện thông tin đại chúng như: đài phát thanh của thôn, phát hành theo định kì các ấn phẩm giới thiệu về làng gốm Bát Tràng...

Xây dựng và mở rộng các cơ sở y tế xã nói chung, và nên mở thêm một vài trung tâm y tế tại làng gốm Bát Tràng để có thể đáp ứng được nhu cầu của khách du lịch trong những trường hợp cần thiết.

Đây không chỉ là những cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ cho phát triển ngành du lịch nói riêng mà nó còn phục vụ cho chính nhu cầu phát triển kinh tế, xã hội nói chung của làng gốm Bát Tràng và xã Bát Tràng.

3.2.2.2. Xây dựng cơ sở hạ tầng phục vụ cho phát triển du lịch

Tiến hành xây dựng, mở rộng, nâng cấp các cơ sở nhà hàng phục vụ nhu cầu ăn uống của du khách, đảm bảo được số lượng cũng như chất lượng phục vụ.

Hiện nay, tại Bát Tràng chưa có hệ thống nhà nghỉ hay khách sạn để phục vụ nhu cầu lưu trú của du khách. Đây là một hạn chế lớn mà làng gốm Bát Tràng cần khắc phục ngay để có thể thu hút được khách du lịch đến với làng nghề. Cần xây dựng những nhà nghỉ đạt tiêu chuẩn để phục vụ nhu cầu lưu trú của du khách.

Ở đây cũng cần phải xây dựng thêm một số điểm vui chơi giải trí để phục vụ nhu cầu vui chơi giải trí của du khách.

Cần có các chính sách trùng tu, bảo vệ các công trình di tích của làng có ý nghĩa lịch sử, văn hoá, xã hội như: đình, chùa, đền, văn chỉ làng một cách cụ thể để vừa giữ được các công trình di tích, vừa không làm mất đi các giá trị văn hoá truyền thống. Bên cạnh đó, cũng cần có các biện pháp tu sửa, bảo vệ các di tích lịch sử có ý nghĩa khác trong làng như di tích Bác Hồ về thăm làng năm 1958 hay di tích nơi in tờ báo “Độc lập” đầu tiên, và cũng là nơi mà cố nhạc sĩ Văn Cao đã sáng tác bài Quốc ca bất hủ của nước ta hiện nay. Đây là những di tích vô cùng có ý nghĩa không chỉ với làng gốm Bát Tràng mà còn có ý nghĩa với cả đất nước ta. Đó là các tài nguyên du lịch nhân văn vô cùng có ý nghĩa cần được trùng tu, tôn tạo để đưa vào khai thác, phát triển du lịch tại làng gốm Bát Tràng.

Cần phải khôi phục lại Bảo tàng gốm của làng, mở rộng phát triển Bảo tàng gốm tư nhân để khách du lịch đến đây có thể tham quan, ngắm nhìn các sản phẩm gốm Bát Tràng qua các thời kì lịch sử khác nhau và để họ có cái nhìn toàn diện hơn, sâu sắc hơn về sản phẩm gốm Bát Tràng, cũng như lịch sử phát triển của làng gốm.

3.2.3. Giải pháp trong giới thiệu sản phẩm và hình ảnh làng gốm Bát Tràng

Nâng cấp trang web giới thiệu về làng gốm Bát Tràng với đầy đủ những thông tin cần thiết, tạo ra cơ hội quảng bá thương hiệu và sản phẩm, để kích cầu loại hình du lịch làng nghề phát triển. Đồng thời đây cũng là những địa chỉ tin cậy để du khách có thể tự tìm kiếm, nghiên cứu kỹ lưỡng những thông tin cần thiết trước khi lựa chọn các chương trình du lịch đến với làng gốm Bát Tràng.

Phát hành những tờ rơi, tập gấp với những hình ảnh minh họa sinh động về làng gốm Bát Tràng để phát cho du khách khi tới tham quan làng nghề, để họ có được những thông tin, chỉ dẫn khái quát nhất về làng.

Hiện nay sản phẩm của Bát Tràng đã rất đẹp và phong phú, tuy nhiên những sản phẩm dành cho du lịch chưa nhiều. Sản phẩm của Bát Tràng vẫn đơn thuần chỉ là đồ gia dụng như: cốc, chén, bình, vò... du khách cũng rất thích và mua rất nhiều. Tuy nhiên để là một vật lưu niệm, có lẽ điều mà khách du lịch mong muốn chỉ là một món đồ nho nhỏ, xinh xinh tiện mang đi để về làm quà hoặc trưng bày để nhớ dấu ấn về những nơi họ đã đi qua. Ví dụ như các đồ vật nhỏ, có hình ảnh như đĩa, bình rượu...

