

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH

**LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG PHỤC VỤ DU LỊCH
Ở TỈNH THỪA THIÊN HUẾ**

LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

HÀ NỘI - 2014

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH

NGUYỄN LÊ THU HIỀN

**LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG PHỤC VỤ DU LỊCH
Ở TỈNH THỪA THIÊN HUẾ**

Chuyên ngành : Kinh tế chính trị

Mã số : 62 31 01 01

LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học: PGS. TS Nguyễn Thị Như Hà

HÀ NỘI - 2014

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các số liệu, tư liệu được sử dụng trong luận án là trung thực, có nguồn gốc rõ ràng, những phát hiện đưa ra trong luận án là kết quả nghiên cứu của tác giả.

TÁC GIẢ LUẬN ÁN

NCS. Nguyễn Lê Thu Hiền

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

CBT	: Du lịch cộng đồng
CNH-HĐH	: Công nghiệp hoá, hiện đại hoá
DL	: Du lịch
ĐH, CĐ	: Đại học, Cao đẳng
GO	: Giá trị sản xuất
HĐ DL	: Hoạt động du lịch
KD	: Kinh doanh
KDDL	: Kinh doanh du lịch
KT	: Kinh tế
TT	: Truyền thống
LĐ	: Lao động
LN	: Làng nghề
LNTT	: Làng nghề truyền thống
NN	: Nông nghiệp
NCS	: Nghiên cứu sinh
NT	: Nông thôn
PTTH	: Phổ thông trung học
PTCS	: Phổ thông cơ sở
TL	: Tỷ lệ
TĐTTBQ	: Tốc độ tăng trưởng bình quân
SXKD	: Sản xuất kinh doanh
SL	: Số lượng
SP	: Sản phẩm
SX	: Sản xuất
VĐT	: Vốn đầu tư
VH	: Văn hoá
XH	: Xã hội

MỤC LỤC

	Trang
MỞ ĐẦU	1
Chương 1: TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI CỦA LUẬN ÁN	6
1.1. Những công trình khoa học đã công bố liên quan đến đề tài của luận án	6
1.1.1. Những công trình khoa học đã công bố có liên quan đến đề tài của luận án ở nước ngoài	6
1.1.2. Tình hình nghiên cứu các vấn đề có liên quan đến đề tài của luận án ở trong nước	9
1.2. Những kết quả nghiên cứu của các công trình đã công bố mà luận án sẽ có kế thừa và khoảng trống trong nghiên cứu vấn đề làng nghề truyền thống phục vụ du lịch mà luận án sẽ tiếp tục	20
Chương 2: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG PHỤC VỤ DU LỊCH	22
2.1. Khái niệm, đặc điểm, vai trò của làng nghề truyền thống phục vụ du lịch	22
2.1.1. Khái niệm về làng nghề, làng nghề truyền thống và làng nghề truyền thống phục vụ du lịch	22
2.1.2. Đặc điểm của làng nghề truyền thống phục vụ du lịch	26
2.1.3. Vai trò của làng nghề truyền thống phục vụ du lịch	31
2.2. Các tiêu chí và các nhân tố ảnh hưởng đến làng nghề truyền thống phục vụ du lịch	34
2.2.1. Các tiêu chí đánh giá làng nghề truyền thống phục vụ du lịch	34
2.2.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến làng nghề truyền thống phục vụ du lịch	43
2.3. Kinh nghiệm phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở ngoài nước và trong nước	55
2.3.1. Kinh nghiệm phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở ngoài nước	55

2.3.2. Kinh nghiệm phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở trong nước	61
2.3.3. Bài học kinh nghiệm rút ra cho tỉnh Thừa Thiên Huế trong việc phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch	65
Chương 3: THỰC TRẠNG LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG PHỤC VỤ DU LỊCH Ở TỈNH THỪA THIÊN HUẾ	67
3.1. Tiềm năng phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế	67
3.1.1. Tình hình làng nghề truyền thống ở tỉnh Thừa Thiên Huế	70
3.1.2. Các nguồn lực chủ yếu tạo điều kiện phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế	73
3.2. Làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2008 - 2012	73
3.2.1. Sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế	84
3.2.2. Lực lượng lao động của làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế	91
3.2.3. Nguồn vốn cho phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế	98
3.2.4. Mức độ ứng dụng khoa học công nghệ vào quá trình sản xuất tại các làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế	102
3.2.5. Lượt khách du lịch đến làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế	107
3.3. Đánh giá chung về làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2008 - 2012	107
3.3.1. Những kết quả đạt được trong quá trình phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế	110
3.3.2. Hạn chế và nguyên nhân trong quá trình phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế	114

Chương 4: PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP CƠ BẢN NHẪM PHÁT TRIỂN LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG PHỤC VỤ DU LỊCH Ở TỈNH THỪA THIÊN HUẾ	114
4.1. Phương hướng phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế	114
4.1.1. Bối cảnh và dự báo xu hướng phát triển của làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2020	114
4.1.2. Phương hướng phát triển các làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế	116
4.2. Các giải pháp cơ bản nhằm phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế	118
4.2.1. Phát triển thị trường sản phẩm du lịch của làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế	118
4.2.2. Đầu tư phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế	127
4.2.3. Đào tạo lực lượng lao động cho làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế	131
4.2.4. Phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch gắn liền với các hình thức du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế	142
4.2.5. Tăng cường quan hệ hợp tác giữa làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch ở địa phương khác và ngoài nước	145
4.2.6. Hoàn thiện cơ chế, chính sách của Nhà nước và tỉnh Thừa Thiên Huế đối với làng nghề truyền thống phục vụ du lịch	147
KẾT LUẬN	153
CÁC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI	155
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	156
PHỤ LỤC	

DANH MỤC CÁC BẢNG

	Trang
Bảng 3.1: Số lượng chủ thể tham gia sản xuất tại các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế	69
Bảng 3.2: Tình hình tiêu thụ sản phẩm thủ công mỹ nghệ của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế	74
Bảng 3.3: Doanh thu tiêu thụ theo nhóm sản phẩm thủ công mỹ nghệ của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế	76
Bảng 3.4: Tổng doanh thu của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế	79
Bảng 3.5: Tình hình tiêu dùng các loại hình dịch vụ du lịch của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế	81
Bảng 3.6: Mức giá bình quân của các loại hình dịch vụ du lịch của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế	82
Bảng 3.7: Mức độ hài lòng của du khách về chất lượng dịch vụ du lịch của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế	83
Bảng 3.8: Phân loại lao động theo trình độ học vấn tại LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế	85
Bảng 3.9: Phân loại lao động theo độ tuổi và trình độ tay nghề của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế	86
Bảng 3.10: Thu nhập bình quân của người lao động tại LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế	88
Bảng 3.11: Mức độ gắn bó và muốn truyền nghề truyền thống của người LĐ tại LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế	90
Bảng 3.12: Vốn đầu tư cho kinh doanh du lịch của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế	92

Bảng 3.13: Hiệu quả sử dụng vốn đầu tư của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế	97
Bảng 3.14: Các chỉ tiêu phản ánh năng lực tài chính của chủ thể SXKD tại LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế	96
Bảng 3.15: Mức độ ứng dụng khoa học công nghệ tại LNTT phục vụ DL phân theo nhóm sản phẩm ở tỉnh Thừa Thiên Huế	98
Bảng 3.16: Đánh giá của chủ thể SXKD đối với công nghệ sản xuất truyền thống tại các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế	102
Bảng 3.17: Lượt khách du lịch đến tỉnh Thừa Thiên Huế	103
Bảng 3.18: Lượt khách du lịch đến LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế	105
Bảng 3.19: Số lần du khách đến LNTT PVDL ở tỉnh Thừa Thiên Huế	106

DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ

	Trang
Biểu đồ 3.1: Tỷ trọng doanh thu theo nhóm sản phẩm của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế	78
Biểu đồ 3.2: Tỷ trọng trình độ tay nghề của người lao động tại các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế	87
Biểu đồ 3.3: Tỷ trọng mức độ ứng dụng khoa học công nghệ tại LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế	100
Biểu đồ 3.4: Tỷ trọng số lần du khách đến LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế	107

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài luận án

Trong tiến trình lịch sử phát triển của tỉnh Thừa Thiên - Huế, kể từ khi nhà Nguyễn chọn đất Huế làm đất định đô, hệ thống làng xã nông thôn của Thuận Hoá - Phú Xuân lúc bấy giờ đã có những chuyển động cùng với sự ra đời của những phố chợ, bến cảng...đặc biệt nhu cầu trao đổi hàng hoá đã tạo tiền đề thúc đẩy sự phát triển của ngành nghề thủ công nghiệp; sau đó quá trình hình thành và phát triển của làng nghề thủ công nghiệp cũng đồng thời là quá trình thu hẹp dần kinh tế nông nghiệp và đổi mới diện mạo nông thôn theo hướng nghề và làng nghề gắn liền với hoạt động sản xuất nông nghiệp trong nền kinh tế - xã hội nông thôn Việt Nam truyền thống.

Nghề và làng nghề truyền thống đã góp phần tạo dựng bản sắc văn hoá cho dân tộc Việt Nam, đóng góp vai trò quan trọng trong đời sống kinh tế - xã hội, nhất là đối với các vùng nông nghiệp, nông thôn. Mặt khác, làng nghề truyền thống là đặc điểm góp phần vào sự phân công lao động trong nền kinh tế nông nghiệp truyền thống Việt Nam thành ba ngành công - nông - thương nghiệp. Cơ cấu kinh tế này đã thực sự tạo cho làng xã Việt Nam có thể ổn định lâu dài, vững chắc. Thậm chí, đến cuối thế kỷ XX đầu thế kỷ XXI với những tiến bộ khoa học công nghệ tác động vào cũng không làm cho nó thay đổi đáng kể hoặc có thì thay đổi rất chậm. Vì vậy, trong xu thế hội nhập kinh tế và văn hoá giữa các nước ngày càng phát triển, việc bảo tồn và phát triển các đặc trưng văn hoá của một vùng, một quốc gia là điều vô cùng quan trọng, nó vừa giữ gìn và phát triển giá trị truyền thống của dân tộc để "hoà nhập quốc tế nhưng không hoà tan", vừa góp phần tích cực tạo động lực thúc đẩy xoá đói giảm nghèo, nâng cao đời sống cho dân cư và đổi mới bộ mặt nông thôn, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu lao động và cơ cấu kinh tế nông thôn theo hướng công nghiệp hoá, hiện đại hoá.

Ngày nay, khi xã hội càng phát triển thì nhu cầu nghỉ ngơi, hưởng thụ và đi

du lịch của mọi người ngày càng cao. Để đáp ứng nhu cầu đó thì nhiều hình thức du lịch được ra đời như du lịch sinh thái, du lịch văn hoá, du lịch cộng đồng, du lịch tâm linh,... trong đó hình thức du lịch nông thôn đang phát triển rất mạnh trong các chương trình và các tuyến du lịch ở trong nước và quốc tế. Du lịch nông thôn là hình thức phát triển mối giao hoà về mặt văn hoá, sản vật, các làng nghề truyền thống... Ở Việt Nam, du lịch làng nghề ngày càng hấp dẫn du khách trong và ngoài nước, là loại hình du lịch văn hoá tổng hợp đưa du khách tới tham quan, thẩm nhận các giá trị truyền thống và mua sắm những hàng hoá đặc trưng của các làng nghề truyền thống đó. Điều này đã đặt ra một yêu cầu tất yếu là xây dựng và phát triển một số làng nghề truyền thống có giá trị truyền thống đặc trưng, độc đáo, có nhiều tiềm năng phát triển gắn liền với lĩnh vực du lịch.

Ở tỉnh Thừa Thiên Huế, hệ thống các làng nghề truyền thống vô cùng phong phú và đa dạng, hội tụ nhiều yếu tố phù hợp để xây dựng thành các làng nghề truyền thống gắn liền với lĩnh vực du lịch. Đây được đánh giá là lợi thế nổi bật của tỉnh Thừa Thiên Huế trong quá trình phát triển ngành du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn. Tuy nhiên, việc khôi phục và phát triển các làng nghề truyền thống nói chung vẫn mang tính tự phát, dựa trên nền tảng của làng nghề mang tính đơn thuần sản xuất, chưa chuyển đổi để gắn với phục vụ du lịch. Từ đó chưa đáp ứng kịp thời nhu cầu tham quan, trải nghiệm của du khách cũng như chưa đáp ứng nhu cầu của thị trường về các loại hình sản phẩm du lịch. Thực tiễn này đã đặt ra cho tỉnh Thừa Thiên Huế trong quá trình phát triển kinh tế - xã hội một nhu cầu cấp thiết, mang tính khách quan, phù hợp với xu thế của thời đại là phải khôi phục và phát triển hệ thống các làng nghề truyền thống gắn liền với phục vụ du lịch một cách bền vững.

Với lý do đó, NCS đã chọn đề tài: "***Làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế***" làm đề tài luận án tiến sĩ kinh tế của mình.

2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu của luận án

2.1. Mục tiêu nghiên cứu

Phân tích và đánh giá làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa

Thiên Huế để xác định phương hướng và đề xuất một số giải pháp phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2020.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Để thực hiện mục tiêu trên, luận án có các nhiệm vụ chủ yếu sau đây:

Thứ nhất, hệ thống hóa các vấn đề về lý luận và thực tiễn liên quan đến làng nghề truyền thống phục vụ du lịch.

Thứ hai, tiến hành nghiên cứu, khảo sát, phân tích và đánh giá thực trạng các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế trong giai đoạn 2008-2012, chỉ ra những kết quả, hạn chế và nguyên nhân trong quá trình phát triển LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế.

Thứ ba, đề xuất phương hướng và giải pháp có tính khả thi nhằm khắc phục những hạn chế còn tồn tại trong quá trình phát triển LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của luận án

3.1. Đối tượng nghiên cứu của luận án

Luận án chỉ tập trung nghiên cứu các làng nghề truyền thống gắn liền với phục vụ du lịch (LNTT phục vụ DL) ở tỉnh Thừa Thiên Huế nhằm xây dựng khung lý luận để có cơ sở cho việc nghiên cứu LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế.

3.2. Phạm vi nghiên cứu của luận án

Về không gian: Nghiên cứu 25 LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế.

Về thời gian: Nghiên cứu các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2008 - 2012, đề xuất phương hướng và giải pháp phát triển LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế năm 2020.

4. Phương pháp nghiên cứu của đề tài

- Trong quá trình nghiên cứu, NCS sử dụng các phương pháp nghiên cứu của kinh tế chính trị đó là: phương pháp trừu tượng hóa khoa học, phương pháp thống kê, phương pháp phân tích, phương pháp tổng hợp, phương pháp so sánh.
- Luận án sử dụng phương pháp nghiên cứu của chủ nghĩa duy vật biện

chứng và duy vật lịch sử của chủ nghĩa Mác - Lênin để nghiên cứu vấn đề LNTT trong mối quan hệ biện chứng với hoạt động du lịch và các vấn đề khác có liên quan đến các vấn đề nghiên cứu đó, đặt trong bối cảnh lịch sử cụ thể khi Việt Nam phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập kinh tế quốc tế.

- Ngoài ra, NCS còn sử dụng phương pháp điều tra chọn mẫu bằng bảng hỏi để thu thập ý kiến của du khách, thợ thủ công và các nhà sản xuất kinh doanh ở LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế về các vấn đề liên quan đến LNTT phục vụ DL. Do giới hạn về thời gian và kinh phí nên luận án chỉ tiến hành khảo sát 151 thợ thủ công, 300 đơn vị sản xuất kinh doanh và 245 lượt du khách đến LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế. Đồng thời có sử dụng phương pháp chuyên gia để trao đổi trực tiếp với một số nhà khoa học, các nhà sản xuất kinh doanh ở LNTT phục vụ DL nhằm làm rõ thêm các vấn đề về lý luận và thực tiễn liên quan đến luận án.

5. Đóng góp mới của luận án

Thứ nhất, luận án đưa ra khái niệm, đặc điểm, vai trò của LNTT phục vụ DL trên cơ sở kế thừa một số quan điểm của các công trình nghiên cứu trước đó về LNTT nói chung và xây dựng các tiêu chí và các nhân tố ảnh hưởng đến làng nghề truyền thống phục vụ du lịch.

Thứ hai, qua nghiên cứu kinh nghiệm phát triển LNTT phục vụ DL ở một số quốc gia và một số địa phương, luận án đã rút ra bài học kinh nghiệm về phát triển LNTT phục vụ DL cho tỉnh Thừa Thiên Huế.

Thứ ba, trên cơ sở phân tích, đánh giá LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế qua các số liệu báo cáo của các cơ quan có thẩm quyền và thực tiễn điều tra bằng bảng hỏi của NCS, NCS đưa ra những đánh giá về thành tựu, hạn chế và nguyên nhân của những hạn chế trong quá trình phát triển LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế.

Thứ tư, luận án đề xuất phương hướng và giải pháp nhằm phát triển các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2020.

6. Ý nghĩa của luận án

6.1. Ý nghĩa lý luận

Luận án góp phần làm sáng tỏ hơn về lý luận và thực tiễn về làng nghề truyền thống phục vụ du lịch.

6.2. Ý nghĩa thực tiễn

Luận án có thể làm tài liệu tham khảo cho hoạt động nghiên cứu khoa học và giảng dạy ở các trường cao đẳng và đại học. Những phương hướng và giải pháp mà luận án đề xuất có thể gợi mở cho các cơ quan quản lý tham khảo trong quá trình phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở các địa phương.