Một thực tế là các hoa văn, hình ảnh phỏng theo các điển tích cổ sẽ rất khó bán cho khách du lịch vì họ không am hiểu về những điển tích đó, mà chỉ đơn thuần là muốn có một kỉ niệm về nơi mà họ đã đến thăm. Do đó, bên cạnh việc vẫn duy trì một số sản phẩm truyền thống đặc trưng, Bát Tràng cũng cần phải có những sản phẩm mang hình ảnh gắn liền với điểm du lịch và chỉ nên phân phối các sản phẩm này tại các điểm du lịch đó. Đối với khách du lịch trong nước, các hình ảnh này có thể là hình ảnh về Hà Nội, về làng gốm Bát Tràng, còn đối với khách quốc tế, có thể sản xuất các sản phẩm có hình ảnh chung về Việt Nam., để thông qua các sản phẩm này quảng bá, giới thiệu tới du khách về làng gốm Bát Tràng cũng như về đất nước, con người Việt Nam, lưu lại ấn tượng sâu sắc trong lòng du khách khi họ đặt chân tới làng gốm Bát Tràng. Đây là một hình thức quảng bá miễn phí nhưng đem lại hiệu

quả vô cùng to lớn cho làng gốm Bát Tràng.

Nếu như du khách có ghé vào thăm một lò gốm nào đó trong làng thì có thể hỏi những người thợ dễ dàng về những gì độc đáo và thú vị của sản phẩm. Nhưng tại các gian hàng, sản phẩm rất đa dạng và phong phú mà không hề thấy có một chỉ dẫn, giới thiệu gì đối với từng sản phẩm, nên nếu du khách chỉ muốn tự mình xem và tìm hiểu thì sẽ rất khó, buộc phải hỏi thăm người bán hàng. Nên để du khách hiểu biết được về gốm Bát Tràng và tự do tham quan thì các ngăn trưng bày cần có những thông tin sơ bộ về hàng hoá như: loại men, màu sắc, nơi sản xuất,... đặt cạnh mỗi sản phẩm hay chung cho cả một dãy hàng.

Xây dựng các chương trình quảng cáo, giới thiệu về điểm du lịch làng nghề Bát Tràng thông qua các phương tiện thông tin đại chúng: trên báo chí như Tạp chí du lịch, báo du lịch, các tờ báo khác có mục du lịch được nhiều du khách quan tâm chú ý...; trên đài phát thanh với chương trình địa phương, tự giới thiệu...; trên đài truyền hình với các chương trình du lịch qua màn ảnh nhỏ, các chương trình giới thiệu về văn hoá làng nghề..., trên internet tại các trang web của các công ty du lịch, của tổng cục du lịch, sở du lịch, các trang báo điện tử khác...

Bên cạnh đó cũng cần phối hợp với các công ty du lịch, các hãng lữ hành xây dựng các chương trình du lịch đến với Bát Tràng mang đậm màu sắc văn hoá làng nghề. Đây là một hình thức quảng cáo trực tiếp đến với khách hàng mang lại hiệu quả rất lớn.

Tham gia hội chợ triển lãm hàng thủ công truyền thống được tổ chức hàng năm, tham gia các Festival làng nghề. Gốm Bát Tràng được bình chọn là sản phẩm thủ công truyền thống tiêu biểu tại Festival các làng nghề thủ công truyền thống tổ chức tại Huế. Và làng gốm Bát Tràng được hiệp hội làng nghề Việt Nam bầu chọn là làng nghề truyền thống tiêu biểu. Đây chính là một phương thức quảng bá thương hiệu gốm Bát Tràng nói riêng và làng gốm Bát Tràng nói chung tới du khách trong và ngoài nước.

3.2.4. Giải pháp cho nguồn nhân lực và đào tạo nghệ nhân kế tục

3.2.4.1. Đào tạo nghệ nhân kế tục

Đào tạo một đội ngũ thợ thủ công lành nghề, trẻ, năng động, sáng tạo, tâm huyết với nghề. Hầu hết các làng nghề của Việt Nam nói chung và tại làng gốm Bát Tràng nói riêng, đội ngũ thợ lành nghề được đào tạo theo phương pháp “cầm tay chỉ việc”, “vừa làm vừa học”. Cứ như thế các thế hệ thợ thủ công lành nghề kế tiếp, đan xen nhau, đời sau nối tiếp đời trước. Để làm được điều này, việc trước mắt là phải giáo dục lòng yêu nghề cho thế hệ trẻ trong làng, để họ thấy được những giá trị văn hoá truyền thống quý báu của mỗi sản phẩm để từ đó họ thấy yêu làng, yêu nghề truyền thống của quê hương hơn, và sẽ có những việc làm thiết thực để giữ gìn, phát huy nghề. Chỉ có như vậy họ mới lĩnh hội được hết những tinh hoa của nghề gốm, mới có những sáng tạo riêng của bản thân mình và mới có đủ nhiệt huyết để biến “nghề gốm trở thành cái nghiệp của mình”.