7. Kết cấu của luận án

Ngoài phần mở đầu, kết luận, phụ lục, tài liệu tham khảo, luận án gồm có 4 chương, 10 tiết.

Chương 1

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI CỦA LUẬN ÁN

1.1. NHỮNG CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI CỦA LUẬN ÁN

1.1.1. Những công trình khoa học đã công bố có liên quan đến đề tài của luận án ở nước ngoài

LNTT nói chung và LNTT phục vụ DL nói riêng trong khu vực và trên thế giới luôn có tầm ảnh hưởng quan trọng đến sự phát triển của ngành DL.

Với xu hướng phát triển ngành DL hiện đại trong khoảng cuối thế kỷ XX đầu thế kỷ XXI thì việc khôi phục và phát triển các LNTT phục vụ DL là phổ biến. Có nhiều nhà khoa học tiến hành nghiên cứu nhiều vấn đề liên quan đến LNTT và có đóng góp nhất định về mặt lý luận và thực tiễn.

Liên quan đến vấn đề nghiên cứu của luận án, NCS đã tìm hiểu một số công trình khoa học của các nhà khoa học ở các quốc gia có điều kiện thực tiễn về LNTT tương đồng với Việt Nam như Trung Quốc, Indonesia, Australia...để có thể vận dụng được những kết quả khoa học đã đạt được vào lĩnh vực nghiên cứu của luận án, cụ thể là:

- Hai tác giả G. Michon và F. Mary [81] nghiên cứu nội dung chuyển đổi khu vườn LNTT và chiến lược kinh tế mới của các hộ gia đình nông thôn trong khu vực Bogor, Indonesia. Từ đó, tạo bước đệm để phát triển các làng nghề nơi đây gắn liền với hình thức DL sinh thái kết hợp với khu vườn LNTT, góp phần cải thiện thu nhập và tình hình kinh tế - xã hội ở khu vực nông thôn ở Indonesia.

- Tác giả Liu Peilin [83] cho rằng nên thành lập một hệ thống bảo vệ cho "Làng nổi tiếng của Trung Quốc tham quan lịch sử và văn hóa". Trong các di sản lịch sử và văn hóa của thế giới, những ngôi làng cổ xưa của Trung Quốc chiếm một vị trí quan trọng. Ở Trung Quốc, số lượng làng nghề truyền thống là rất lớn, phân bố rộng rãi và có giá trị lịch sử cao, được ví như "ngọc trai của văn hóa

truyền thống" và "bảo vật quốc gia của bộ sưu tập dân gian". Tuy nhiên, việc bảo tồn và phát triển là chưa thỏa đáng. Do đó, việc cấp thiết trước mắt là lựa chọn và quyết định một số làng cổ đại diện cho cứu hộ ngay lập tức và bảo vệ đặc biệt như "ngôi làng nổi tiếng lịch sử và văn hóa của Trung Quốc". Nghiên cứu này xem xét lại các quan niệm về ý tưởng về một hệ thống bảo vệ và thảo luận về các điều kiện để chấp thuận cho tình trạng, nội dung, nguyên tắc, phương pháp và biện pháp bảo vệ cũng như định hướng trong khai thác và phát triển của chúng. Hệ thống bảo vệ sẽ đóng một vai trò tích cực trong việc bảo tồn hiệu quả cảnh quan và nền văn hóa cổ đại.

- Hai tác giả LU Song và LU Lin [84] bàn về vấn đề cần phải lưu giữ bản sắc văn hóa truyền thống, làng cổ đã được quan tâm nhiều hơn cho sự phát triển du lịch hiện đại. Nhưng những thành tựu về nghiên cứu du lịch của làng cổ là rất hiếm và lý thuyết của nó trong thực tế tụt hậu với thực tiễn. Họ đã chọn văn hóa di sản thế giới là làng Xidi và làng Hongcun làm đối tượng nghiên cứu, trên cơ sở của một đáng kể trên tại chỗ khảo sát, nghiên cứu này tóm tắt đặc điểm thời gian của dòng du lịch làng cổ như sau: (1) dòng du lịch gia tăng nhanh chóng, (2) sự khác biệt theo mùa của các dòng du lịch là hiển nhiên với hình dạng của "3 đỉnh - 3 thung lũng", (3) phân phối dòng chảy du lịch là bất thường và có hình dạng như xiên "Z" trong một vòng tuần hoàn, trong khi ở những tuần cao điểm hình như "nổ", (4) các dòng du lịch được hình thành như "đôi cao điểm" trong vòng một ngày và phân phối thời gian của dòng chảy du lịch tập trung. Hơn nữa, các tác giả cũng thảo luận về các yếu tố ảnh hưởng, chẳng hạn như các sự kiện, các yếu tố xã hội, yếu tố môi trường tự nhiên và các hệ thống quản lý. Trong khi đó, so sánh sơ bộ giữa các làng cổ xưa và các loại khác của các điểm đến đã được đưa lên. Cuối cùng, các tác giả trình bày chi tiết những tác động đến từ các dòng du lịch ngày càng tăng. Nghiên cứu này góp phần thúc đẩy các nghiên cứu kỹ lưỡng về lịch làng cổ và cung cấp cơ sở khoa học của phát triển bền vững của nó.

- Kirsty Blackstock [82] nghiên cứu về du lịch cộng đồng (CBT) và cho rằng đây có thể là một cách để tạo ra một ngành công nghiệp du lịch bền vững hơn. Bài

viết chỉ ra ba thất bại lớn từ góc độ phát triển cộng đồng: *thứ nhất*, nó có xu hướng để có một cách tiếp cận chức năng để tham gia cộng đồng; *thứ hai*, nó có xu hướng đối xử với cộng đồng địa phương như một khối đồng nhất; *thứ ba*, nó bỏ qua những hạn chế để kiểm soát địa phương của ngành công nghiệp du lịch. Chú ý đến những vấn đề này có thể đóng góp cho ngành du lịch bền vững và công bằng.

- Hai tác giả Che Zhenyu và Bao Jigang [80] có nội dung nghiên cứu là phát triển du lịch của làng nghề truyền thống và biến đổi của mẫu. Xuất phát từ chỗ, trong ngành du lịch của thập kỷ qua là sự bùng nổ phát triển du lịch làng nghề truyền thống, tác giả đã nghiên cứu chi tiết về hiện tượng này dưới nhiều góc độ khác nhau như kiến trúc, địa lý, du lịch,... Tuy nhiên, vấn đề phát triển du lịch và nghiên cứu về sự thay đổi hình thức của làng nghề truyền thống đang còn thiếu và đây là nguyên nhân cần thiết phải nghiên cứu nhằm phát triển du lịch làng nghề truyền thống. Dựa trên sự thay đổi hình thức của làng nghề truyền thống trong quá trình phát triển du lịch, làng nghề có khả năng phát triển du lịch có thể được chia thành bốn loại: đó là sự thay đổi dần dần, những sự thay đổi ổn định, những thay đổi đột ngột và những phục hồi.

- MA Hang [86] nghiên cứu vấn đề kiên trì và chuyển đổi của làng truyền thống Trung Quốc đồng thời xem xét lại các kế hoạch của khu định cư truyền thống. Tác giả đã tiến hành trình bày các ký tự quy hoạch không gian cơ bản của ngôi làng cổ của Trung Quốc, bài báo tập trung vào phân tích cơ bản các yếu tố xã hội, văn hóa và tự nhiên. Tuy nhiên, trong quá trình đô thị hóa và toàn cầu hóa, biến đổi sắc bén của cơ cấu kinh tế mang lại tác động tiêu cực đến sự phát triển của làng nghề truyền thống ở Trung Quốc. Vì vậy, tác giả đã nghiên cứu và chỉ ra được năm khía cạnh giá trị của các làng nghề truyền thống của Trung Quốc cần được gìn giữ và bảo tồn, để hướng tới khôi phục và phát triển cho làng nghề ở Trung Quốc hiện nay.

- T.Sonobe, K.Otsuka và Vu Hoang Nam [88] đã tìm hiểu quá trình phát triển của một làng nghề truyền thống chuyên sản xuất mặt hàng may mặc đang phát triển ở miền Bắc Việt Nam trong điều kiện các ngành nghề tiểu thủ công

nghiệp được biết là có nhiều tiềm năng để phát triển nhưng lại không được đầu tư. Họ cho rằng có hai điều kiện quan trọng là con người và vốn xã hội (đo bằng các mối quan hệ họ hàng với thương nhân Việt Nam ở nước ngoài) của các chủ sở hữu, điều này tạo điều kiện để mở rộng hoạt động trao đổi, mua bán vào thị trường xuất khẩu mới. Hơn nữa, trình độ và kinh nghiệm quản lý của nguồn nhân lực nói chung và nguồn nhân lực cụ thể góp phần nâng cao hiệu suất doanh nghiệp.

- LU Song và Trương Jie [85] đã nghiên cứu nhận thức và thái độ cư dân với các tác động du lịch và tác động của nó đối với phát triển du lịch ở các làng bản truyền thống cổ xưa. Từ đó, có những đề xuất nhằm thay đổi nhận thức của người dân nơi đây về phát triển du lịch làng cổ trong tương lai.

- Các tác giả Sally Asker, Louise Boronyak, Naomi Carrard và Michael Paddon [86] đã nghiên cứu các vấn đề sẽ được giải quyết khi phát triển du lịch dựa vào cộng đồng (CBT), các hoạt động của cộng đồng địa phương trong khu vực nông thôn quản lý. Nó nhằm mục đích nâng cao nhận thức trong nền kinh tế APEC trong những cơ hội cho CBT như một phương tiện để thúc đẩy kinh tế - xã hội và môi trường phát triển, được rút ra từ nghiên cứu trường hợp thực tế để có thể thực hành một cách tốt nhất. Ngoài ra, tài liệu này còn cung cấp phương pháp cho người dân và các tổ chức lập kế hoạch, quản lý, triển khai thực hiện hoặc giám sát du lịch dựa vào cộng đồng (các nhà lãnh đạo cộng đồng trong các cơ quan chính phủ, tổ chức phi chính phủ).

1.1.2. Tình hình nghiên cứu các vấn đề có liên quan đến đề tài của luận án ở trong nước

Liên quan đến vấn đề nghiên cứu của luận án, ở trong nước đã có rất nhiều nhà khoa học nghiên cứu với nhiều góc độ và cách tiếp cận khác nhau, hướng đến giải quyết nhiều mục tiêu khác nhau đối với làng nghề truyền thống nói chung ở Việt Nam được chia thành các nhóm công trình khoa học cụ thể như sau:

Nhóm các công trình khoa học nghiên cứu lịch sử làng nghề truyền thống

- Tác giả Nguyễn Hữu Thông trong cuốn “*Huế nghề và làng nghề thủ công*

truyền thống" [62] đã chọn một số nghề và làng nghề thủ công truyền thống ở Huế tiêu biểu để nghiên cứu, tìm hiểu về lịch sử hình thành cũng như những đặc điểm riêng có của những làng nghề đó. Đây là công trình góp phần phát triển và đưa văn hóa truyền thống của Huế đến với công chúng.

- Phạm Côn Sơn trong cuốn "*Làng nghề truyền thống Việt Nam*" [55] đã giới thiệu lịch sử hình thành và phát triển của những nghề thủ công truyền thống tiêu biểu như: nghề khắc chạm đá, đúc đồng thau, gốm sứ, dệt lụa, thêu, sơn mài...và một số làng nghề tiêu biểu ở Bắc Bộ, Nam Trung Bộ.

- Vũ Văn Nhiên, Nguyễn Minh Thắng, Đậu Xuân Luận trong "*Hỏi đáp về các làng nghề truyền thống Hà Nội*" [42] đã trình bày dưới dạng hỏi - đáp về lịch sử, đặc trưng và giá trị của các làng nghề, phố nghề ở Hà Nội: làng gốm Bát Tràng, làng nghề kim hoàn Định Công, chạm khắc gỗ Thiết Ứng, nghề dát vàng bạc Kiêu Ky, đúc đồng Ngũ Xã... Từ đó cung cấp cho bạn đọc nhiều thông tin có giá trị liên quan đến các làng nghề truyền thống ở Hà Nội xưa và nay.

- Tác giả Lê Nguyễn Lưu trong bài viết "*Làng nghề cổ truyền xứ Huế*" [46] đã nêu và phân tích quá trình phát triển của nhóm làng nghề cổ truyền qua các thời kỳ ở Huế đặc biệt là thời đại triều Nguyễn. Tác giả đã cung cấp cho người đọc thông tin có giá trị lịch sử về làng nghề cổ ở đất kinh thành Huế xưa.

- Đào Thế Anh trong bài "*Phát triển cụm công nghiệp nông thôn từ làng nghề truyền thống*" [2] đã nghiên cứu xuất phát từ thực trạng phát triển làng nghề truyền thống ở vùng nông thôn Việt Nam, đưa ra đề xuất các giải pháp nhằm phát triển cụm công nghiệp nông thôn, từ đó góp phần thực hiện sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp nông thôn, nâng cao thu nhập và đời sống cho người lao động ở làng nghề truyền thống vùng nông thôn Việt Nam.

Tóm lại, kết quả nghiên cứu từ nhóm công trình khoa học này đã cung cấp hệ thống thông tin về lịch sử ra đời và hình thành của các làng nghề truyền thống ở Việt Nam. Kết quả này có ý nghĩa quan trọng trong việc xác định nguồn gốc của các làng nghề cổ xưa, góp phần cho thế hệ sau có thể giới quan đầy đủ về

làng nghề truyền thống ở Việt Nam.

Nhóm các công trình khoa học đã hệ thống hóa được các lý luận cơ bản liên quan đến làng nghề truyền thống.

- Mai Thế Hồn trong luận tiến sỹ “*Phát triển làng nghề truyền thống trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa ở vùng ven thủ đô Hà Nội*” [31] đã làm rõ phạm trù làng nghề truyền thống, những căn cứ lý luận và thực tiễn xác đáng về vị trí, vai trò của làng nghề truyền thống vùng ven đô Hà Nội trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Phân tích, làm rõ những tiềm năng và yêu cầu của việc phát triển làng nghề truyền thống ven thủ đô Hà Nội trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Vạch rõ những phương hướng và giải pháp cơ bản, xác thực nhằm thúc đẩy mạnh mẽ làng nghề truyền thống ở vùng ven đô Hà Nội.

- Tác giả Trần Minh YẾN trong “*Phát triển làng nghề truyền thống ở nông thôn Việt Nam trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa*” [79] đã đưa ra được sự hiểu biết khách quan khoa học và hệ thống về làng nghề truyền thống ở nông thôn Việt Nam, trên cơ sở đó xác định quan điểm chung và giải pháp chủ yếu nhằm đẩy mạnh sự phát triển của làng nghề truyền thống, đáp ứng những yêu cầu của quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá nông nghiệp nông thôn.

- Bạch Thị Lan Anh trong “*Phát triển bền vững làng nghề truyền thống vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ*” [1] đã hệ thống hoá những vấn đề lý luận và thực tiễn về phát triển bền vững làng nghề truyền thống trong giai đoạn hiện nay ở nước ta. Đề xuất định hướng và giải pháp chủ yếu đẩy mạnh sự phát triển bền vững làng nghề truyền thống vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ.

Tóm lại, kết quả nghiên cứu của nhóm công trình khoa học này đã cung cấp một hệ thống lý luận khoa học về làng nghề truyền thống của Việt Nam. Vì vậy, kết quả nghiên cứu này có vị trí và vai trò rất quan trọng trong việc hình thành tư duy và nhận thức về làng nghề truyền thống của Việt Nam cho thế hệ sau; đồng thời nó sẽ trở thành cơ sở lý luận khoa học cho các nhà nghiên cứu sau này khi bàn về vấn đề làng nghề truyền thống ở Việt Nam.

Nhóm các công trình khoa học đã nghiên cứu về quá trình khôi phục và phát triển làng nghề truyền thống của các địa phương và trên thế giới.

- Viện Khoa học xã hội Việt Nam và Viện nghiên cứu Đông Bắc Á trong cuốn “*Vấn đề bảo tồn và phát triển làng nghề thủ công truyền thống ở Nhật Bản*” [77] đã tìm hiểu và đánh giá chi tiết về quá trình bảo tồn và phát triển làng nghề thủ công truyền thống ở Nhật Bản. Rút ra được phương thức xây dựng và phát triển làng nghề thủ công truyền thống ở Nhật Bản theo xu hướng “mỗi làng nghề một sản phẩm”. Đây được đánh giá là bài học kinh nghiệm có giá trị cao và phù hợp với điều kiện thực tiễn của các làng nghề truyền thống ở Việt Nam.

- Tác giả Bùi Văn Hưng trong cuốn “*Công nghiệp hóa nông thôn Trung Quốc thời kỳ cải cách và mở cửa*” [37] đã đi sâu nghiên cứu cách thức điều hành và ban hành các chính sách liên quan đến quá trình gìn giữ và phát triển giá trị truyền thống của các làng nghề cổ ở Trung Quốc. Trên cơ sở đó đã có những đánh giá và kết luận quan trọng có ảnh hưởng đến quá trình khôi phục và phát triển làng nghề truyền thống ở Việt Nam như: đưa ra được những bài học kinh nghiệm có giá trị thực tiễn cao, đề xuất một số giải pháp phù hợp với điều kiện thực tiễn ở Việt Nam.

- Tác giả Vũ Văn Đông trong bài “*Mỗi làng một sản phẩm, là giải pháp để phát triển du lịch bền vững - kinh nghiệm từ các nước và Việt Nam*” [26] đã có sự nghiên cứu công phu về quá trình khôi phục, xây dựng và phát triển làng nghề ở các nước như Nhật Bản, Thái Lan, Singapore, Indonesia, Ấn Độ. Từ đó, rút ra được nhiều bài học kinh nghiệm phù hợp với điều kiện thực tiễn ở Việt Nam trong quá trình khôi phục và phát triển làng nghề truyền thống.

Tóm lại, kết quả nghiên cứu của nhóm công trình khoa học này đã hệ thống hóa được nhiều bài học kinh nghiệm quan trọng và thiết thực đối với Việt Nam trong quá trình khôi phục và phát triển các làng nghề truyền thống, góp phần đưa sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa công nghiệp nông thôn phù hợp với xu hướng phát triển của thời đại.

Nhóm các công trình khoa học hướng đến giải quyết mục tiêu là đề xuất hệ thống các giải pháp nhằm khôi phục và phát triển làng nghề truyền thống ở nông thôn Việt Nam.

- Kỷ yếu hội thảo khoa học của Liên hiệp các hội khoa học và kỹ thuật Việt Nam “*Thực trạng và những giải pháp nhằm phát triển làng nghề tỉnh Bắc Ninh*” [44] đã có những điều tra thực tế về làng nghề ở tỉnh Bắc Ninh, từ đó đã đề xuất những giải pháp khắc phục những hạn chế được chỉ ra trong quá trình điều tra thực tế. Đây là tài liệu có tính cập nhật về số liệu phong phú, đa dạng, kịp thời.

- Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ do Nguyễn Trí Dĩnh chủ nhiệm với tên “*Những giải pháp nhằm phát triển làng nghề ở một số tỉnh đồng bằng sông Hồng*” [18] trên cơ sở tìm hiểu phân tích và đánh giá thực trạng phát triển một số làng nghề ở một số tỉnh Đồng bằng sông Hồng như Vĩnh Phúc, Bắc Ninh, Hải Dương... Tác giả đã đưa ra những giải pháp có tính khả thi nhằm phát triển làng nghề ở một số tỉnh thuộc vùng Đồng bằng sông Hồng.

- Lê Mạnh Hùng trong luận án tiến sỹ: “*Định hướng và những giải pháp kinh tế chủ yếu nhằm phát triển các ngành tiểu thủ công nghiệp trong nông thôn tỉnh Hà Tây*” [35] từ thực trạng của các ngành tiểu thủ công nghiệp trong nông thôn tỉnh Hà Tây (nay là Hà Nội) đã đề xuất định hướng và một số giải pháp kinh tế quan trọng nhằm khôi phục và phát triển các ngành tiểu thủ công nghiệp trong nông thôn của tỉnh Hà Tây.

- Nguyễn Thế Thư trong “*Cho vay vốn để hỗ trợ các làng nghề truyền thống một hướng đi đúng góp phần đẩy mạnh CNH, HĐH nông thôn Bắc Ninh*” [65] hướng đến giải quyết vấn đề khó khăn trước mắt của các chủ thể sản xuất kinh doanh tại làng nghề truyền thống ở Bắc Ninh là nguồn vốn. Tác giả đề xuất các phương án cho vay vốn hiệu quả để hỗ trợ các đơn vị sản xuất, thành lập quỹ tín dụng phát triển làng nghề, tạo điều kiện thuận lợi cho các chủ thể sản xuất kinh doanh tại các làng nghề ở Bắc Ninh mở rộng quy mô sản xuất, cải tiến kỹ thuật, nâng cao chất lượng mẫu mã sản phẩm... góp phần giải quyết việc làm

cho lao động nông thôn để góp phần đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông thôn Bắc Ninh.

- Tôn Thất Viên trong luận án tiến sỹ *“Các giải pháp tài chính thúc đẩy phát triển các làng nghề trên địa bàn thành phố Đà Nẵng trong giai đoạn hiện nay”* [74] đã giới thiệu về làng nghề và vai trò các giải pháp tài chính đối với việc khôi phục, phát triển làng nghề. Từ đó, phân tích thực trạng sử dụng các giải pháp tài chính đối với việc phát triển làng nghề thành phố Đà Nẵng. Trên cơ sở đó đề xuất các giải pháp tài chính khôi phục và phát triển làng nghề thành phố Đà Nẵng.

Tóm lại, kết quả của nhóm công trình khoa học này có ý nghĩa về mặt thực tiễn hết sức to lớn đối với quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa công nghiệp nông thôn Việt Nam. Kết quả này đã giải quyết được nhiều vấn đề tồn đọng và cấp thiết ở vùng nông thôn Việt Nam như thất nghiệp đối với lao động nông thôn, các làng nghề truyền thống đang bị mai một nghiêm trọng, vấn đề kinh tế - văn hóa - xã hội ở nông thôn đang có chiều hướng phát triển xấu và chậm lại... trong đó nổi bật nhất là kết quả nghiên cứu đã có phương thức mang tính thực tiễn để giải quyết vấn đề khôi phục và phát triển làng nghề truyền thống ở các địa phương. Đây là cơ sở để Nhà nước và chính quyền địa phương ban hành các chính sách phù hợp với lý luận và thực tiễn nhằm mục tiêu gìn giữ bản sắc và giá trị truyền thống của dân tộc Việt Nam trong quá trình dựng nước và giữ nước.

Nhóm các công trình nghiên cứu vấn đề phát triển du lịch gắn liền với làng nghề truyền thống ở Việt Nam

- Tác giả Huỳnh Đình Kết trong bài *“Tổng quan nghề thủ công truyền thống Huế, giá trị, thực trạng, giải pháp”* [38] đã cung cấp cho người đọc có cái nhìn tổng quan về nghề thủ công truyền thống ở Huế, từ đó hiểu rõ giá trị cần phải duy trì và gìn giữ các nghề thủ công truyền thống, những bản sắc văn hóa của Huế. Đồng thời trên cơ sở nghiên cứu thực trạng phát triển các nghề thủ công

truyền thống tác giả đã đưa ra một số giải pháp thiết thực nhằm bảo tồn và phát triển nghề thủ công truyền thống ở Huế.

- Tác giả Vũ Thế Hiệp với bài viết "*Tiềm năng phát triển làng nghề du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế*" [29] đã tập trung đánh giá tiềm năng của làng nghề truyền thống ở tỉnh Thừa Thiên Huế, trên cơ sở đó tác giả đã đề xuất các giải pháp nhằm khôi phục và bảo tồn các làng nghề có khả năng phục vụ cho ngành du lịch đã và đang dần bị mai một. Tác giả đã đặt các làng nghề truyền thống ở tỉnh Thừa Thiên Huế trong bối cảnh ngành du lịch tỉnh nhà đang có chiều hướng ngày càng phát triển, do đó kết quả nghiên cứu của công trình này đã góp phần đưa ra loại hình du lịch làng nghề nhằm bảo tồn và phát huy giá trị của nó đồng thời làm phong phú sản phẩm du lịch của tỉnh Thừa Thiên Huế.

- Trần Viết Lực với bài viết "*Những vướng mắc trong công tác đầu tư phát triển sản phẩm du lịch gắn với làng nghề và những giải pháp tháo gỡ*" [45] cho rằng du lịch làm sống dậy các làng nghề, nhưng nó cũng là mối nguy cho các làng nghề nếu như việc khai thác không có hiệu quả. Mặc dù du lịch văn hóa - trong đó du lịch làng nghề ở Thừa Thiên Huế hiện nay đang được coi là thế mạnh, nhưng ngoài việc khai thác thế mạnh về tài nguyên du lịch nhân văn vốn đã được hình thành từ lâu thì cần phải xây dựng các sản phẩm du lịch văn hóa mới, trong đó có du lịch làng nghề nhằm đáp ứng cho nhu cầu luôn thường xuyên thay đổi theo hướng chất lượng hơn, chuyên nghiệp hơn. Trên cơ sở nghiên cứu công tác đầu tư phát triển sản phẩm du lịch gắn với làng nghề ở tỉnh Thừa Thiên Huế, tác giả đã nêu ra được những khó khăn vướng mắc gặp phải trong công tác này. Đó là đa số sản phẩm của các làng nghề trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế có chất lượng thấp, kiểu dáng, mẫu mã chậm đổi mới; cơ sở vật chất của các đơn vị sản xuất trong làng nghề quá thô sơ, lạc hậu; công nghệ sản xuất trong các làng nghề không được ứng dụng các tiến bộ kỹ thuật mới; chất lượng nguồn lao động còn thấp, năng lực quản lý dịch vụ kém... Từ đó tác giả đã đề xuất những giải pháp nhằm tháo gỡ các hạn chế nêu trên. Những giải pháp này là cơ sở thực hiện

để giải quyết các vấn đề còn tồn đọng của làng nghề truyền thống ở tỉnh Thừa Thiên Huế trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp nông thôn.

- Tác giả Nguyễn Thị Ngọc Cẩm với bài *“Nghiên cứu phát triển bền vững du lịch làng nghề tỉnh Thừa Thiên Huế”* [6] đã xác định phát triển du lịch làng nghề được coi là một hướng đi rất quan trọng để gìn giữ, giới thiệu, bảo tồn và tôn vinh những giá trị văn hóa đặc sắc của dân tộc, của quốc gia và đặc biệt là của từng địa phương cụ thể. Ở tỉnh Thừa Thiên Huế có thể mạnh là thường xuyên diễn ra các lễ hội văn hóa truyền thống, vì vậy tác giả đã nghiên cứu phát triển bền vững du lịch làng nghề ở tỉnh Thừa Thiên Huế với mục tiêu phát triển mô hình du lịch làng nghề để hỗ trợ đắc lực cho khu vực nông thôn, chuyển dịch cơ cấu phát triển kinh tế theo hướng phát triển bền vững trong tiêu thụ sản phẩm, đáp ứng nhu cầu trong nước và quốc tế; đồng thời cũng đã nêu ra hai mô hình làng nghề du lịch đang được đầu tư và phát triển cụ thể là thứ nhất là phát huy làng nghề truyền thống trên cơ sở vốn có từ xa xưa của địa phương; thứ hai các doanh nghiệp đầu tư xây dựng khu du lịch rồi đưa mô hình làng nghề vào đó, thuộc diện không gian truyền thống để khai thác các giá trị sản phẩm văn hóa. Dựa vào các nghiên cứu đó tác giả đã đề xuất một số giải pháp để phát triển và khai thác tối đa các làng nghề truyền thống ở tỉnh Thừa Thiên Huế đồng thời tăng cường thu hút khách du lịch đến Việt Nam nói chung và tỉnh Thừa Thiên Huế nói riêng.

- Nguyễn Phước Quý Quang với bài *“Du lịch làng nghề ở Đồng bằng sông Cửu Long - Một lợi thế văn hóa để phát triển du lịch”* [53] đã nêu ra lợi ích của việc phát triển du lịch làng nghề không chỉ thể hiện lợi nhuận kinh tế, giải quyết việc làm cho người lao động địa phương mà còn bảo tồn được giá trị truyền thống của ông cha ta ngàn đời để lại. Trên cơ sở nghiên cứu thực trạng du lịch làng nghề ở Đồng bằng sông Cửu Long, tác giả đã đề xuất những giải pháp trước mắt và lâu dài để khôi phục và phát triển làng nghề phục vụ cho ngành du lịch tại địa bàn này như: xây dựng mô hình tổ chức đặc trưng cho

làng nghề, giáo dục và đào tạo người dân, nâng cao tay nghề, phối hợp tốt với các công ty du lịch, rà soát và điều chỉnh quy hoạch phát triển làng nghề...

- Tác giả Phan Tiến Dũng với bài *“Bảo tồn và phát huy làng nghề truyền thống góp phần thúc đẩy du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế phát triển bền vững”* [19] cho rằng trong những năm gần đây, thông qua nhiều kế hoạch, chương trình bảo tồn, khuyến công, khuyến nông nhiều làng nghề ở tỉnh Thừa Thiên Huế đang dần được khôi phục và phát triển trở thành những điểm tham quan thu hút khách du lịch. Tuy nhiên, tác giả đề cập vấn đề nóng hổi là phải làm gì để phát triển kinh tế, tạo sức hấp dẫn riêng cho làng nghề ở Huế, làm cho du khách ở lại lâu hơn, đây là bài toán đơn giản ai cũng có thể nhận ra nhưng không dễ để giải quyết. Mục tiêu những năm tới mà tỉnh Thừa Thiên Huế đặt ra trong kế hoạch khôi phục và phát triển nghề và làng nghề truyền thống ở Huế là phải gắn chặt với phát triển du lịch. Phát triển du lịch làng nghề sẽ tạo ra quá trình sản xuất tại chỗ thông qua việc cung ứng các sản phẩm hàng hóa của các làng nghề cũng như các dịch vụ phục vụ hoạt động du lịch, tạo thêm việc làm cho bộ phận dân cư làng, xã, phường hội, bên cạnh đó, thông qua các đối tượng du khách, hình ảnh và sản phẩm của các làng nghề được giới thiệu trực tiếp, góp phần tạo ra cơ hội quảng bá sản phẩm cho các doanh nghiệp. Vì vậy, tác giả đã nghiên cứu vấn đề bảo tồn, phát triển nghề và làng nghề ở Huế gắn với phát triển du lịch là hướng đi vừa góp phần lưu giữ những giá trị văn hóa truyền thống, đồng thời vừa giúp người dân tăng thu nhập cải thiện cuộc sống, đóng góp vào việc phát triển kinh tế xã hội của địa phương. Sự gắn kết chặt chẽ giữa các làng nghề trên địa bàn tỉnh với du lịch là điều kiện để tỉnh Thừa Thiên Huế phát huy tốt vai trò, vị thế là một trung tâm văn hóa đặc sắc của Việt Nam. Đây là một trong những giải pháp tối ưu để bảo tồn và phát triển nghề, làng nghề truyền thống ở Huế, phục vụ cho sự phát triển du lịch bền vững.

- Tác giả An Vân Khanh trong bài viết *“Phát triển làng nghề, ngành nghề gắn với du lịch”* [39] đã cho rằng phải gắn làng nghề và ngành nghề truyền

thống với phát triển du lịch ở Việt Nam. Sự lan tỏa của các làng nghề đã mở rộng qui mô và địa bàn sản xuất, thu hút nhiều lao động, kéo theo sự phát triển của nhiều ngành nghề khác, góp phần tăng tỷ trọng ngành công nghiệp, thương mại và dịch vụ. Trên cơ sở nghiên cứu một số kết quả phát triển ngành nghề nông thôn trong năm 2010 ở một số tỉnh thành điển hình trong cả nước, tác giả đã đề xuất một số giải pháp nhằm khắc phục những hạn chế trong quá trình phát triển ngành nghề nông thôn, đồng thời đưa ra định hướng bảo tồn và phát triển làng nghề nói chung và làng nghề phục vụ khách du lịch nói riêng.

- Nguyễn Xuân Hoàn và Đào Thế Anh với bài viết *“Tiềm năng phát triển du lịch nông thôn và sự tham gia của các công ty du lịch lữ hành vào việc phát triển du lịch nông thôn ở Việt Nam”* [30] đã truyền tải ý tưởng phát triển du lịch nông nghiệp, nông thôn ở Việt Nam. Du lịch nông thôn là hình thức phát triển mối giao hòa về mặt văn hóa, sản vật, con người giữa các vùng nông thôn thông qua việc đến ở hoặc tham quan có mục đích nhằm hưởng thụ các sản vật địa phương tại từng gia đình nông hộ hoặc trang trại. Việt Nam có nhiều tiềm năng để phát triển du lịch nông nghiệp, nông thôn, như về nông nghiệp thì Việt Nam có diện tích đồng bằng rộng lớn, địa hình phong phú đa dạng... thêm vào đó là các vùng nông thôn Việt Nam là các làng nghề truyền thống sản xuất hàng thủ công như sản xuất đồ gốm sứ, tơ lụa, mây tre và nón; về thiên nhiên thì Việt Nam là một trong những quốc gia có nhiều phong cảnh thiên nhiên đẹp, địa hình đa dạng gồm đồi, sông suối, hang động, hệ động thực vật phong phú; về văn hóa truyền thống thì vùng nông thôn với những làng quê cổ kính, những nét truyền thống đặc sắc, những vùng đất có lịch sử hình thành lâu đời, giàu truyền thống; về dân tộc: có đến 54 dân tộc anh em, với bản sắc văn hóa và phong tục tập quán khác nhau, tạo nên một bức tranh màu sắc hài hòa... Với những tiềm năng trên, tác giả khảo sát và thấy rằng hiện nay các công ty du lịch mong muốn và tìm tòi sự mới mẻ nhằm thỏa mãn sự hiếu kỳ cho du khách, vai trò quan trọng hơn nữa là mong muốn giúp đỡ người dân đưa các

hoạt động du lịch vào nông nghiệp nông thôn, tiếp đón tại nông hộ. Từ đó, tác giả đã đề xuất một số nội dung phát triển du lịch nông thôn ở Việt Nam.

- Trần Thị Mai, Vũ Hoài Phương, Phan Thị Thu Hằng trong bài viết *“Kinh nghiệm, thực trạng và giải pháp phát triển du lịch làng nghề tại Thừa Thiên Huế”* [41] cho rằng Thừa Thiên Huế là tỉnh có hệ thống làng nghề đa dạng, là nơi tập trung khá đầy đủ các nhóm nghề truyền thống cũng như các nghề mới của Việt Nam. Khôi phục và phát triển làng nghề không chỉ góp phần bảo tồn, tôn vinh giá trị văn hóa đặc trưng của từng vùng mà còn tạo ra nhiều việc làm, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế và tăng khả năng cạnh tranh cho du lịch của từng địa phương. Trên cơ sở rút ra những bài học kinh nghiệm của các nước và các địa phương trong nước, đánh giá thực trạng phát triển du lịch làng nghề tại Thừa Thiên Huế thời gian qua, các tác giả đã đề xuất các nhóm giải pháp nhằm khai thác được các cơ hội phát triển du lịch làng nghề tại tỉnh Thừa Thiên Huế. Ngoài ra, các tác giả cho rằng để du lịch làng nghề tại Thừa Thiên Huế phát triển bền vững, cần đánh giá đúng tầm quan trọng của du lịch làng nghề và có sự quy hoạch hợp lý, đầu tư đồng bộ cho các làng nghề có nhiều lợi thế về thu hút khách du lịch; cần có sự chung tay của các đối tác liên quan đến công tác bảo tồn và phát triển làng nghề. Mọi hoạt động du lịch làng nghề phải vì người dân, phục vụ lợi ích của người dân và cộng đồng và phải có sự tham gia tích cực của người dân trên tất cả các mặt.