Làng gốm cần khuyến khích sự hợp tác giữa các nghệ nhân, các trường dạy nghề trong khâu truyền nghề cho lớp trẻ. Bên cạnh việc truyền nghề cho con cháu trong dòng họ, trong làng là chính, cũng nên khuyến khích dạy nghề cho con em vùng khác – những người yêu thích, đam mê với nghề gốm truyền thống. Đây sẽ là một giải pháp trước mắt giải quyết nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn cho làng gốm Bát Tràng trong quá trình phát triển nghề của mình.

Nhà nước nên mở trường chuyên đào tạo các thợ thủ công truyền thống với đủ các ngành nghề, trong đó có nghề gốm như trường dưới thời Pháp thuộc, gọi là trường “Mỹ nghệ” hay trường Bôda.

3.2.4.2. Giải pháp nguồn nhân lực cho phát triển hoạt động du lịch tại làng

Nguồn nhân lực trong quản lý du lịch: cần phải có những chính sách cụ thể để thu hút nguồn nhân lực có trình độ quản lý du lịch được đào tạo chính quy có bài bản, đặc biệt là những con em trong làng về làng công tác. Hoặc có thể phối kết hợp với những trường đào tạo về quản lý du lịch để gửi các cán

bộ quản lý của mình theo học. Hoặc có thể phối hợp với các trường này trong việc mời các giảng viên, các chuyên gia trong lĩnh vực quản lý du lịch về giảng dạy tại làng cho những khoá học, những lớp tập huấn ngắn hạn để nâng cao trình độ quản lý cho cán bộ tại địa phương.

Đối với đội ngũ hướng dẫn viên tại điểm du lịch làng gốm Bát Tràng, cần có các chính sách thu hút và đãi ngộ đặc biệt, nhất là với con em trong làng – những người một thời đã gắn bó với làng gốm. Từ đó họ sẽ có những am hiểu sâu sắc hơn về sản phẩm gốm cũng như về làng, cộng với trình độ chuyên môn được đào tạo, lòng yêu nghề, yêu làng, họ sẽ là những người truyền đạt tối đa và có hiệu quả nhất những giá trị vật chất cũng như văn hoá tinh thần đến du khách.

Làng cũng có thể tạo điều kiện cho những con em trong làng học ngành khác nhưng có nhu cầu, mong muốn được trở thành hướng dẫn viên du lịch tại điểm của làng bằng cách tạo điều kiện cho họ tham gia các khoá học đào tạo hướng dẫn viên kéo dài từ 2 đến 6 tháng do một số trường đủ tiêu chuẩn mở để thi lấy thẻ hướng dẫn viên.

3.2.5. Các chính sách khuyến khích phát triển du lịch làng gốm Bát Tràng (bao gồm các chính sách về vốn, đầu tư, công nghệ và thuế)

3.2.5.1. Chính sách của Đảng và Nhà nước trong việc phát triển du lịch làng nghề truyền thống nói chung và du lịch làng gốm Bát Tràng nói riêng:

Đảng và Nhà nước cần có những chính sách khuyến khích phát triển làng nghề thủ công truyền thống nói chung và phát triển loại hình du lịch làng nghề nói riêng.

Chính sách cho vay vốn dài hạn đối với các cơ sở sản xuất kinh doanh gốm truyền thống, tạo một hành lang pháp lý thông thoáng cho việc phát triển mở rộng làng nghề. Khuyến khích và tạo điều kiện cho các cơ sở sản xuất áp dụng các công nghệ tiên tiến vào quá trình sản xuất.

Cần có những chính sách thuế cụ thể và những ưu đãi đối với việc sản xuất kinh doanh tại các làng nghề, đặc biệt là các làng nghề đã và đang được

đưa vào khai thác phục vụ hoạt động du lịch.

Các chính sách trong quản lý phát triển du lịch làng nghề của Nhà nước phải đồng bộ. Bên cạnh việc khôi phục làng nghề thủ công truyền thống nên đồng thời đưa các làng nghề này vào khai thác phát triển du lịch nhưng song song với nó là việc giữ gìn các giá trị văn hoá truyền thống vốn có của làng nghề.

3.2.5.2. Các chính sách của Thành phố và Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch Hà Nội trong việc phát triển du lịch làng gốm Bát Tràng:

Thành phố Hà Nội, mà chủ yếu là Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch Hà Nội cần phải quan tâm hơn nữa đến việc khôi phục, phát triển các làng nghề trên địa bàn thành phố để đưa vào phát triển du lịch, đặc biệt là làng gốm Bát Tràng.

Thành phố cần có những biện pháp cụ thể hơn trong việc tạo điều kiện cho làng gốm Bát Tràng phát triển, như các dự án đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng chung, cũng như cơ sở hạ tầng để phục vụ cho du lịch tại làng.

Bên cạnh đó, thành phố cũng cần có những chính sách khuyến khích, kêu gọi đầu tư từ bên ngoài để phát triển làng gốm Bát Tràng cũng như du lịch tại làng nghề như các dự án đầu tư về cơ sở hạ tầng, dự án về chuyển giao công nghệ.

Có những chính sách phát huy nguồn nội lực trong dân cư làng gốm Bát Tràng như các vấn đề về vốn, chất xám, kỹ thuật sản xuất truyền thống... khuyến khích họ tham gia phát triển du lịch làng nghề. Thành phố cần thực hiện chính sách Nhà nước và nhân dân cùng làm để thúc đẩy làng gốm Bát Tràng phát triển.

Mặt khác, thành phố nên hỗ trợ vốn một phần cho các hộ sản xuất kinh doanh trong việc chuyển đổi công nghệ từ lò nung bằng than sang lò nung bằng gas vì quá trình chuyển đổi công nghệ này rất tốn kém, mỗi lò nung bằng gas phải đầu tư khoảng 400 triệu đồng. Rất nhiều hộ sản xuất gốm lâu đời, tâm huyết với nghề nhưng không có đủ vốn để áp dụng công nghệ vào

sản xuất, để có thể phát huy hết khả năng sáng tạo, sự tài hoa của người thợ thủ công trên sản phẩm.

Đặc biệt, thành phố cần có những chủ trương, chính sách cụ thể hơn nữa trong việc đào tạo nguồn nhân lực (cả vấn đề đào tạo nghệ nhân kế tục và nguồn nhân lực cho phát triển du lịch) cho làng gốm, tạo điều kiện để người dân có thể phát huy lòng yêu nghề và tính sáng tạo trong sản xuất.

3.2.5.3. Các chính sách khuyến khích của địa phương

Để việc sản xuất gốm nói chung và du lịch tại làng gốm Bát Tràng nói riêng phát triển tương xứng với tiềm năng thì chính quyền địa phương phải thực sự vào cuộc bằng các chủ trương, chính sách, kế hoạch cụ thể.

Chính quyền xã Bát Tràng cần phải vạch ra được những kế hoạch phát triển cụ thể, chi tiết cho cả xã nói chung và cho làng gốm Bát Tràng nói riêng trong từng giai đoạn nhất định để có thể chủ động thích ứng với những thay đổi của thị trường cũng như nhu cầu của khách hàng.

Chính quyền xã cần có những biện pháp phát triển kinh tế chung cho cả xã sao cho phù hợp, tránh tình trạng phân hoá sâu sắc trong tổ chức sản xuất kinh doanh, cũng như trong cơ cấu lao động giữa hai làng Bát Tràng và Giang Cao như hiện nay.

Chính quyền nên có những biện pháp khuyến khích phát triển sản xuất gốm và hoạt động du lịch tại làng như tuyên dương, khen thưởng các hộ sản xuất kinh doanh giỏi; các cá nhân có những thành tựu, sáng kiến, những sản phẩm gốm độc đáo có ảnh hưởng lớn tới làng gốm; những tổ chức, cá nhân có những ý kiến đóng góp, việc làm thiết thực cho sự phát triển hoạt động du lịch của làng nói riêng, hoạt động kinh tế của làng nói chung.

Chính quyền xã cần phải có những biện pháp khuyến khích để thu hút nguồn nhân lực có kỹ thuật, chuyên môn nghiệp vụ và lòng yêu nghề về xã làm việc, đặc biệt là đội ngũ lao động có chuyên môn nghiệp vụ về du lịch.

3.2.6. Giải pháp bảo vệ môi trường du lịch

Một vấn đề lớn đặt ra cho các điểm du lịch dù lớn hay nhỏ, đó là vấn đề rác thải và ô nhiễm môi trường do các cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch thải ra. Và làng gốm Bát Tràng cũng không phải là một ngoại lệ. Để giải quyết vấn đề này, Bát Tràng cần phải:

Xây dựng hệ thống xử lý rác thải mà trước tiên là khâu thu gom rác thải với các thùng rác công cộng, tiếp đến là khâu phân loại rác và cuối cùng là khâu xử lý rác thải. Với các rác thải dễ phân huỷ thì có thể tiến hành bằng các phương pháp thủ công như đốt hoặc chôn, còn với rác thải công nghiệp như túi nilông, vỏ chai nhựa thì nên xử lý đưa vào tái sử dụng.

Ngoài ra cũng cần xây thêm một số nhà vệ sinh công cộng, đảm bảo phục vụ nhu cầu của khách, đặc biệt là khu chợ gốm và tại các công trình di tích khác của làng như đình, văn chỉ,...

Chính quyền địa phương cần phải đưa ra một số quy định bắt buộc đối với các cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch, các hàng quán phục vụ khách du lịch về việc giữ gìn vệ sinh môi trường nơi mình kinh doanh, buôn bán. Và phải có những hình thức xử lý nghiêm đối với các cơ sở, cá nhân vi phạm, có hành vi chống đối. Có như vậy mới nâng cao ý thức tự giác của họ trong vấn đề bảo vệ môi trường tại làng.