- Tác giả Nguyễn Hữu Thông trong bài *“Thực trạng ngành nghề thủ công ở Huế”* [63] đã tiếp cận dưới góc độ suy nghĩ của một cá nhân về thực trạng ngành nghề thủ công ở Huế đang dần bị mai một dưới tác động của quá trình tăng trưởng, phát triển và hội nhập kinh tế. Tác giả cho rằng một lĩnh vực được xem là sở trường, thế mạnh của Huế đang ở dạng tiềm năng chưa được đánh thức: đó là kinh tế và văn hóa thủ công nghiệp. Theo tác giả không thể gọi Huế là thành phố du lịch cảnh văn, văn hóa, khi phần mua sắm sản phẩm thủ công đang là một vấn nạn chưa tìm được

lối thoát. Khi mà quan niệm về thể mệnh về văn hóa không đủ khả năng để làm ra tiền, hay trở thành một ngành kinh doanh văn hóa đủ sức làm giàu cho dân và cho ngân sách của tỉnh... thì khó có thể giải được bài toán du lịch, dịch vụ và sản phẩm thủ công cho du khách, cũng như thị trường nội địa, xuất khẩu cho mặt hàng này. Văn hóa không chỉ là bộ mặt hay phương sách để duy trì đời sống tinh thần thuần túy mà có thể xem văn hóa như là một điều kiện thuận lợi để tạo ra cho tỉnh Thừa Thiên Huế một dạng cấu trúc ngành nghề đặc thù, mang tính chính danh duy nhất, có thể hoạt động và có khả năng giải quyết một cách hiệu quả những vấn đề kinh tế đặt ra.

Như vậy, kết quả của nhóm công trình khoa học này có ý nghĩa về mặt thực tiễn quan trọng đối với xu thế phát triển ngành du lịch gắn liền với làng nghề truyền thống ở Việt Nam. Kết quả này đã đưa ra được nhiều hướng mở cho quá trình phát triển ngành du lịch nói chung, đồng thời gìn giữ và phát huy bản sắc và giá trị truyền thống của dân tộc Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế nói riêng.

1.2. NHỮNG KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU CỦA CÁC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ MÀ LUẬN ÁN SẼ CÓ KẾ THỪA VÀ KHOẢNG TRỐNG TRONG NGHIÊN CỨU VẤN ĐỀ LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG PHỤC VỤ DU LỊCH MÀ LUẬN ÁN SẼ TIẾP TỤC

Trên cơ sở tổng quan những nội dung và kết quả chính của các công trình nghiên cứu liên quan đến vấn đề làng nghề truyền thống, làng nghề truyền thống gắn liền với phát triển du lịch nêu trên, có thể rút ra những kết quả của các công trình khoa học đã công bố mà luận án có thể kế thừa như:

- Một số vấn đề liên quan đến làng nghề truyền thống đã được làm rõ như: các lý luận cơ bản về làng nghề truyền thống, vai trò cơ bản của làng nghề truyền thống trong phát triển kinh tế nói chung và phát triển du lịch nói riêng; đánh giá tổng quan yếu tố lịch sử hình thành các làng nghề truyền thống nói chung, đồng thời khái quát hệ thống các làng nghề truyền thống ở Việt Nam; xác định vai trò

quan trọng của việc khôi phục, gìn giữ, bảo tồn những giá trị truyền thống nói chung và giá trị truyền thống của các làng nghề truyền thống Việt Nam trong tiến trình phát triển kinh tế du lịch.

- Ý tưởng phát triển du lịch với nhiều hình thức du lịch khác nhau kết hợp với LNTT của địa phương.

Kết quả nghiên cứu của các công trình khoa học đã công bố nêu trên, một mặt, đã giải quyết được nhiều vấn đề lý luận và thực tiễn quan trọng liên quan đến quá trình khôi phục và phát triển LNTT trên thế giới và ở Việt Nam; mặt khác, với xu thế phát triển theo hướng hiện đại, hội nhập quốc tế đã đặt ra một nhu cầu cấp thiết là phải tiếp tục nghiên cứu những vấn đề liên quan đến LNTT trong điều kiện mới (gắn liền với phục vụ DL). Vì vậy, luận án cho rằng, có một số vấn đề sau đây cần tiếp tục được nghiên cứu:

- Làm rõ khái niệm, đặc điểm, vai trò của LNTT phục vụ DL trong điều kiện mới của đất nước và thế giới.

- Xây dựng các tiêu chí và các nhân tố ảnh hưởng đến làng nghề truyền thống phục vụ du lịch.

- Nghiên cứu và đánh giá thực trạng về làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế, trên cơ sở đó đề xuất phương hướng và một số giải pháp để khôi phục và phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch của địa phương đến năm 2020.

Chương 2

CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN

VỀ LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG PHỤC VỤ DU LỊCH

2.1. KHÁI NIỆM, ĐẶC ĐIỂM, VAI TRÒ CỦA LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG PHỤC VỤ DU LỊCH

2.1.1. Khái niệm về làng nghề, làng nghề truyền thống và làng nghề truyền thống phục vụ du lịch

2.1.1.1. Khái niệm về làng nghề và làng nghề truyền thống

Từ buổi ban đầu, ngay trong một làng, phần lớn người dân đều làm nông nghiệp, càng về sau có những bộ phận dân cư sống bằng nghề khác, họ liên kết chặt chẽ với nhau, khiến cho nông thôn Việt Nam có thêm một số tổ chức theo kiểu nghề nghiệp, tạo thành các phường hội như Phường gốm, Phường đúc đồng, Phường dệt vải... Từ đó, các nghề được lan truyền và phát triển thành các làng nghề.

Như vậy, làng xã Việt Nam là nơi sản sinh ra nghề thủ công truyền thống và các sản phẩm mang dấu ấn tinh hoa của nền văn hóa, văn minh dân tộc. Quá trình phát triển của làng nghề là quá trình phát triển của tiểu thủ công nghiệp ở nông thôn. Lúc đầu sự phát triển đó từ một vài gia đình, rồi đến cả họ và sau đó lan ra cả làng. Thông qua lệ làng mà làng nghề định ra những quy ước như: không truyền nghề cho người làng khác, không truyền nghề cho con gái, hoặc uống rượu ăn thề không để lộ bí quyết... Trải qua một thời gian dài lịch sử, lúc thịnh, lúc suy, có những nghề được lưu giữ, có những nghề bị mai một hoặc mất hẳn và có những nghề mới ra đời.

Làng nghề được hiểu là trung tâm sản xuất thủ công, nơi quy tụ các nghệ nhân và nhiều hộ gia đình chuyên tâm làm nghề truyền thống lâu đời, có sự liên kết hỗ trợ trong sản xuất, bán sản phẩm theo kiểu phường hội, kiểu hệ thống doanh nghiệp vừa và nhỏ, và có cùng tổ nghề. Song ở đây chưa phản ánh đầy đủ tính chất làng nghề; nó như một thực thể sản xuất kinh doanh tồn tại và phát triển lâu đời trong lịch sử, là một đơn vị kinh tế tiểu thủ công nghiệp có tác dụng

to lớn đối với đời sống kinh tế - văn hóa - xã hội một cách tích cực.

Như vậy, làng nghề được quan niệm là một cụm dân cư sinh sống trong một thôn (làng) có một hay một số nghề được tách ra khỏi nông nghiệp để sản xuất kinh doanh độc lập. Thu nhập từ các nghề đó chiếm tỷ trọng cao trong tổng giá trị sản phẩm của toàn làng [32, tr.11-13].

Tuy nhiên, ngày nay với xu hướng trên thế giới, khu vực kinh tế thứ ba đóng vai trò quan trọng và trở thành chiếm ưu thế về mặt tỷ trọng thì các nghề buôn bán dịch vụ trong nông thôn cũng được xếp vào các làng nghề. Như vậy, trong làng nghề sẽ có loại làng chỉ có một nghề và làng nhiều nghề, tùy theo số lượng ngành nghề thủ công nghiệp và dịch vụ chiếm tỷ ưu thế có trong làng. Làng một nghề là làng duy nhất có một nghề xuất hiện và tồn tại, hoặc có một nghề chiếm ưu thế tuyệt đối, các nghề khác chỉ có lác đác ở một vài hộ không đáng kể. Làng nhiều nghề là làng xuất hiện và tồn tại nhiều nghề có tỷ trọng các nghề chiếm ưu thế gần như tương đương nhau. Trong nông thôn Việt Nam, trước đây loại làng một nghề xuất hiện và tồn tại chủ yếu, loại làng nhiều nghề gần đây mới xuất hiện và có xu hướng phát triển mạnh.

Quan niệm về làng nghề truyền thống:

Từ lịch sử hình thành làng nghề nói trên đã dẫn đến sự xuất hiện quan niệm về làng nghề truyền thống. Nó được hiểu là một cộng đồng dân cư, cư trú trong một phạm vi địa bàn tại các vùng nông thôn tách rời khỏi sản xuất nông nghiệp, cùng làm một hoặc nhiều nghề thủ công có truyền thống lâu đời, để sản xuất ra một hoặc nhiều loại sản phẩm bán ra thị trường để thu lợi, là những làng nghề làm nghề thủ công có truyền thống lâu năm, thường là qua nhiều thế hệ.

Qua đó, làng nghề truyền thống được quan niệm là những làng có tuyệt đại đa số bộ phận dân số làm nghề cổ truyền. Nó được hình thành, tồn tại và phát triển lâu đời trong lịch sử, được nối tiếp từ thế hệ này sang thế hệ khác kiểu cha truyền con nối hoặc ít nhất cũng tồn tại hàng chục năm. Trong làng sản xuất mang tính tập trung, có nhiều nghệ nhân tài hoa và một nhóm người có tay nghề giỏi làm hạt nhân để phát triển nghề. Đồng thời sản phẩm làm ra mang tính tiêu

biểu độc đáo, tinh xảo, nổi tiếng và đậm nét văn hóa dân tộc. Giá trị sản xuất và thu nhập, tiểu thủ công nghiệp ở làng chiếm tỷ lệ 50% so với tổng giá trị sản xuất và thu nhập của làng trong năm.

Theo đó, để xác định một làng nghề là làng nghề truyền thống thì làng nghề đó cần có những tiêu chí sau:

- + Số hộ và số lao động tham gia hoạt động theo nghề truyền thống ở làng nghề đạt từ 50% trở lên so với tổng số hộ và lao động của làng.
- + Giá trị sản xuất và thu nhập từ nghề truyền thống ở làng nghề truyền thống đạt trên 50% tổng giá trị sản xuất và thu nhập của làng trong năm.
- + Sản phẩm làm ra có tính nghệ thuật truyền thống, đậm đà bản sắc dân tộc Việt Nam.
- + Quá trình sản xuất được tuân theo bí quyết và công nghệ sản xuất truyền thống nhất định, được truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác.

Như vậy, có thể quan niệm đầy đủ về làng nghề truyền thống là những thôn, làng có một hay nhiều nghề thủ công truyền thống được tách ra khỏi nông nghiệp để sản xuất kinh doanh và đem lại nguồn thu nhập chiếm chủ yếu trong năm. Những nghề thủ công đó được truyền từ đời này sang đời khác, thường là nhiều thế hệ. Cùng với thử thách của thời gian, các làng nghề thủ công này đã trở thành nghề nổi trội, một nghề cổ truyền, tinh xảo, với một tầng lớp thợ thủ công chuyên nghiệp hay bán chuyên nghiệp đã chuyên tâm sản xuất, có quy trình công nghệ nhất định và sống chủ yếu bằng nghề đó. Sản phẩm làm ra có tính mỹ nghệ và đã trở thành hàng hóa trên thị trường [32, tr.13-15].

2.1.1.2. Khái niệm về làng nghề truyền thống phục vụ du lịch

Ngày nay, với xu hướng phát triển du lịch hiện đại đã làm xuất hiện nhiều hình thức du lịch mới ngoài các hình thức du lịch truyền thống như: du lịch sinh thái, du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng, du lịch làng nghề... Khi kinh doanh du lịch phát triển, trở thành một hệ thống mang tính tổng hợp trên phạm vi vùng miền không chỉ của một quốc gia thì người ta coi du lịch là một ngành công nghiệp với toàn bộ các hoạt động mà mục tiêu là kết hợp giá trị của

các tài nguyên du lịch thiên nhiên và nhân văn với các dịch vụ, hàng hoá để tạo ra sản phẩm du lịch, đáp ứng nhu cầu của du khách. Từ thực tế đó, nhiều LNTT đã được khôi phục, tồn tại và phát triển gắn liền với hoạt động phục vụ du lịch.

Vì vậy, trên cơ sở kế thừa những khái niệm về làng nghề truyền thống được đề cập ở trên cùng với xu hướng phát triển của các làng nghề truyền thống hiện nay, NCS đã rút ra khái niệm LNTT phục vụ DL như sau: *LNTT phục vụ DL là một "điểm đến" của du khách, nó là làng nghề truyền thống, có một hay nhiều nghề thủ công truyền thống được tách ra khỏi nông nghiệp, phát triển thành những nghề đặc trưng, nổi trội để sản xuất kinh doanh, gắn liền với hoạt động du lịch, đồng thời cung cấp sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL cho khách du lịch, góp phần tăng thêm thu nhập cho người lao động tại các LNTT từ hoạt động kinh doanh các sản phẩm du lịch đó.*

Theo điều 4, chương I, Luật Du lịch Việt Nam: *Sản phẩm du lịch* là tập hợp các dịch vụ cần thiết để thoả mãn nhu cầu của khách du lịch trong chuyến đi du lịch. Còn *dịch vụ du lịch* là việc cung cấp các dịch vụ về lữ hành, vận chuyển, lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí, thông tin, hướng dẫn và các dịch vụ khác nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch.

Từ đó có thể hiểu sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL trước hết là một loại hàng hóa nhưng là một loại hàng hóa đặc biệt, nó cũng cần có quá trình nghiên cứu, đầu tư, có người sản xuất, có người tiêu dùng... như mọi hàng hóa khác. Sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL thường mang những đặc trưng văn hóa cao, thoả mãn nhu cầu của du khách. Sản phẩm du lịch LNTT phục vụ DL được thể hiện trong các tour du lịch chính là việc khai thác các tiềm năng, nguồn lực của các LNTT theo những thể thức riêng của từng cá nhân hay một công ty nào đó. Đó chính là việc khai thác các giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể của các LNTT vào hoạt động du lịch. Như vậy, sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL là tập hợp các dịch vụ cần thiết để thoả mãn nhu cầu của khách du lịch trong chuyến đi du lịch của mình tại các LNTT phục vụ DL như trưng bày, bán hàng thủ công mỹ nghệ, biểu diễn quy trình sản xuất đi kèm với hoạt động

trải nghiệm, hướng dẫn tham quan, lưu trú tại khu vực LNTT...

Vì vậy, các LNTT phục vụ DL sẽ trở thành một trong những "điểm đến" của du khách trong các tour du lịch của họ. LNTT phục vụ DL được xem là một tài nguyên du lịch để hoạt động du lịch làng nghề khai thác. Du lịch làng nghề là loại hình du lịch khai thác giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể, các sản phẩm do nghề thủ công của các LNTT phục vụ DL tạo ra như một đối tượng tài nguyên du lịch có giá trị, được khai thác để phục vụ cho nhu cầu vui chơi, giải trí, nghiên cứu tìm hiểu văn hóa, tham quan du lịch, hoặc tham gia vào các công đoạn sản xuất sản phẩm đặc trưng của làng nghề đó, mang lại lợi ích kinh tế cho địa phương và đất nước, góp phần tôn vinh, bảo tồn giá trị truyền thống văn hóa và tăng cường vai trò kinh tế của làng nghề.

2.1.2. Đặc điểm của làng nghề truyền thống phục vụ du lịch

LNTT phục vụ DL có những đặc điểm đặc trưng như sau:

Thứ nhất, hoạt động tổ chức sản xuất kinh doanh của LNTT phục vụ DL gắn liền với hoạt động du lịch.

Hoạt động du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyển đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, tìm hiểu, giải trí, nghỉ dưỡng trong một khoảng thời gian nhất định. Vì vậy, hoạt động du lịch mang tính thời vụ, phụ thuộc vào công việc của du khách, điều kiện tự nhiên (thời tiết, mùa), thời điểm lễ hội...

Ngày nay, với xu hướng con người ngày càng thích những hình thức du lịch hướng về giá trị cội nguồn thì du lịch làng nghề đang được ưa chuộng hơn cả. Vì vậy, tại các LNTT phục vụ DL sẽ có xu hướng phát triển các hoạt động sản xuất kinh doanh của mình gắn liền với hoạt động du lịch của du khách. Quy mô sản xuất kinh doanh của các LNTT phục vụ DL sẽ được mở rộng hơn với nhiều hình thức sản xuất, dịch vụ đa dạng và phong phú vào những "thời điểm vàng" của du lịch địa phương như mùa hè, mùa lễ hội. Ngược lại, quy mô sản xuất kinh doanh sẽ thu hẹp, thậm chí sản xuất mang tính chất "cầm chừng" khi hết mùa du lịch, mùa lễ hội. Trong kế hoạch dài hạn, hoạt động sản xuất kinh

doanh của LNTT phục vụ DL gắn liền với hoạt động của du lịch trong nước và thế giới. Chính vì vậy, có sự liên kết, hợp tác chặt chẽ giữa LNTT phục vụ DL với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch và các tổ chức khác trong lĩnh vực du lịch nhằm khai thác hiệu quả tài nguyên du lịch - LNTT phục vụ DL. Xu hướng tăng, giảm của lượt du khách đến LNTT phục vụ DL ảnh hưởng đến việc chuẩn bị các yếu tố đầu vào cho sản xuất và tiêu thụ sản phẩm và các dịch vụ du lịch tại LNTT phục vụ DL. Như vậy, ở LNTT phục vụ DL có cơ chế phân bổ lợi ích giữa các chủ thể kinh doanh sản xuất với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch và các tổ chức khác để xây dựng "chữ tín" và giải quyết quan hệ lợi ích cho bên tham gia.

Thứ hai, phát triển đa dạng về quy mô, cơ cấu ngành nghề và các dịch vụ khác tại LNTT phục vụ DL.

Các làng nghề truyền thống ở nước ta đều ra đời và tách dần từ nông nghiệp. Ban đầu người lao động ở nông thôn do nhu cầu việc làm và thu nhập đã làm nghề thủ công bên cạnh làm ruộng, nghề chính là làm ruộng, nghề phụ là nghề thủ công. Khi lực lượng sản xuất đã phát triển thì thủ công nghiệp tách ra thành ngành độc lập, vươn lên thành ngành sản xuất chính ở một số làng; song để đảm bảo cuộc sống, người dân bao giờ cũng làm thêm nghề nông hay buôn bán hoặc làm thêm nghề khác. Sự kết hợp đa nghề này thường thể hiện trong một làng hay trong từng gia đình bởi vì người thợ thủ công vốn là người nông dân tách ra làm nghề thủ công, từ đó nghề thủ công truyền thống ra đời nhằm đáp ứng nhu cầu sinh hoạt của nông dân, nông nghiệp và thúc đẩy nhau cùng phát triển. Về cơ cấu ngành nghề đã có sự thích ứng với cơ chế thị trường, một số ngành phát triển mạnh như sản xuất vật liệu xây dựng, chế biến nông sản - thực phẩm, cơ kim khí. Có thể nói cơ cấu ngành nghề của các ngành nghề truyền thống trong vùng rất đa dạng và phong phú. Ở các địa phương khác nhau thì tỷ lệ các ngành nghề cũng khác nhau do nhu cầu tiêu thụ và tiêu dùng cũng khác nhau. Về quy mô, đại bộ phận các cơ sở sản xuất kinh doanh trong làng nghề truyền thống có quy mô nhỏ, vốn ít, bình quân mỗi hộ gia đình có vài ba chục

triệu đồng. Tính đặc thù của làng nghề truyền thống là phát triển với nhiều loại mô hình sản xuất, hình thức tổ chức của các đơn vị sản xuất cũng mang đậm sắc thái nông nghiệp nông thôn như các hộ, tổ hợp tác, hợp tác xã... Về trình độ kỹ thuật - công nghệ, đã có sự đan xen kết hợp yếu tố truyền thống với yếu tố hiện đại trên cơ sở tận dụng tiềm năng và lợi thế lao động của mỗi địa phương, đồng thời kết hợp tay nghề cao với công cụ cơ giới hóa, hiện đại hóa và áp dụng công nghệ tiên tiến và sản xuất như thiết bị chế biến lương thực, thực phẩm, công nghệ sinh học...

Trên cơ sở đó, đối với LNTT phục vụ DL không chỉ phải tập trung vào khâu sản xuất nhằm tạo ra nhiều sản phẩm phong phú, độc đáo, phù hợp với sở thích của khách du lịch mà phải phát triển các dịch vụ du lịch khác như: dịch vụ lưu trú, ăn uống, tham quan, trưng bày, trải nghiệm, vận chuyển, tiếp thị, kho bãi, trưng bày..., đặc biệt là phải liên kết với các công ty du lịch để khách du lịch có thể tiếp cận với sản phẩm du lịch của làng nghề.

Thứ ba, sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL được cụ thể hóa thành sản phẩm thủ công mỹ nghệ và các loại hình dịch vụ du lịch, rất phong phú và đa dạng, hướng theo thỏa mãn nhu cầu của du khách.

Các sản phẩm thủ công mỹ nghệ của các làng nghề truyền thống đều là sản phẩm của phương pháp sản xuất thủ công tinh xảo với sự sáng tạo nghệ thuật của nghệ nhân, chính điều này đã tạo ra những đặc thù khác nhau của hàng thủ công truyền thống như tính riêng lẻ, tính đơn chiếc mạnh hơn tính đồng loạt; chiều sâu nhiều hơn chiều rộng, mang tính tính trường phái, gia tộc giữ bí quyết hơn là sự phổ cập, phổ biến rộng rãi; đầy chất trí tuệ trí thức lâu đời. Ngoài ra việc sử dụng các sản phẩm này đồng thời phải thưởng thức tính nghệ thuật của nó. Chính sự kết hợp này đã tạo nên tính cá biệt và sắc thái riêng của mỗi làng nghề, nó giải thích tại sao làng nghề cụ thể này không có sản phẩm bằng làng nghề kia, nghệ nhân ở làng nghề này không thể thay thế bằng nghệ nhân ở làng nghề khác. Mặc dù, ở các làng nghề ấy đều cùng làm một nghề và sản xuất ra cùng một loại sản phẩm. Sản phẩm thủ công mỹ nghệ truyền thống Việt Nam

bao giờ cũng phản ánh sâu sắc tư tưởng tình cảm và quan niệm thẩm mỹ của dân tộc Việt Nam, bản sắc văn hóa Việt Nam. Chính yếu tố tài hoa đậm nét này của sản phẩm thủ công mỹ nghệ truyền thống đã tạo nên vị trí quan trọng của các sản phẩm này trên thương trường và giao lưu quốc tế. Các sản phẩm thủ công truyền thống Việt Nam vừa phản ánh những nét văn hóa đặc sắc của dân tộc, vừa có những nét riêng của làng nghề.

Các dịch vụ du lịch tại LNTT phục vụ DL về cơ bản là vô hình (không cụ thể). Thực ra, nó là một kinh nghiệm du lịch hơn là một món hàng cụ thể. Mặc dù trong cấu thành sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL có hàng hóa. Tuy nhiên, dịch vụ du lịch LNTT phục vụ DL là không cụ thể nên dễ dàng bị sao chép, bắt chước (những chương trình du lịch, cách tiếp đón du khách...). Việc làm khác biệt hóa sản phẩm này mang tính cạnh tranh khó khăn hơn trong kinh doanh hàng hóa. Hơn nữa, do dịch vụ du lịch chủ yếu là dịch vụ, vì vậy mà khách hàng không thể kiểm tra chất lượng sản phẩm trước khi mua, gây khó khăn cho việc chọn các hình thức dịch vụ du lịch của LNTT phục vụ DL. Việc tiêu dùng dịch vụ du lịch của LNTT phục vụ DL xảy ra cùng một thời gian và địa điểm sản xuất ra chúng. Dịch vụ du lịch không thể tồn kho, dự trữ được và rất dễ hỏng, do đó không thể đưa dịch vụ du lịch của LNTT phục vụ DL đến khách hàng, mà khách hàng phải tự đến nơi sản xuất ra nó.

Như vậy, việc tiêu dùng sản phẩm du lịch LNTT phục vụ DL mang tính thời vụ: thông thường, hoạt động du lịch phụ thuộc rất nhiều vào các yếu tố địa lý tự nhiên, thời gian rỗi và tình hình tài chính của du khách. Vì vậy, việc tiêu dùng sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL có tính thời vụ cao. Trên thực tế, khắc phục tính thời vụ trong hoạt động du lịch là một vấn đề rất khó và có xu hướng ngày càng phức tạp do sự phụ thuộc các điều kiện tự nhiên, thời tiết khí hậu nơi du khách chọn đến.

Sản phẩm du lịch LNTT phục vụ DL nằm ở xa nơi cư trú của khách du lịch, do sự phân bố của các LNTT phục vụ DL thường nằm xa nơi cư trú của du khách nên các du khách phải có sự di chuyển nhất định đến các LNTT phục vụ

DL thì mới có thể tiêu dùng các sản phẩm du lịch ở đây. Nhiều chủ thể khác nhau có thể cùng tham gia cung ứng sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL bởi vì đây là loại hình sản phẩm có thể cùng một lúc nhiều chủ thể khai thác và đưa vào cung ứng trên thị trường dưới nhiều hình thức khác nhau, có sự cạnh tranh khá gay gắt nhằm thỏa mãn tốt nhất nhu cầu của du khách.

Thứ tư, đội ngũ lao động ở các làng nghề truyền thống phục vụ du lịch bao gồm các nghệ nhân có tay nghề cao, nắm giữ bí quyết độc đáo của làng nghề; các thợ có tay nghề cao và các thợ học việc.

Ở làng nghề truyền thống, lao động thủ công chiếm chủ yếu nên lao động trong các làng nghề truyền thống là những người lao động thủ công có trình độ, tay nghề tinh xảo, khéo léo, có đầu óc thẩm mỹ và đầy tính sáng tạo.

Phần lớn đội ngũ lao động của các LNTT thường tham gia sản xuất vào những lúc nông nhàn, mang tính thời vụ. Lao động trong các làng nghề truyền thống chủ yếu là trong các hộ gia đình (chiếm khoảng 90%), chỉ khoảng 10% nằm ở các doanh nghiệp. Chính vì vậy, đã giải quyết được phần lớn lao động nông nhàn bằng cách thu hút họ làm việc ở những công đoạn đơn giản của quá trình sản xuất.

Thứ năm, LNTT phục vụ DL là sự kết tinh giá trị văn hóa lâu đời của dân tộc.

Từ xa xưa, người nước ngoài hiểu Việt Nam, quan hệ mật thiết với Việt Nam, trước hết là từ yếu tố văn hóa. Một đặc điểm nổi bật là những làng nghề truyền thống mang chất văn hóa dân tộc rất đậm đà và là những bảo vật vô giá. Trống đồng Ngọc Lũ; tượng Phật nghìn mắt, nghìn tay; tranh sơn mài, tranh lụa, tranh dân gian khắc trên đá, trên gốm...Đó là những minh chứng cho đời sống sinh hoạt, cảnh quan thiên nhiên và phong tục tập quán của dân tộc ta qua từng thời kỳ lịch sử.

Như vậy làng nghề truyền thống không chỉ là những đơn vị kinh tế, thực hiện mục tiêu sản xuất hàng tiêu dùng và hàng xuất khẩu mà còn mang nét đặc sắc, biểu trưng của nền văn hóa dân tộc, văn hóa cộng đồng làng xã Việt Nam.

2.1.3. Vai trò của làng nghề truyền thống phục vụ du lịch

Làng nghề truyền thống phục vụ du lịch có những vai trò quan trọng đối với sự phát triển du lịch, kinh tế, xã hội ở địa phương cụ thể như sau:

Thứ nhất, LNTT phục vụ DL góp phần khai thác các nguồn lực về tài nguyên du lịch, vốn đầu tư, cơ sở vật chất - kỹ thuật và nguồn nhân lực cho phát triển du lịch ở địa phương.

Ngày nay, xu hướng du lịch nhân văn, trở về với các giá trị truyền thống ngày càng trở nên phổ biến và có sức hấp dẫn đối với du khách. Theo quy định tại điều 13, Luật Du lịch có hiệu lực từ ngày 01/01/2006, tài nguyên du lịch gồm tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch nhân văn đang được khai thác và chưa được khai thác. Tài nguyên du lịch tự nhiên gồm các yếu tố địa chất, địa hình, địa mạo, khí hậu, thủy văn, hệ sinh thái, cảnh quan thiên nhiên có thể được sử dụng phục vụ mục đích du lịch. Tài nguyên du lịch nhân văn gồm truyền thống văn hóa, các yếu tố văn hoá, văn nghệ dân gian, di tích lịch sử, cách mạng, khảo cổ, kiến trúc, các công trình lao động sáng tạo của con người và các di sản văn hoá vật thể, phi vật thể khác có thể được sử dụng phục vụ mục đích du lịch.

Hệ thống các LNTT phục vụ DL với các đặc điểm đặc trưng, riêng có nên ngày càng cung cấp và đáp ứng được nhu cầu du lịch nhân văn của khách du lịch nhiều hơn. Điều này đã biến các LNTT phục vụ DL trở thành điểm đến du lịch phổ biến, góp phần tăng thêm tài nguyên du lịch cho địa phương theo hướng ngày càng phong phú và đa dạng.

LNTT phục vụ DL thường có quy mô sản xuất nhỏ, sử dụng bí quyết và công nghệ sản xuất truyền thống là chủ yếu, hoạt động mang tính thời vụ cao, vì vậy phù hợp với khả năng huy động vốn và các nguồn lực vật chất của các hộ gia đình và các chủ thể sản xuất kinh doanh. Đây được xem là lợi thế để các LNTT phục vụ DL có thể huy động các loại vốn nhàn rỗi trong dân cư có thể có nơi đầu tư hiệu quả, góp phần tăng nguồn vốn đầu tư, cải thiện cơ sở vật chất - kỹ thuật tại LNTT phục vụ DL, góp phần phát triển du lịch của địa phương.

Với xu hướng phát triển du lịch hiện đại, LNTT phục vụ DL đã góp

phần tăng thêm nguồn nhân lực cho phát triển du lịch ở địa phương thông qua việc khai thác hiệu quả nguồn nhân lực ở nông thôn. Các LNTT phục vụ DL đã tạo cơ hội cho người lao động ở nông thôn không có khả năng sản xuất nông nghiệp, hoặc trong thời gian nông nhàn chuyển sang làm ngành nghề có ưu thế hơn, tận dụng được tối đa thời gian rảnh rỗi, phát triển nhiều dịch vụ du lịch như cung cấp các dịch vụ về, thông tin, hướng dẫn, lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí và những dịch vụ khác nhằm đáp ứng nhu cầu của du khách, góp phần tạo thêm được nhiều việc làm mới, thu hút được nhiều lao động hơn. Từ đó, người lao động ở nông thôn có việc làm ổn định, tăng thu nhập cho các hộ gia đình, nâng cao chất lượng cuộc sống của mình.

Thứ hai, LNTT phục vụ DL góp phần làm tăng cung và đa dạng hóa sản phẩm du lịch cho địa phương.

Sản phẩm của LNTT phục vụ DL là sản phẩm được tạo ra bởi sự kết hợp phương pháp thủ công tinh xảo với sự sáng tạo nghệ thuật của đội ngũ lao động tại các LNTT này, điều này đã tạo ra những độc đáo, riêng có giữa sản phẩm thủ công mỹ nghệ và sản phẩm công nghiệp, thể hiện cụ thể ở tính riêng lẻ, tính đơn chiếc mạnh hơn tính đồng loạt; chiều sâu nhiều hơn chiều rộng, mang tính trường phái, gia tộc giữ bí quyết hơn là sự phổ cập, phổ biến rộng rãi; đầy chất trí tuệ trí thức lâu đời.. Sự giao kết này đã tạo nên tính cá biệt và sắc thái riêng của mỗi LNTT phục vụ DL. Ngoài ra, việc sử dụng các sản phẩm này đồng thời là sự thưởng thức tính nghệ thuật của nó. Do đó, LNTT phục vụ DL góp phần làm tăng cung sản phẩm du lịch cho địa phương.

Sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ cần thiết để thoả mãn nhu cầu của khách du lịch trong chuyến đi du lịch. Mỗi một sản phẩm của LNTT phục vụ DL là một tác phẩm văn hóa nghệ thuật và văn hóa tinh thần kết tinh trong đó. Tuy nhiên, sự phát triển của LNTT phục vụ DL cũng chịu sự tác động của quy luật kinh tế thị trường, vì vậy hoạt động sản xuất và kinh doanh tại LNTT phục vụ DL đã nhạy bén hơn với thị trường trong việc đổi mới mẫu mã, chất lượng và linh hoạt thay đổi hướng sản xuất... nên sản phẩm của LNTT phục vụ DL

phát triển phong phú cả hai hình thức là vật thể (sản phẩm thủ công mỹ nghệ độc đáo, riêng có) và phi vật thể (các loại hình dịch vụ du lịch tại LNTT phục vụ DL). Điều này góp phần làm đa dạng hóa sản phẩm du lịch của địa phương, góp phần đáp ứng nhu cầu của khách du lịch.

Thứ ba, LNTT phục vụ DL góp phần tạo ra những điểm đến du lịch đặc trưng, mở rộng hình thức liên kết và hợp tác trong phát triển du lịch ở địa phương.

Điểm đến du lịch là nơi có tài nguyên du lịch hấp dẫn, phục vụ nhu cầu tham quan của khách du lịch. Du lịch làng nghề truyền thống là loại hình du lịch văn hoá tổng hợp đưa khách du lịch tới tham quan, trải nghiệm tại các LNTT phục vụ DL. Tour du lịch làng nghề là dịp được khám phá, tìm hiểu quy trình kỹ thuật của nghề truyền thống, thâm nhập cuộc sống cộng đồng với những phong tục, tập quán và các nghi thức phùng, hội riêng của các làng nghề truyền thống trên khắp miền đất nước. LNTT phục vụ DL với những đặc điểm đặc trưng, không gian và văn hóa của mình đã góp phần tạo nên những điểm đến du lịch mới, hấp dẫn khách du lịch hơn.