Bên cạnh đó cũng cần phải tuyên truyền giáo dục nâng cao nhận thức và ý thức tự giác của người dân địa phương cũng như khách du lịch trong việc giữ gìn vệ sinh, bảo vệ cảnh quan môi trường làng gốm.

3.2.7. Giải pháp giữ gìn những giá trị văn hoá truyền thống của làng nghề

3.2.7.1. Giữ gìn những nét đẹp trong văn hoá sinh hoạt hàng ngày

Cần phải giữ gìn những nét đẹp trong văn hoá ứng xử của người Hà Thành từ lời ăn tiếng nói, cách ăn mặc, đi đứng, cách đối nhân xử thế với mọi người xung quanh.

3.2.7.2. Giữ gìn các giá trị tâm linh, tinh thần

Giữ gìn những phong tục tập quán tốt đẹp của làng gốm Bát Tràng như

tình cảm yêu nghề thể hiện qua việc không ngừng nâng cao chất lượng mẫu mã của các sản phẩm gốm, không chỉ phát triển các sản phẩm truyền thống mà còn sáng tạo ra những sản phẩm mới đáp ứng được những yêu cầu phong phú của người tiêu dùng.

Giữ gìn những lễ hội truyền thống của làng gốm Bát Tràng như lễ hội làng từ 14 đến 16 tháng 2 âm lịch và lễ hội đèn Mầu từ 22 đến 24 tháng 9 Âm lịch hàng năm với những nghi lễ thuộc về tôn giáo, tín ngưỡng truyền thống cùng với các trò chơi dân gian đậm đà bản sắc dân tộc. Đáng chú ý nhất là nên khôi phục lại cuộc thi làm gốm giữa các thợ gốm trong làng diễn ra vào dịp lễ hội như xưa. Vì đây không chỉ là cuộc thi vui hay thi giành phần thưởng mà ý nghĩa sâu xa của nó là nhằm nâng cao tay nghề cho người thợ, giữ gìn và phát huy những tinh hoa của sản phẩm gốm truyền thống, nâng cao lòng yêu nghề cho mọi người.

Cần khôi phục lại lễ hội tại Văn Chỉ làng nhằm tuyên dương khuyến khích tinh thần học hành khoa cử của làng như dưới các triều đại phong kiến trước kia làng vẫn tổ chức.

Đặc biệt là cần giữ gìn truyền thống học hành, khoa cử của làng. Đây không chỉ là một làng nghề có truyền thống lâu đời mà đây còn là một làng khoa cử có truyền thống học hành được xếp vào hàng thứ 7 của đất Thăng Long. Thời Nho học, làng có 364 vị đỗ đạt, trong đó có 1 Trạng nguyên Giáp Hải (dưới thời Mạc), 8 vị Tiến sĩ và 9 vị được phong là quận công, có 1 vị là quận công lương quốc. Hiện nay, Bát Tràng có rất nhiều người là cử nhân, kĩ sư và hơn 50 người có học hàm, học vị Giáo sư, Tiến sĩ đang công tác trên mọi miền Tổ quốc. Đây là một nét đẹp, một truyền thống văn hoá vô cùng quý giá mà người dân Bát Tràng hôm nay và mai sau nên giữ gìn, phát huy.

3.2.7.3. Giữ gìn những giá trị văn hoá trong các sản phẩm truyền thống

Tiến hành giữ gìn, bảo tồn những sản phẩm gốm có chất lượng cao, có giá trị, ý nghĩa lịch sử văn hoá không chỉ với sự phát triển của làng gốm Bát Tràng mà nó còn có ý nghĩa đối với sự phát triển của cả dân tộc.

Sản xuất các sản phẩm không chỉ mang ý nghĩa hàng hoá đơn thuần mà còn là một sản phẩm du lịch, chứa đựng các giá trị văn hoá truyền thống của làng nghề, của cộng đồng dân cư đậm đà bản sắc dân tộc.

Bằng các kĩ thuật, công nghệ hiện đại và tài năng của nghệ nhân cố gắng khôi phục lại những kĩ thuật sản xuất gốm truyền thống đã bị thất truyền, những dòng sản phẩm, những loại men cổ truyền của Bát Tràng.

Bên cạnh việc phát triển các lò nung với công nghệ hiện đại, Bát Tràng cũng cần phải giữ lại một số lò gốm cổ và quy trình làm gốm theo phương pháp cổ truyền vừa có tác dụng bảo tồn, lưu giữ những giá trị văn hoá truyền thống, vừa là nơi tham quan thú vị cho khách du lịch.

3.2.8. Giải pháp giữ gìn trật tự trị an

Phát triển hoạt động du lịch có quy mô, tổ chức cụ thể, từng ban ngành có trách nhiệm quản lý rõ ràng.

Tuyên truyền, giáo dục, nâng cao tinh thần cảnh giác của người dân trong việc phòng chống tội phạm và các tệ nạn xã hội. Đặc biệt là đối với thế hệ trẻ của làng – những thanh thiếu niên, thông qua các phong trào, các lễ phát động về phòng chống tội phạm và các tệ nạn xã hội trong các dịp hè.

Tăng cường lực lượng, nâng cao chất lượng của đội ngũ an ninh thôn xóm, thành lập các đội tự quản của từng xóm.

Chính quyền địa phương và người dân cùng phối hợp thực hiện trong việc phòng chống, bài trừ các tệ nạn xã hội.

Tiểu kết chương 3

Trên đây là thực trạng khai thác tiềm năng du lịch tại làng gốm Bát Tràng và một số giải pháp nhằm khai thác tốt hơn những tiềm năng đó. Tuy nhiên để có thể phát huy tối đa những nguồn lực mà làng nghề truyền thống này có được, cần phải có sự phối hợp toàn diện của các cấp, ngành có liên quan và người dân nơi đây. Em chỉ xin đưa ra một số giải pháp chủ quan của cá nhân, hi vọng sẽ góp phần đem lại một hình ảnh mới cho làng nghề và khai thác có hiệu quả hơn những tiềm năng to lớn mà làng nghề này có được, đặc biệt là loại hình du lịch làng nghề tại đây vẫn chưa được khai thác triệt để. Nguồn lực con người luôn đóng vai trò quan trọng trong mọi hoạt động kinh tế. Do vậy, để du lịch làng nghề tại Bát Tràng không còn là tiềm năng, cần phát huy tối đa yếu tố con người. Họ sẽ là những người gìn giữ và phát huy những giá trị truyền thống quý báu của làng nghề, khắc phục những mặt còn hạn chế và quảng bá một cách đầy đủ, toàn diện nhất về hình ảnh một làng nghề có lịch sử lâu đời nhất Việt Nam, để nơi đây thực sự là điểm sáng của làng nghề gốm sứ, làng nghề du lịch trong cả nước.

*

*

*

KẾT LUẬN

Làng gốm cổ truyền Bát Tràng vốn đã nổi tiếng trong và ngoài nước về những sản phẩm gốm sứ. Tuy nhiên, ngoài những sản phẩm đó, ngôi làng cổ này còn tiềm ẩn một tiềm năng to lớn nhưng hiện vẫn chưa được khai thác hết, đó là tiềm năng về du lịch với loại hình du lịch làng nghề đặc trưng. Do vậy, sau khi nghiên cứu đề tài này, chúng ta có thể rút ra một số kết luận sau:

Làng gốm Bát Tràng có lịch sử phát triển rất lâu đời. Chính điều này đã tạo ra một kho tàng văn hoá to lớn và rất đáng được quan tâm, nghiên cứu. Đây cũng chính là điều hấp dẫn khách du lịch đến tìm hiểu và tham quan.

Hiện nay, việc sản xuất ở làng nghề Bát Tràng không những không bị mai một mà đang ngày càng phát triển, sản phẩm gốm sứ của làng hiện rất đa dạng, có thể đáp ứng nhiều nhu cầu khác nhau. Việc sản xuất của làng nghề hiện là sự kết hợp giữa nét truyền thống và hiện đại, vừa có tính kế thừa, vừa có sự tiếp thu những phương pháp mới có hiệu quả kinh tế. Đặc biệt, sản phẩm của làng hiện còn có thể đáp ứng được tính thời vụ đối với các ngày lễ trong năm và rất thích hợp cho nhu cầu về hàng lưu niệm trung bày. Do đó, có thể nói nền sản xuất tại Bát Tràng tự nó đã mang những yếu tố kích thích sự phát triển của du lịch. Tuy nhiên việc sản xuất và tiêu thụ sản phẩm ở Bát Tràng vẫn còn nhiều bất cập và việc giới thiệu tại chỗ nền sản xuất của làng đến khách tham quan hiện đang gặp khó khăn do nhiều điều kiện khách quan.

Tiềm năng phát triển du lịch ở Bát Tràng rất lớn xuất phát từ chính nội tại của nền sản xuất ở Bát Tràng, cảnh quan rất đặc trưng đối với một làng nghề cổ phát triển trong quá khứ còn lưu giữ được và vị trí địa lý thuận lợi để tổ chức các tour du lịch theo cả đường bộ và đường sông (không chỉ là những tour riêng biệt mà có thể kết hợp theo các tour du lịch dọc theo sông Hồng).

Thế nhưng, hiện nay du lịch vẫn chưa thực sự đem lại lợi ích kinh tế và thúc đẩy sự phát triển chung cho làng gốm Bát Tràng như những tiềm năng

vốn có của nó. Trong nội dung đề tài nghiên cứu này, em đã mạnh dạn đề xuất một số giải pháp để góp phần khai thác tốt hơn nữa những tiềm năng du lịch của làng nghề Bát Tràng và qua đó thúc đẩy sự phát triển du lịch ở Bát Tràng.