Với vai trò là điểm đến du lịch mới, LNTT phục vụ DL đã mở rộng sự liên kết, hợp tác trong phát triển du lịch ở địa phương. Trong xu hướng phát triển du lịch hiện đại, các LNTT phục vụ DL đã có sự liên kết với nhau để tạo ra một hệ thống LNTT phục vụ DL đặc sắc, đặc trưng nổi bật, thu hút khách du lịch; đồng thời đối với các công ty du lịch lữ hành cũng liên kết, hợp tác với các LNTT phục vụ DL để thực hiện tour du lịch LNTT cho khách du lịch. Các công ty này có thể là ở trong nước hoặc ở nước ngoài. Chính điều này, LNTT phục vụ DL đã góp phần quan trọng trong việc mở rộng liên kết, hợp tác vừa ở trong nước, vừa ở nước ngoài, góp phần phát triển du lịch địa phương.

Thứ tư, LNTT phục vụ DL góp phần giữ gìn bản sắc dân tộc ở Việt Nam.

Lịch sử phát triển LNTT phục vụ DL gắn liền với lịch sử phát triển văn hóa của dân tộc Việt Nam, nó vừa là nhân tố góp phần tạo nên nền văn hóa ấy, vừa là sự biểu hiện tập trung nhất bản sắc dân tộc Việt Nam. LNTT phục vụ DL có đội ngũ nghệ nhân với bí quyết và công nghệ sản xuất truyền thống

độc đáo, riêng có của từng làng nghề, góp phần cho nhiều nghề truyền thống ở địa phương đã được khôi phục và phát triển phù hợp theo hướng thị trường.

LNTT phục vụ DL là cả một môi trường kinh tế, xã hội và văn hóa, nó bảo lưu những tinh hoa nghệ thuật, bí quyết và công nghệ sản xuất truyền thống mang đậm bản sắc dân tộc Việt Nam. Những phong tục tập quán, đền thờ, miếu mạo... của mỗi làng xã vừa có nét chung của văn hóa dân tộc, vừa có nét riêng của mỗi làng quê. Các sản phẩm của LNTT làm ra là sự kết tinh, sự giao lưu và phát triển các giá trị truyền thống, văn minh lâu đời của dân tộc. Người nước ngoài biết đến Việt Nam chủ yếu là thông qua phong tục tập quán, các mặt hàng thủ công truyền thống của Việt Nam. Sản phẩm thủ công mỹ nghệ của LNTT phục vụ DL mang đậm bản sắc dân tộc, mang nét đặc sắc riêng biệt với các dân tộc khác trên thế giới, nó là dấu ấn di sản văn hóa quý báu mà cha ông ta để lại cho thế hệ sau. Với những đặc điểm đặc biệt ấy, chúng không còn là hàng hóa đơn thuần mà đã trở thành sản phẩm văn hóa với tính nghệ thuật cao và được coi là biểu tượng nghệ thuật truyền thống của dân tộc Việt Nam và ngày nay được biết đến nhiều hơn thông qua sự phát triển của hình thức du lịch làng nghề truyền thống. Chính vì vậy, LNTT phục vụ DL góp phần gìn giữ bản sắc dân tộc ở Việt Nam.

Tóm lại, các LNTT phục vụ DL có vai trò quan trọng trong phát triển du lịch, kinh tế, xã hội ở địa phương, góp phần tăng cường sự kết hợp giữa phát triển LNTT phục vụ DL với phát triển du lịch trong xu thế hội nhập thế giới, góp phần cho kinh tế du lịch địa phương ngày càng phát triển theo hướng thị trường.

2.2. CÁC TIÊU CHÍ VÀ NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG PHỤC VỤ DU LỊCH

2.2.1. Các tiêu chí đánh giá làng nghề truyền thống phục vụ du lịch

2.2.1.1. Sản phẩm du lịch của làng nghề truyền thống phục vụ du lịch

Sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL có sự thích ứng và tính khả biến cao, mang nặng dấu ấn của các cá nhân, các nhà tổ chức, khai thác. Sản phẩm này thường dùng cho khách du lịch, phục vụ những đối tượng sử dụng dịch vụ du

lịch. Vì vậy, chúng được sản xuất ra phải được bán trên thị trường, phục vụ nhu cầu của các đối tượng khách du lịch là cư dân của các vùng miền khác nhau. Bên cạnh đó, sản phẩm này có giá trị văn hóa đi kèm với giá trị kinh tế - xã hội và được đo bằng giá cả với qui mô không hạn chế, thời gian và không gian không xác định. Định tính và định lượng của chúng được thể hiện qua thời gian hoạt động. Vì vậy, giá trị sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL là hữu hình, biểu hiện thông qua những chỉ số kinh tế thu được qua các năm.

Tại LNTT phục vụ DL, sản phẩm du lịch được cụ thể hóa thành sản phẩm thủ công mỹ nghệ và các loại hình dịch vụ du lịch tại đây, từ đó việc phân tích và đánh giá tình hình sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL qua các năm được thể hiện qua các tiêu chí sau:

- Sản lượng và doanh thu sản phẩm thủ công mỹ nghệ của LNTT phục vụ DL.

Tiêu chí về sản lượng và doanh thu sản phẩm thủ công mỹ nghệ của LNTT phục vụ DL sẽ phản ánh được một cách cơ bản về tình hình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm của các chủ thể sản xuất kinh doanh tại các LNTT này. Đây là cơ sở để các chủ thể sản xuất kinh doanh tại LNTT phục vụ DL mở rộng hay thu hẹp quy mô sản xuất của mình.

Nếu sản lượng tiêu thụ các sản phẩm thủ công mỹ nghệ tăng cao qua các năm có nghĩa là mặt hàng đó duy trì và giữ vững được thị phần. Cũng tương tự như vậy, nếu doanh thu tăng với tốc độ hợp lý qua các năm chứng tỏ mặt hàng này có năng lực cạnh tranh cao, được thị trường chấp nhận. Còn nếu khối lượng tiêu thụ lớn nhưng doanh thu không tăng chứng tỏ giá bán sản phẩm giảm sút, tức năng lực cạnh tranh của sản phẩm bị giảm sút, có thể do doanh nghiệp đã phải dùng biện pháp hạ giá bán để kích thích tiêu thụ, nhằm thu hút lượt du khách đến đây nhiều hơn, góp phần làm tăng "giá trị điểm đến" của LNTT phục vụ DL.

- Số lượng, chất lượng và doanh thu của các loại hình dịch vụ du lịch tại LNTT phục vụ DL.

Du khách đến LNTT phục vụ DL chủ yếu là với mục đích tìm hiểu lịch sử văn hóa lâu đời, nét độc đáo của các sản phẩm, và bàn tay tài hoa của nghệ nhân,

ngủ nghỉ, tham quan du lịch... Vì vậy, vấn đề quan trọng tạo nên sức hấp dẫn của LNTT phục vụ DL với du khách là sự đa dạng và chất lượng của các hình thức dịch vụ du lịch của LNTT phục vụ DL như: dịch vụ lưu trú của du khách khi đến LNTT phục vụ DL, dịch vụ ăn uống, tham quan, dịch vụ trải nghiệm làm một người thợ thủ công, dịch vụ mua sắm các sản phẩm thủ công mỹ nghệ,...

Tiêu chí này sẽ góp phần đánh giá được sự kết nối giữa hoạt động du lịch với các LNTT phục vụ DL trong việc phục vụ và thu hút du khách đến nơi đây. Chất lượng của các loại hình dịch vụ du lịch được thể hiện qua mức độ hài lòng của du khách khi họ đến đây và sự trở lại tham quan lần sau của họ. Ngoài ra, tiêu chí này phần nào làm rõ được LNTT phục vụ DL đã thực sự là "điểm đến" hấp dẫn đối với du khách hay chưa? Đồng thời, góp phần cho các doanh nghiệp kinh doanh du lịch tại các LNTT phục vụ DL có cơ sở để hoạch định chiến lược phát triển của mình.

Như vậy, sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL sẽ là "cầu nối" hiệu quả giữa hoạt động tổ chức sản xuất kinh doanh tại LNTT phục vụ DL với hoạt động du lịch, các tour, tuyến du lịch trong nước và quốc tế, góp phần xây dựng các LNTT phục vụ DL là "điểm đến" hấp dẫn của du khách.

2.2.1.2. Lực lượng lao động của làng nghề truyền thống phục vụ du lịch

Lực lượng lao động của LNTT phục vụ DL bao gồm những người lao động từ 15 tuổi trở lên đang tham gia các hoạt động kinh tế tại các LNTT phục vụ DL, được xem xét trên các mặt sau:

- Đội ngũ nghệ nhân tại các LNTT phục vụ DL: đây là một bộ phận lao động quan trọng trong lực lượng lao động của LNTT phục vụ DL. Bộ phận này có số lượng rất ít và ở độ tuổi khá lớn (trên 65 tuổi). Họ là những nghệ nhân tham gia lao động tích cực với vai trò quyết định sự tồn vong của các LNTT này, do họ là đội ngũ nắm giữ bí quyết của công nghệ sản xuất truyền thống độc đáo của LNTT, là lực lượng chính để dẫn dắt và truyền nghề cho thế hệ sau, đồng thời họ là bộ phận am hiểu và có kỹ năng làm dịch vụ du lịch dựa trên tay nghề của mình (như giới thiệu lịch sử của LNTT phục vụ DL, biểu diễn thành thạo

quy trình sản xuất độc đáo của nghề ở LNTT phục vụ DL cho du khách,...). Đội ngũ này là bộ phận lao động thường xuyên, ổn định tại các LNTT phục vụ DL.

Tuy nhiên, việc truyền nghề cho thế hệ sau bị hạn chế bởi những quy định, những "hương ước" riêng của từng LNTT phục vụ DL, từng dòng tộc như không truyền nghề cho người ngoài dòng tộc, không truyền nghề cho con gái... làm cho bí quyết gia truyền độc đáo của từng nghề, từng LNTT phục vụ DL ngày càng bị thất truyền, dẫn đến nguy cơ nhiều LNTT này bị mai một, hoặc là không giữ được nét độc đáo, giá trị truyền thống nguyên thủy của nó.

Vì vậy, không những số lượng và chất lượng của đội ngũ nghệ nhân mới có thể đánh giá được sự phát triển của LNTT phục vụ DL, mà còn do ý thức và nhận thức mới của họ về vấn đề truyền nghề cho thế hệ sau quyết định. Tất cả những yếu tố đó sẽ quyết định sự tồn tại và phát triển của các LNTT phục vụ DL trong điều kiện mới.

- *Đội ngũ thợ tại các LNTT phục vụ DL:* đây là bộ phận lao động chưa biết nghề trước đó nhưng tham gia lao động trong một thời gian dài tại các LNTT dưới sự hướng dẫn, dạy nghề của đội ngũ nghệ nhân ở LNTT phục vụ DL là chủ yếu. Họ cũng được trang bị những kỹ năng cơ bản để tham gia thực hiện các dịch vụ du lịch tại LNTT phục vụ DL. *Đội ngũ thợ* bao gồm: thợ bậc cao, thợ có tay nghề và thợ đang học việc.

Thợ bậc cao là những người lao động tham gia lao động tại các LNTT phục vụ DL trong thời gian dài, được học và truyền nghề bởi đội ngũ nghệ nhân của LNTT này. Từ đó, họ nắm được bí quyết và được công nhận có trình độ cao đối với nghề cụ thể của LNTT phục vụ DL (là thợ bậc 5, bậc 6, hay bậc 7). Đây là đội ngũ kế cận, sẽ trở thành đội ngũ nghệ nhân trong tương lai, hoạt động thường xuyên tại các LNTT phục vụ DL nói riêng.

Thợ có tay nghề là bộ phận những người lao động tham gia lao động tại các LNTT phục vụ DL trong thời gian nhất định, đã trải qua thời gian học việc và được công nhận trình độ nhất định đối với nghề mà họ đã học (như thợ bậc 1, bậc 2, bậc 3, bậc 4). Họ có thể được đội ngũ nghệ nhân truyền nghề, hoặc đội ngũ thợ bậc cao

dạy nghề. Một bộ phận lớn của đội ngũ này là hoạt động thường xuyên tại LNTT này, còn một bộ phận nhỏ thì hoạt động mang tính thời vụ, chỉ khi nào được huy động thì họ sẽ tham gia sản xuất tại các LNTT phục vụ DL.

Thợ đang học việc là bộ phận những người lao động mới vào tham gia lao động tại LNTT phục vụ DL, họ chưa được giao công việc chính mà chỉ mới được quan sát, phụ việc... Đội ngũ này chủ yếu hoạt động mang tính chất thời vụ tại các LNTT này.

- Đội ngũ lao động hoạt động dịch vụ du lịch ở các LNTT. Đội ngũ này có thể đồng thời là đội ngũ nghệ nhân, thợ tại các LNTT, hoặc là một bộ phận các hướng dẫn viên, nhân viên của các doanh nghiệp kinh doanh DL. Đây là đội ngũ quan trọng để góp phần phát triển LNTT phục vụ DL.

Bên cạnh đó, lực lượng lao động của các LNTT phục vụ DL cũng được xem xét, đánh giá dựa trên tình trạng sức khỏe, trình độ văn hóa, năng lực phẩm chất, phong tục tập quán, mức độ muốn gắn bó và tiếp tục muốn lưu truyền và gìn giữ nghề truyền thống của họ.

2.2.1.3. Nguồn vốn và năng lực tài chính của chủ thể sản xuất kinh doanh của làng nghề truyền thống phục vụ du lịch

- *Nguồn vốn cho LNTT phục vụ DL.*

Nguồn vốn đầu tư là một yếu tố quan trọng để đánh giá quy mô hoạt động, mức độ phát triển của LNTT phục vụ DL. Trong phạm vi của chủ thể sản xuất kinh doanh, để tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh đều phải có một lượng nhất định các yếu tố sản xuất như máy móc thiết bị, nguyên vật liệu, công cụ dụng cụ, sức lao động,... Trong nền kinh tế thị trường, mọi vận hành kinh tế đều được tiền tệ hóa, do đó có thể có được các yếu tố nói trên đòi hỏi họ phải có một lượng tiền ứng trước nhất định, được gọi là vốn sản xuất kinh doanh.

Vậy có thể hiểu, vốn là lượng tiền ứng trước để thỏa mãn nhu cầu về tài sản dùng vào hoạt động kinh doanh của chủ thể sản xuất kinh doanh nhằm mục đích sinh lời. Gọi là số tiền ứng trước vì nếu họ hoạt động kinh doanh có hiệu quả sẽ thu hồi lại được số vốn bỏ ra ban đầu và làm sinh lời vốn.

Tuy nhiên, có vốn mới chỉ là điều kiện cần nhưng chưa đủ để đạt mục đích kinh doanh. Vì vậy, vấn đề đặt ra có ý nghĩa tiếp theo là phải sử dụng có hiệu quả nguồn vốn sản xuất kinh doanh.

Hiệu quả sử dụng vốn là chỉ tiêu biểu hiện một mặt về hiệu quả kinh doanh, phản ánh trình độ quản lý và sử dụng vốn chủ thể sản xuất kinh doanh trong việc tối đa hóa kết quả lợi ích hoặc tối thiểu hóa số vốn và thời gian sử dụng theo các điều kiện nguồn lực xác định phù hợp với mục tiêu kinh doanh.

Đối tượng nghiên cứu của luận án là các LNTT phục vụ DL, do đó các chủ thể sản xuất kinh doanh thường có nguồn vốn với quy mô nhỏ, thường xuyên biến động qua các giai đoạn, các thời kỳ. Vì vậy, ta có thể sử dụng các tiêu chí sau để đánh giá hiệu quả sử dụng vốn của chủ thể sản xuất kinh doanh ở LNTT phục vụ DL:

- + Vòng quay của vốn kinh doanh. Chỉ số này phản ánh một đồng vốn kinh doanh sử dụng trong kỳ tạo ra được bao nhiêu đồng doanh thu.

- + Giá trị sản xuất. Giá trị sản xuất (GO) là toàn bộ giá trị sản phẩm vật chất và dịch vụ mà chủ thể sản xuất đã tạo ra trong một thời kỳ nhất định (thường là 1 năm). Như vậy, giá trị sản xuất của chủ thể sản xuất kinh doanh được tính cả kết quả sản xuất vật chất và sản xuất dịch vụ hoàn thành và chưa hoàn thành trong năm.

Chỉ tiêu giá trị sản xuất đó được dùng để đánh giá quy mô, kết quả hoạt động sản xuất của chủ thể sản xuất kinh doanh, là căn cứ để tính giá trị tăng thêm của chủ thể sản xuất kinh doanh.

- Năng lực tài chính của chủ thể sản xuất kinh doanh tại LNTT phục vụ DL.

Năng lực tài chính trong một chủ thể sản xuất kinh doanh phản ánh kết quả sản xuất kinh doanh của nội bộ doanh nghiệp đó và là sức mạnh nguồn lực khẳng định vị thế cạnh tranh của chủ thể sản xuất kinh doanh đó trên thị trường. Một chủ thể sản xuất kinh doanh có năng lực tài chính mạnh thì sẽ có nhiều cơ hội thuận lợi trong việc cạnh tranh sản phẩm so với đối thủ, ngược lại, các sản phẩm của chủ thể sản xuất kinh doanh có năng lực cạnh tranh cao trên thị trường

sẽ tạo cho hoạt động sản xuất kinh doanh của họ đạt hiệu quả cao, đảm bảo tính cân đối, bền vững, tạo nên sức mạnh tài chính cho chủ thể sản xuất kinh doanh. Chính vì vậy, đánh giá năng lực tài chính là nhằm đo lường sức mạnh tài chính để khẳng định vị thế của chủ thể sản xuất kinh doanh nhằm đảm bảo nguồn lực để tăng sức cạnh tranh sản phẩm trên thị trường.

Các tiêu chí đánh giá về năng lực tài chính của chủ thể sản xuất kinh doanh bao gồm:

+ Khả năng thanh toán ngắn hạn: là năng lực về tài chính mà chủ thể sản xuất kinh doanh có được để đáp ứng nhu cầu thanh toán các khoản nợ cho các cá nhân, tổ chức có quan hệ cho doanh nghiệp vay hoặc nợ. Năng lực tài chính đó tồn tại dưới dạng tiền tệ (tiền mặt, tiền gửi ...), các khoản phải thu từ các cá nhân mắc nợ, các tài sản có thể chuyển đổi nhanh thành tiền như: hàng hóa, thành phẩm, hàng gửi bán. Các khoản nợ của chủ thể sản xuất kinh doanh có thể là các khoản vay ngắn hạn ngân hàng, khoản nợ tiền hàng do xuất phát từ quan hệ mua bán các yếu tố đầu vào hoặc sản phẩm hàng hóa mà họ phải trả cho người bán hoặc người mua đặt trước, các khoản thuế chưa nộp ngân hàng nhà nước, các khoản chưa trả lương. Với quan niệm khả năng thanh toán ngắn hạn của chủ thể sản xuất kinh doanh như vậy thì khả năng thanh toán ngắn hạn của họ được tính theo công thức như sau:

Khả năng thanh toán ngắn hạn = Tài sản lưu động và đầu tư ngắn hạn / Nợ ngắn hạn

Theo công thức trên, khả năng thanh toán của chủ thể sản xuất kinh doanh sẽ là tốt nếu tài sản lưu động và đầu tư ngắn hạn chuyển dịch theo xu hướng tăng lên và nợ ngắn hạn chuyển dịch theo xu hướng giảm xuống; hoặc đều chuyển dịch theo xu hướng cùng tăng nhưng tốc độ tăng của tài sản lưu động và đầu tư ngắn hạn lớn hơn tốc độ tăng của nợ ngắn hạn; hoặc đều chuyển dịch theo xu hướng cùng giảm nhưng tốc độ giảm của tài sản lưu động và đầu tư ngắn hạn nhỏ hơn tốc độ giảm của nợ ngắn hạn. chỉ tiêu này phản ánh chủ thể sản xuất kinh doanh đáp ứng được các nghĩa vụ tài chính.

+ Hệ số vòng quay tài sản là tỷ lệ giữa tổng doanh thu thuần và tổng tài sản bình quân. Hệ số này đo lường hiệu quả quản lý và sử dụng tài sản của chủ thể sản xuất kinh doanh. Hệ số này càng cao cho thấy việc sử dụng tài sản của chủ thể sản xuất kinh doanh vào các hoạt động sản xuất kinh doanh càng hiệu quả.

+ Chỉ số nợ là tỷ lệ giữa tổng nợ và tổng tài sản. Chỉ số này cho biết có bao nhiêu phần trăm tài sản của chủ thể sản xuất là từ đi vay. Qua đây biết được khả năng tự chủ tài chính của họ. Chỉ số này mà quá nhỏ, chứng tỏ họ đi vay ít, có thể hiểu chủ thể sản xuất kinh doanh có khả năng tự chủ tài chính cao hoặc họ chưa biết khai thác đòn bẩy tài chính, tức là chưa biết cách huy động vốn bằng hình thức đi vay. Ngược lại, chỉ số này mà cao quá thì có thể hiểu chủ thể sản xuất kinh doanh không có thực lực tài chính mà chủ yếu đi vay để có vốn kinh doanh, lúc này họ sẽ gặp phải mức độ rủi ro cao hơn.

+ Hệ số biên lợi nhuận ròng là tỷ lệ giữa lợi nhuận sau thuế (thu nhập ròng) và doanh thu, nó phản ánh khoản thu nhập ròng (lợi nhuận sau thuế) của chủ thể sản xuất so với doanh thu.

2.2.1.4. Mức độ ứng dụng khoa học công nghệ vào quá trình sản xuất ở làng nghề truyền thống phục vụ du lịch

Trình độ chuyên môn và kỹ thuật thường được kết hợp chặt chẽ với nhau thông qua chỉ tiêu số lao động được đào tạo và không được đào tạo trong từng ngành nghề tại các LNTT phục vụ DL. Ngoài trình độ tay nghề, hiện nay việc ứng dụng khoa học công nghệ cũng có tác động không nhỏ đến tăng năng suất lao động và hiệu quả đầu ra cho các LNTT phục vụ DL.

Ngày nay, với sự phát triển của khoa học và công nghệ hiện đại, trong quá trình sản xuất tại các LNTT phục vụ DL đã có sự kết hợp giữa công nghệ sản xuất truyền thống và công nghệ sản xuất hiện đại một cách hợp lý, phù hợp với từng công đoạn sản xuất. Mức độ ứng dụng khoa học công nghệ vào quá trình sản xuất ở các LNTT phục vụ DL nhiều hay ít thể hiện ở chỗ tỷ lệ sử dụng các thiết bị, máy móc so với sử dụng lao động thủ công, từ đó có thể phân thành mức

độ ứng dụng khoa học kỹ thuật vào quá trình sản xuất tại LNTT phục vụ DL như sau: trình độ thủ công, trình độ bán cơ khí, trình độ cơ khí.

Trong mỗi làng nghề chủng loại máy móc của từng hộ sản xuất cũng khác nhau rất nhiều về mẫu mã lẫn tính năng. Việc áp dụng các kỹ thuật mới vào các công đoạn sản xuất còn tự phát, tùy tiện, chưa đồng bộ nên chưa tạo được sự chuyển biến cơ bản về công nghệ sản xuất trong các làng nghề. Do đó việc sản xuất trong một số làng nghề mặc dù đã có sự tham gia của máy móc, kỹ thuật mới nhưng vẫn còn manh mún, nhỏ lẻ, chất lượng không đều, hạn chế hiệu quả đầu tư...

Tuy nhiên, việc sản xuất các sản phẩm thủ công mỹ nghệ có những đặc thù riêng chẳng hạn chỉ có một vài công đoạn trong quy trình sản xuất có thể áp dụng thành tựu khoa học công nghệ hiện đại, còn một vài công đoạn chủ yếu quyết định đặc trưng riêng của sản phẩm này thì phải được thực hiện thủ công qua bàn tay khéo léo của những nghệ nhân và đội ngũ thợ lành nghề. Điều này tạo nên sức cạnh tranh riêng có của sản phẩm thủ công mỹ nghệ của LNTT phục vụ DL mà các sản phẩm công nghiệp khác không có được. Từ đó, tạo nên sự hấp dẫn riêng có cho LNTT phục vụ DL phát triển theo xu hướng gắn với các hoạt động du lịch trên địa bàn.

2.2.1.5. Lướt khách du lịch đến làng nghề truyền thống phục vụ du lịch

Theo điều 4, chương I, Luật Du lịch Việt Nam có hiệu lực từ 01/01/2006, khách du lịch là người đi du lịch hoặc kết hợp đi du lịch, trừ trường hợp đi học, làm việc hoặc hành nghề để nhận thu nhập ở nơi đến.

Khách du lịch (hay còn gọi là du khách) được chia làm 2 nhóm cơ bản sau:

- Khách du lịch quốc tế: là người nước ngoài, công dân nước đó định cư ở nước ngoài vào nước đó du lịch; hoặc công dân nước đó, người nước ngoài thường trú tại nước đó ra nước ngoài du lịch.

Khách du lịch quốc tế bao gồm 2 loại:

+ Khách du lịch quốc tế đi vào: là người nước ngoài và người của nước đó định cư ở nước ngoài vào nước đó đi du lịch.

+ Khách du lịch quốc tế đi ra: là công dân của nước đó và những người nước ngoài đang cư trú tại nước đó đi ra nước ngoài du lịch.

- Khách du lịch nội địa: là công dân trong nước, người nước ngoài thường trú tại nước đó đi du lịch trong phạm vi lãnh thổ quốc gia.

Ngoài ra, người ta còn phân khách du lịch ra thành các loại như khách du lịch công vụ, khách du lịch thương gia.

Từ đó, có thể thấy khách du lịch đến LNTT phục vụ DL nói chung là những người nước ngoài, người Việt Nam định cư ở nước ngoài vào Việt Nam du lịch và công dân Việt Nam đến tham quan và trải nghiệm, mua sắm tại các LNTT phục vụ DL.

Khách du lịch đến LNTT phục vụ DL được chia thành 2 nhóm cơ bản là khách du lịch quốc tế đến LNTT phục vụ DL và khách du lịch nội địa đến LNTT phục vụ DL. Khi họ tham gia vào tour du lịch LNTT phục vụ DL thì họ sẽ có những đánh giá tốt, xấu, hài lòng hoặc không hài lòng về tour du lịch này. Điều đó có thể đánh giá được chất lượng và mức độ hấp dẫn của LNTT phục vụ DL đối với du khách và sự kết hợp giữa LNTT phục vụ DL với hoạt động du lịch như thế nào.

Như vậy, lượt khách du lịch trong và ngoài nước đến LNTT phục vụ DL là một tiêu chí phản ánh tình hình khách du lịch đến các LNTT phục vụ DL, qua đó sẽ đánh giá được sự phát triển cũng như độ hấp dẫn của các LNTT phục vụ DL, phản ánh được thực trạng LNTT phục vụ DL có thực sự là "điểm đến" du lịch hấp dẫn của họ hay không?

2.2.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến làng nghề truyền thống phục vụ du lịch

Nghiên cứu sự xuất hiện, tồn tại và phát triển của các LNTT trong suốt chiều dài lịch sử, ta thấy sự phát triển của chúng chịu ảnh hưởng của nhiều nhân tố như tự nhiên, kinh tế, xã hội..., trong đó các LNTT phục vụ DL chịu ảnh hưởng chủ yếu bởi các hai nhóm nhân tố sau:

2.2.2.1. Nhóm các nhân tố bên ngoài ảnh hưởng đến sự phát triển của làng nghề truyền thống phục vụ du lịch

Thứ nhất, mối quan hệ giữa các LNTT phục vụ DL với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch.

Du lịch làng nghề hiện là xu thế phát triển không chỉ ở Việt Nam mà cả trên thế giới. Nhu cầu phát triển cùng với mối quan tâm chung của các quốc gia chính không chỉ kinh doanh mà còn hướng đến bảo tồn các LNTT. Mỗi quốc gia, tùy theo hoàn cảnh, điều kiện riêng mà có những phương pháp, kế hoạch khác nhau. Chính xu thế này đã phát triển các LNTT thành các LNTT phục vụ DL với những đặc trưng rõ nét nhằm phục vụ cho du khách.

Để các LNTT phục vụ DL hoạt động một cách hiệu quả thì cần phải có sự gắn kết với các doanh nghiệp kinh doanh DL ở các địa phương trong nước và trên thế giới. Giữa các LNTT phục vụ DL và các doanh nghiệp kinh doanh DL có sự gắn kết chặt chẽ, tác động qua lại lẫn nhau, hỗ trợ cho nhau cùng phát triển bền vững, cụ thể:

- Các doanh nghiệp kinh doanh DL có vai trò quan trọng đối với việc tìm kiếm và khai thác các loại thị trường cho LNTT phục vụ DL nói chung như: giới thiệu, quảng bá sản phẩm và tiêu thụ các sản phẩm thủ công mỹ nghệ của LNTT; cung ứng, phân chia đối tượng khách hàng. Đồng thời, đội ngũ lao động của các doanh nghiệp kinh doanh DL còn đóng vai trò như là những người "thầy" để hướng dẫn, đào tạo kỹ năng cho dân cư và người lao động ở các LNTT phục vụ DL làm du lịch.

- Còn các LNTT phục vụ DL với tiềm năng và sức hấp dẫn vốn có của mình sẽ là điều kiện và cơ hội để cho các doanh nghiệp kinh doanh DL khai thác, tìm kiếm lĩnh vực đầu tư kinh doanh nơi đây. Đồng thời, các nghệ nhân, người lao động và dân cư nơi đây với kinh nghiệm sản xuất độc đáo của mình sẽ góp phần khôi phục và phát triển nhiều giá trị truyền thống lâu đời của LNTT. Một khi các LNTT phục vụ DL càng phát triển thì nó sẽ giúp cho các doanh nghiệp kinh doanh DL ổn định trong việc đầu tư của mình, tạo sự liên kết vững

chắc giữa LNTT phục vụ DL với doanh nghiệp kinh doanh DL.

Ngoài ra, LNTT phục vụ DL làm gia công, sản xuất phụ với tư cách là vệ tinh cho doanh nghiệp lớn, cụ thể là: các LNTT phục vụ DL tiến hành sản xuất các loại phụ tùng, chi tiết sản phẩm, hoặc sản xuất nông sản thực phẩm ở giai đoạn thô, cung cấp cho những doanh nghiệp lớn ở thành thị làm đầu mối lắp ráp hoàn thiện sản phẩm bán ra thị trường trong và ngoài nước mang lại hiệu quả kinh tế cao, đồng thời các LNTT phục vụ DL là những điểm đến du lịch hấp dẫn cho các doanh nghiệp kinh doanh DL khai thác, phục vụ cho hoạt động kinh doanh của mình.

Thứ hai, lượng cầu hàng hóa và dịch vụ của LNTT phục vụ DL trên thị trường.

Cũng như bất kì các ngành sản xuất của các LNTT phục vụ DL cũng phải tuân theo quy luật cung cầu của thị trường như quy luật cung cầu, cạnh tranh... Vì vậy, sự phát triển của nó trước hết phải xuất phát từ nhu cầu của thị trường, tức là phải coi thị trường là căn cứ, là đối tượng cho các hoạt động sản xuất kinh doanh của LNTT phục vụ DL, trong đó đối tượng khách hàng mà LNTT phục vụ DL hướng tới là du khách. Có nghĩa là lượng cầu hàng hóa và dịch vụ của LNTT phục vụ DL trên thị trường ảnh hưởng trực tiếp đến sự tồn tại và phát triển của nó.

Lượng cầu được quyết định bởi sức mua (thu nhập), sở thích, tập quán tiêu dùng... của người tiêu dùng nói chung. Chính vì vậy, các yếu tố đó sẽ ảnh hưởng trực tiếp tới việc xác định sản phẩm, quy mô sản xuất, thời gian sản xuất, lựa chọn công nghệ sản xuất ở các LNTT phục vụ DL.

Ngoài ra, cơ cấu dân cư, sức mua của dân cư cũng ảnh hưởng đến quy mô phát triển và cơ cấu ngành nghề tại LNTT phục vụ DL. Dân cư thành thị và du khách (đặc biệt là khách quốc tế) nói chung có mức sống cao, có "lối sống thành thị". Do đó, nhu cầu dịch vụ hết sức đa dạng, hoạt động dịch vụ cực kì phức tạp, nhu cầu về các sản phẩm mỹ nghệ rất lớn. Vì vậy, số lượng dân cư thành thị và du khách ảnh hưởng rất lớn đến việc tiêu thụ những sản phẩm thủ công truyền thống, đồng thời có tác động đa chiều đến sự phát triển của LNTT phục vụ DL.

Thứ ba, sự phát triển của ngành thủ công mỹ nghệ và ngành du lịch ở Việt Nam.

Ngành nghề thủ công truyền thống, trong đó thủ công mỹ nghệ là bộ phận quan trọng đã hình thành và tồn tại trong suốt quá trình phát triển kinh tế - xã hội Việt Nam. Ngành nghề thủ công mỹ nghệ luôn gắn liền với những làng nghề, phố nghề sản xuất các sản phẩm thủ công để phục vụ cho các mục đích sử dụng của đời sống xã hội. Vì vậy, sự phát triển của ngành thủ công mỹ nghệ và ngành du lịch ở Việt Nam có ảnh hưởng trực tiếp đến môi trường và thương hiệu của LNTT phục vụ DL. Các LNTT phục vụ DL rất phong phú, đa dạng về hình thức như các làng nghề, nhóm nghề, phố nghề, xóm nghề. Qua đó, đã có sự gắn kết của nhiều nghề thủ công với đời sống, nhu cầu của tầng lớp dân cư.

Tuy nhiên, hiện nay du lịch Việt Nam đang đối mặt với nhiều vấn đề yếu kém như: ô nhiễm môi trường tại các điểm du lịch, nhiều di tích không được bảo quản đúng mức, gây hư hỏng nghiêm trọng hay bị sửa lại khác xa mẫu cổ và luôn thu phí vào cửa, tình trạng chèo kéo, bắt chẹt khách, tăng giá phòng tùy tiện, chất lượng hạ tầng cơ sở và giao thông thấp, dịch vụ kém, thường chỉ chú trọng khai thác triệt để các thắng cảnh thiên nhiên, nhưng lại không quan tâm bảo trì đúng mức, do đó cảnh quan đang bị xuống cấp hay phá hủy, trong khi đó công tác quản lý của các cơ quan chức năng chưa đạt hiệu quả; nạn lừa đảo du khách rất đáng báo động... đã làm giảm đáng kể chất lượng của du lịch Việt Nam. Chính điều này làm giảm lượng du khách, gây mất hình ảnh của các LNTT phục vụ DL trên nhiều mặt như sản phẩm, dịch vụ du lịch của LNTT phục vụ DL... ảnh hưởng trực tiếp đến sự phát triển của LNTT gắn liền với phục vụ DL.