Tuy nhiên, làm sao để Bát Tràng giữ được nét riêng trong những sản phẩm gốm của mình trước vòng cuốn của nền kinh tế thị trường và nhu cầu xuất khẩu gốm, theo mẫu mã của các nước cũng là một vấn đề lớn cần quan tâm. Nếu như làng gốm không còn giữ được những nét độc đáo, đặc trưng của riêng mình và cùng với cuộc sống phát triển, gốm Bát Tràng sẽ thay đổi cùng với dòng chảy của thời gian, thì liệu rằng khách du lịch còn có thể đến đây để chiêm ngưỡng những giá trị vang danh của một thời? Điều này luôn là câu hỏi lớn, mà chính chúng ta, những thế hệ trẻ tiếp nối phải giải đáp. Vâng, và để trả lời được câu hỏi đó, thì trước tiên các thế hệ nghệ nhân kế tục phải có ý thức giữ gìn, duy trì những sản phẩm truyền thống và cũng cần có sự tiếp thu chọn lọc bên cạnh việc sáng tạo những mẫu mã mới, sản xuất và bán hàng một cách chuyên nghiệp hơn. Có như vậy, những đồ gốm mới sẽ lại tiếp nối, nói với các thế hệ con cháu mai sau về những gì đã và đang diễn ra của ngày hôm nay. Hi vọng trong một tương lai không xa, sản phẩm gốm Bát Tràng và du lịch đến làng gốm Bát Tràng sẽ được bạn bè Năm châu biết đến và trở thành một điểm đến không thể bỏ qua cho những ai yêu mến nền văn hoá cổ truyền của Việt Nam.

Du lịch làng nghề truyền thống đang và sẽ là một loại hình du lịch mang lại lợi ích cao cho nền kinh tế đất nước. Xin mượn lời của Tiến sĩ Phạm Trung Lương để khẳng định thêm cho tiềm năng du lịch của làng nghề truyền thống: *“Làng nghề truyền thống được xem như một dạng tài nguyên du lịch nhân văn có ý nghĩa đặc biệt quan trọng. Bởi các sản phẩm du lịch làng nghề luôn bao hàm trong nó cả những giá trị vật thể và phi vật thể. Việt Nam là nước có nhiều tiềm năng để khai thác phát triển du lịch làng nghề, nếu được đầu tư đúng mức, khai thác hợp lý, đây sẽ là phương tiện giao lưu, quảng bá đất*

Làng gốm Bát Tràng và tiềm năng phát triển du lịch

nước, con người mạnh mẽ và sâu rộng nhất. Khi văn hoá được giao thoa một cách tích cực thì giới hạn về không gian, địa lý sẽ không còn ý nghĩa, lợi ích kinh tế, văn hoá và vị thế của địa phương, quốc gia sẽ tăng lên gấp bội”.

Trên đây là toàn bộ những hiểu biết của em về làng gốm cổ truyền Bát Tràng và tiềm năng của làng nghề trong phát triển du lịch. Những hiểu biết đó còn rất sơ khai và không thể tránh khỏi sự thiếu sót do khả năng của bản thân còn có hạn. Em rất mong có được sự góp ý và chỉ bảo của các thầy cô cùng các bạn sinh viên để em có thể dần hoàn thiện kiến thức của mình.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Luật du lịch Việt Nam
2. Phan Huy Lê – Nguyễn Đình Chiến – Nguyễn Quang Ngọc. *Gốm Bát Tràng thế kỉ XIV – XIX*. NXB Thế Giới, năm 1995.
3. TS. Dương Bá Phượng. *Bảo tồn và phát triển các làng nghề trong quá trình công nghiệp hoá*. NXB Khoa học xã hội, Hà Nội, năm 2001.
4. Bùi Văn Vượng. *Làng nghề truyền thống Việt Nam*. NXB Văn hoá thông tin, năm 2002.
5. Lê Trung Vũ (chủ biên). *Lễ hội Thăng Long*. NXB Hà Nội, năm 1998.
6. Bộ Văn hoá Thông tin, Trung tâm Triển lãm Văn hoá nghệ thuật Việt Nam. *Làng nghề, phố nghề Thăng Long – Hà Nội*, năm 2000.
7. Bùi Thị Hải Yến. *Tuyến điểm du lịch Việt Nam*. NXB Giáo dục, năm 2006.
8. Các website:

www.vietnamtourism.com.vn

www.hanoitourism.gov.vn

www.camnangdulich.com.vn

www.battrang.info

www.battrang-ceramics.org

www.google.com.vn

www.sfa-antiques.com

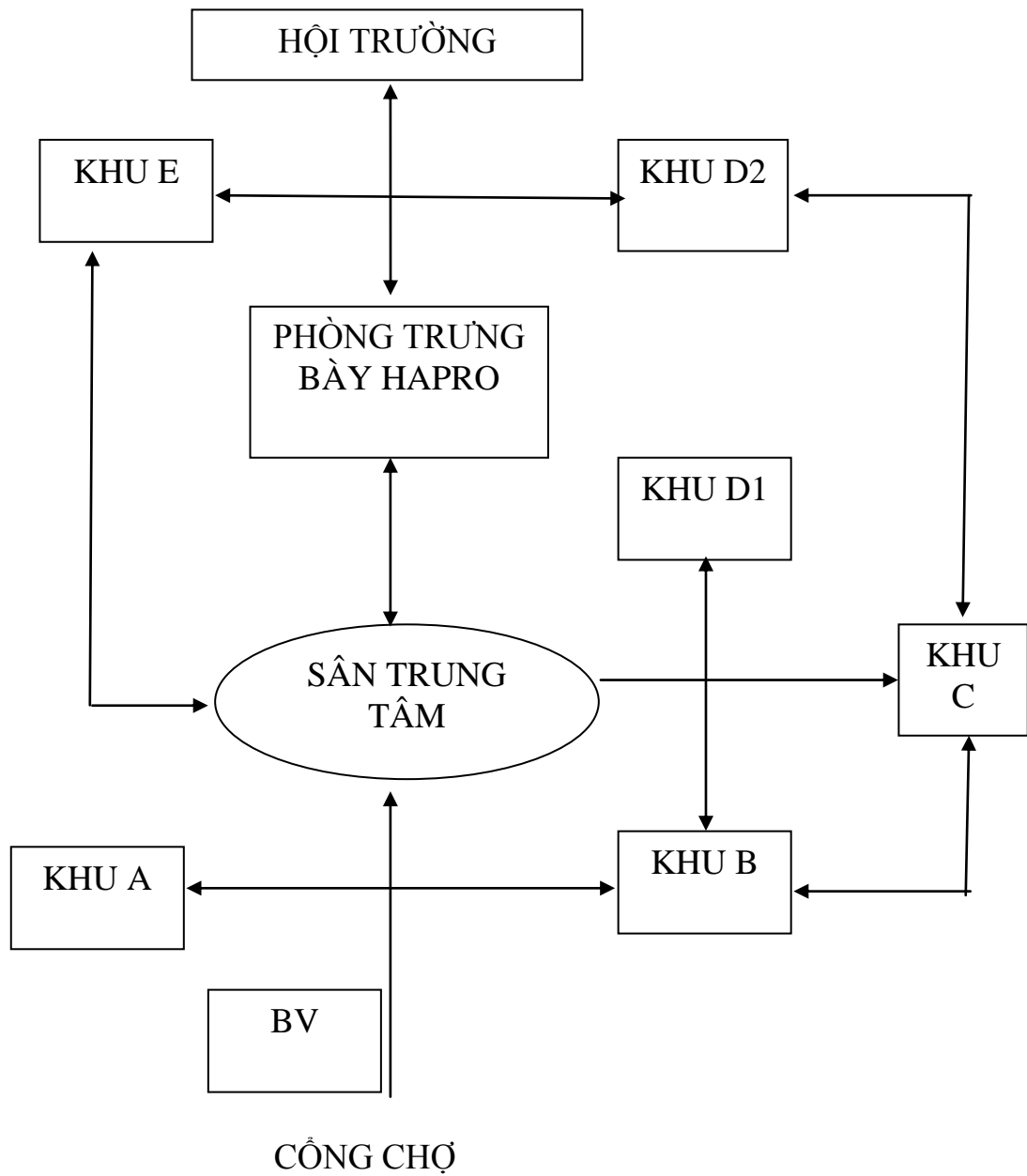
www.tailieu.vn

www.monre.gov.vn

PHỤ LỤC

- Sơ đồ chợ gốm Bát Tràng
- Một số hình ảnh về làng gốm Bát Tràng

SƠ ĐỒ CHỢ GÓM BÁT TRÀNG



MỘT SỐ HÌNH ẢNH VỀ LÀNG GỐM BÁT TRÀNG



Làng gốm cổ truyền Bát Tràng kính chào quý khách



Công việc tại một xưởng sản xuất gốm



Sản xuất gốm bằng bàn xoay



Những sản phẩm gốm đang chờ được chuyển sang một “kiếp sống” khác



Những sản phẩm được tạo thành từ nắm đất của quê hương



Sản phẩm gốm Bát Tràng luôn được mọi người yêu thích





Du lịch Bát Tràng bằng xe trâu





Chợ gốm làng cổ Bát Tràng



Du khách thử làm thợ gốm



Đình cổ Bát Tràng



Lễ hội làng gốm Bát Tràng

Làng gốm Bát Tràng và tiềm năng phát triển du lịch



Bác Hồ đến thăm làng nghề năm 1958



Bát Tràng ngày nay



Du khách đến với làng nghề





Đến thăm Bát Tràng bằng tàu du lịch trên sông Hồng