Như vậy, sự phát triển của ngành thủ công mỹ nghệ và ngành du lịch ở Việt Nam có ảnh hưởng trực tiếp đến môi trường để các LNTT phục vụ DL ở Việt Nam phát triển. Một mặt, tạo điều kiện thuận lợi và động lực để LNTT phục vụ DL phát triển xứng tầm với tiềm năng của nó; mặt khác, do những hạn chế của ngành du lịch Việt Nam nên phần nào đã kìm hãm sự phát triển của các LNTT phục vụ DL nói chung.

Thứ tư, chính sách của Chính phủ và chính quyền địa phương đối với LNTT phục vụ DL.

Trong quản lý Nhà nước, quản lý Nhà nước về kinh tế giữ vị trí đặc biệt quan trọng, các hoạt động của nhà nước đều hoặc là tác dụng thúc đẩy hoặc là kìm hãm sự vận động của ngành kinh tế. Bất cứ nhà nước nào cũng đều có vai trò quản lý nền kinh tế quốc dân thông qua các công cụ quản lý và can thiệp bằng thể chế, chính sách để điều tiết nền kinh tế vận động nhằm đạt đến mục tiêu mong muốn và theo định hướng đã lựa chọn.

Thực tế đã chứng minh hệ thống chính sách kinh tế vĩ mô của nhà nước có ảnh hưởng rất lớn tới sự phát triển hay tồn tại của các LNTT. Thời kì trước đổi mới, trong chính sách đối với các thành phần kinh tế, chúng ta đã tập trung phát triển kinh tế quốc doanh và kinh tế tập thể, không chấp nhận kinh tế tư nhân, cá thể nên các LNTT tồn tại theo nghĩa là các đơn vị kinh tế độc lập đã chuyển thành các hợp tác xã hay các tổ, đội ngành nghề phụ trong hợp tác xã sản xuất nông nghiệp kinh doanh tổng hợp đã làm cho các LNTT không phát triển được thậm chí có nguy cơ diệt vong. Tuy nhiên, bước vào thời kỳ đổi mới, với chính sách thừa nhận hộ gia đình là chủ thể kinh tế độc lập, tự chủ trong nông thôn, các doanh nghiệp tư nhân được phép thành lập và phát triển thì các LNTT phục vụ DL đã có điều kiện phục hồi và phát triển mạnh. Nhờ chính sách hội nhập nền kinh tế nước ta với khu vực và trên thế giới đã làm cho nhiều sản phẩm LNTT phục vụ DL có điều kiện phát triển nhất là hàng thủ công mỹ nghệ vì đã mở được thị trường tiêu thụ.

Các chính sách của Chính phủ và chính quyền địa phương có ảnh hưởng trực tiếp đến sự phát triển của LNTT phục vụ DL, cụ thể:

- Nhóm các chính sách, cơ chế về củng cố và phát triển thị trường cho các LNTT phục vụ DL có ảnh hưởng trực tiếp tới khả năng tiếp cận thị trường trong và ngoài nước của các LNTT phục vụ DL, tổ chức nghiên cứu nắm bắt và cung cấp các thông tin kinh tế, thị trường về mẫu mã sản phẩm, hàng hóa, chất lượng sản phẩm; nghiên cứu và dự báo thị trường nhất là dự báo dài hạn và trung hạn đối với

các sản phẩm làng nghề; xây dựng chính sách hỗ trợ tiếp cận thị trường; chính sách hỗ trợ xây dựng vùng nguyên liệu tập trung...

- Nhóm cơ chế chính sách tài chính và tín dụng có ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình thúc đẩy các thành phần kinh tế tích lũy đầu tư phát triển nghề và làng nghề trong nông thôn; đa dạng hóa các hình thức huy động vốn cho đầu tư phát triển làng nghề, hình thành quỹ hỗ trợ phát triển nghề và làng nghề, quỹ bảo lãnh tín dụng cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ của tỉnh; quá trình hình thành và thu hút thêm các đơn vị làm dịch vụ tư vấn về đầu tư phát triển LNTT phục vụ DL.

- Chính sách về hỗ trợ phát triển kỹ thuật và công nghệ hiện đại trong sản xuất ở các LNTT phục vụ DL có ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình gắn kết giữa công nghệ sản xuất truyền thống và công nghệ sản xuất hiện đại ở các LNTT phục vụ DL.

- Chính sách và cơ chế về đào tạo nguồn nhân lực và việc làm cho lao động ở các LNTT phục vụ DL có ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình đào tạo trình độ tay nghề, giúp người dân biết làm du lịch cho làng nghề của mình và giáo dục được ý thức về bảo tồn giá trị truyền thống dân tộc của người dân đối với việc khôi phục và phát triển LNTT phục vụ DL.

- Chính sách về phát triển kết cấu hạ tầng cho LNTT phục vụ DL có ảnh hưởng trực tiếp đến hệ thống giao thông nông thôn, hệ thống cung cấp điện phục vụ sản xuất và sinh hoạt, tăng cường nâng cấp đầu tư hệ thống thông tin liên lạc, phát triển hệ thống cấp thoát nước và giữ gìn vệ sinh môi trường cho các làng nghề, phát triển hệ thống y tế và phúc lợi xã hội cho LNTT gắn liền với phục vụ DL.

- Chính sách về phát triển, đầu tư hạ tầng cho các cụm công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp, cụm làng nghề tập trung có ảnh hưởng trực tiếp đến điều kiện về mặt bằng sản xuất cho LNTT phục vụ DL phát triển ổn định và bền vững.

- Chính sách hỗ trợ cho các LNTT phục vụ DL đăng kí chất lượng sản phẩm và hiệp hội làng nghề có ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình xây dựng thương hiệu và hình ảnh của LNTT.

Như vậy, các chính sách nói trên đều có ảnh hưởng trực tiếp đến sự phát triển của LNTT phục vụ DL, do đó khi ban hành các chính sách thì Chính phủ và chính quyền địa phương cần phải xem xét cẩn trọng về nội dung, cách thức thực hiện...phù hợp, tạo điều kiện thuận lợi thúc đẩy các LNTT phục vụ DL phát triển.

2.2.2.2. Nhóm các nhân tố bên trong ảnh hưởng đến sự phát triển của làng nghề truyền thống phục vụ du lịch

Thứ nhất, nguồn vốn cho hoạt động sản xuất và kinh doanh của các hộ gia đình, doanh nghiệp ở LNTT phục vụ DL.

Vốn là yếu tố, là nguồn lực quan trọng đối với bất kì quá trình sản xuất kinh doanh nào, do đó, sự phát triển của các LNTT phục vụ DL cũng không nằm ngoài sự ảnh hưởng của nhân tố vốn.

Trước đây, vốn sản xuất của các hộ kinh doanh trong các làng nghề là rất nhỏ bé, thường là vốn tự có của các gia đình hoặc vay mượn của người thân nên quy mô sản xuất không được mở rộng. Ngày nay, nhu cầu vốn để mở rộng quy mô sản xuất, tăng khả năng cạnh tranh của các sản phẩm thủ công truyền thống là đòi hỏi cấp thiết, các hộ sản xuất kinh doanh phải có số lượng vốn khá lớn để đầu tư cải tiến công nghệ, có như vậy mới tăng được năng suất lao động, hạ giá thành và tăng chất lượng sản phẩm.

Như vậy, nguồn vốn có tác động trực tiếp đến sự phát triển của LNTT phục vụ DL, cụ thể:

- Nguồn vốn có tác động trực tiếp đến việc duy trì và mở rộng quy mô sản xuất tại LNTT phục vụ DL, kết cấu hạ tầng của LNTT phục vụ DL, đến số lượng và chất lượng của nguyên, nhiên vật liệu cho LNTT phục vụ DL. Đồng thời, quy mô của nguồn vốn có tác động trực tiếp đến tâm lý của người lao động trong các đơn vị sản xuất kinh doanh, đến quyết định kinh doanh của họ trong thay đổi mẫu mã sản phẩm, chủng loại... Chính điều này quyết định tính hấp dẫn hay nghèo nàn, đơn điệu của sản phẩm và dịch vụ du lịch tại LNTT phục vụ DL.

- Nguồn vốn có ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng cũng như quy mô nguồn lao động hoạt động tại các LNTT phục vụ DL như điều kiện học tập, nâng

cao tay nghề, chế độ đãi ngộ đặc biệt cho các nghệ nhân, kỹ năng làm du lịch của cư dân nơi đây...

- Quá trình giới thiệu, quảng bá sản phẩm truyền thống và dịch vụ du lịch của các LNTT phục vụ DL đến du khách trong điều kiện ngày càng có nhiều sản phẩm công nghiệp đa dạng và phong phú thay thế. Vì vậy, nguồn vốn có ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ và chất lượng các chương trình quảng bá sản phẩm truyền thống, đến chất lượng và quy mô các dịch vụ du lịch tại LNTT phục vụ DL.

Thứ hai, trình độ của lực lượng lao động tại các LNTT phục vụ DL.

Lực lượng lao động tại LNTT phục vụ DL bao gồm: các nghệ nhân, đội ngũ thợ lao động tại LNTT phục vụ DL và những người tham gia lao động trong các hoạt động dịch vụ phục vụ DL tại các LNTT phục vụ DL, trong đó:

- Đội ngũ nghệ nhân tại các LNTT phục vụ DL có ảnh hưởng trực tiếp đến việc tạo ra những sản phẩm truyền thống độc đáo, riêng có để đáp ứng nhu cầu của thị trường. Tài năng của các nghệ nhân với đôi "bàn tay vàng" đã tạo nên những sản phẩm quý giá, tinh xảo và độc đáo - những sản phẩm văn hóa sống mãi với thời gian - góp phần làm vẻ vang cho dân tộc và cho mỗi LNTT phục vụ DL .

Bên cạnh đó, đội ngũ nghệ nhân có ảnh hưởng trực tiếp đến sự tồn tại và phát triển LNTT phục vụ DL thông qua sự truyền nghề cho thế hệ sau của họ. Điều này, đã đào tạo đội ngũ lao động kế cận, tiếp tục đóng vai trò là nghệ nhân của LNTT phục vụ DL trong tương lai gồm: con cháu của họ, những người trong làng và từ đời này qua đời khác cho LNTT phục vụ DL.

Phong tục của mỗi làng nghề là khác nhau nhưng chủ yếu là đều quy định không truyền nghề cho người ngoài dòng tộc hoặc là con gái..., đây là nguyên nhân chính dẫn đến một số nghề bị mai một, hoặc không giữ được bí quyết độc đáo của nó. Điều này có tác động mạnh mẽ đến sự tồn vong của LNTT phục vụ DL.

- Đội ngũ thợ lao động tại các LNTT có ảnh hưởng trực tiếp đến việc giữ

gìn và duy trì các bí quyết cũng như công nghệ sản xuất truyền thống của các nghề tại các LNTT trong tương lai. Họ là đội ngũ kế cận sau các nghệ nhân để góp phần phát triển các LNTT gắn liền với phục vụ DL trong tương lai.

- Người lao động tham gia hoạt động phục vụ DL tại các LNTT phục vụ DL có ảnh hưởng trực tiếp đến năng lực và trình độ lao động làm dịch vụ du lịch của dân cư và người lao động tại LNTT phục vụ DL. Từ đó, ảnh hưởng rất lớn đến việc thu hút khách du lịch và tạo ra độ hấp dẫn cho từng LNTT phục vụ DL.

Thứ ba, tính độc đáo, riêng có của sản phẩm tại các LNTT phục vụ DL.

Thông thường, những sản phẩm tại các LNTT phục vụ DL thường được sản xuất thủ công, trong không gian của làng nghề nên cơ bản vẫn giữ được khá nguyên vẹn những giá trị truyền thống đặc sắc, độc đáo và riêng biệt. Tính chất này của sản phẩm thủ công mỹ nghệ của LNTT phục vụ DL, một mặt nó sẽ trở thành sản phẩm du lịch độc đáo, có giá trị cao; nhưng mặt khác, nó cũng gây khó khăn trong việc tiêu thụ sản phẩm thường xuyên trên thị trường, do công dụng phổ biến cũng như sức cạnh tranh thấp hơn so với các sản phẩm công nghiệp được sản xuất hàng loạt.

Yếu tố quan trọng tạo nên tính hấp dẫn của sản phẩm LNTT phục vụ DL là sự độc đáo riêng có của mỗi sản phẩm. Đặc biệt, với khách du lịch nước ngoài và khách từ địa phương khác đến thăm quan, khám phá, nhu cầu mua sản phẩm thủ công mỹ nghệ làm kỷ niệm, quà tặng rất lớn. Với sản phẩm của LNTT phục vụ DL, khách du lịch quan tâm nhiều đến hình thức, mẫu mã vì mục đích mua sản phẩm chủ yếu là để làm kỷ niệm, quà tặng. Vì vậy, nếu phát huy được lợi thế tay nghề khéo léo và những bí quyết gia truyền của nghệ nhân làng nghề, LNTT phục vụ DL sẽ có những sản phẩm với mẫu mã đa dạng, sinh động, không những có thể đạt được hiệu quả tốt về kinh tế, mà còn góp phần quảng bá giá trị truyền thống của địa phương và của dân tộc.

- *Về mẫu mã*: Mặt hàng thủ công mỹ nghệ không thể sản xuất hàng loạt rồi để đó muốn bán lúc nào thì bán, mà phải sản xuất theo đơn đặt hàng, mẫu mã cụ thể mà khách hàng yêu cầu. Riêng đối với mặt hàng sơn mài, chạm khắc,

điều khắc mỗi nước xuất khẩu có thể sáng tạo ra những mẫu mã đặc trưng riêng, nhìn vào hoa văn trang trí ta có thể thấy đó không chỉ đơn thuần là một mặt hàng xuất khẩu mà còn là những tác phẩm nghệ thuật dân tộc. Sản phẩm càng mang đậm tính văn hoá dân tộc thì càng dễ thu hút khách hàng.

- Về màu sắc: Tùy từng mặt hàng thủ công mỹ nghệ (đồ gốm, hàng gỗ điêu khắc, mây tre đan, nón lá...) để có màu sắc phù hợp với thị hiếu của khách hàng trên các địa phương, quốc gia khác nhau, song nhìn chung :

+ Đồ gốm nung: Phải có chất lượng gốm tốt, màu sắc thanh nhã, nhẹ nhàng kết hợp với đường nét họa tiết và kích thước mẫu mã gây cảm giác thích thú khi chiêm ngưỡng sản phẩm, chất liệu làm sản phẩm phải mịn màng, không lẫn tạp chất và nổi bọt khí.

+ Hàng mộc mỹ nghệ: mặt hàng này được làm với nhiều công đoạn, kỹ thuật khác nhau, có công đoạn dùng máy móc, phương tiện hiện đại để tiết kiệm thời gian, có những công đoạn đóng vai trò quan trọng, cốt yếu để tạo ra tính độc đáo, riêng có của sản phẩm thì được thực hiện thủ công, qua bàn tay của những người thợ lành nghề như: cắt sậy, chạm trổ, trang trí, đánh bóng bề mặt... Loại hàng này được làm bằng nhiều loại gỗ khác nhau.

+ Tranh giấy và hoa giấy: các mặt hàng này đòi hỏi cao về màu sắc, màu sắc phải thanh nhã, phù hợp với kiểu dáng và chất liệu, phù hợp với thuần phong mỹ tục của từng quốc gia.

+ Nón lá: hình dáng đẹp, khi sử dụng sao cho không bị cong, vênh, chất liệu và màu sắc phải kết hợp hài hòa theo mẫu mã.

+ Mây tre đan: đây là mặt hàng ít đòi hỏi về màu sắc do vẫn giữ màu nguyên thủy của cây mây trắng hoặc tre, nứa... chỉ cần một nước dầu bóng là sản phẩm đã đẹp rực rỡ, tươi tắn và bền màu. Nhìn chung mặt hàng này có độ dẻo, bền và tính thẩm mỹ cao, tính ứng dụng cao trong đời sống.

- *Chất liệu*: các nguyên liệu sản xuất ra mặt hàng thủ công mỹ nghệ thường là nguồn nguyên liệu tại chỗ của địa phương, có giá rẻ nhằm giảm chi phí sản xuất, để từ đó sức cạnh tranh của mặt hàng này ổn định. Ngoài ra, hàng thủ công

mỹ nghệ là mặt hàng chịu ảnh hưởng nhiều của thời tiết như những nguyên liệu sản xuất ra những mặt hàng thủ công mỹ nghệ chủ yếu là từ mây, tre, nứa, dừa, gổm sứ... thường phải tùy theo thời tiết mà hộ gia đình hay doanh nghiệp có thể thu mua được nhiều hay ít (ví dụ: khi có mưa, bão lụt, hạn hán nung gổm, vận chuyển gổm sẽ bị ảnh hưởng, nguyên liệu sản xuất hầu như không có).

Thứ tư, trình độ khoa học công nghệ và mức độ ứng dụng khoa học công nghệ trong quy trình sản xuất tại làng nghề truyền thống phục vụ du lịch.

Trong nền kinh tế thị trường, không chỉ có kinh nghiệm cổ truyền mà phải có khoa học công nghệ hiện đại, phải biết kết hợp các yếu tố truyền thống với thành tựu của khoa học công nghệ hiện đại để tạo ra những sản phẩm có chất lượng cao, nâng cao năng suất lao động, hạ giá thành sản phẩm nhưng vẫn mang đậm bản sắc dân tộc, phải được người tiêu dùng trong xã hội hiện đại chấp nhận, tạo tính hấp dẫn cho sản phẩm, nhất là các du khách.

Công nghệ sản xuất truyền thống có tính hai mặt, một mặt có khả năng tạo việc làm rất lớn, nhu cầu vốn thấp phù hợp với trình độ người lao động, nhưng mặt khác nó có quy mô nhỏ, năng suất lao động thấp, ít có khả năng phổ biến rộng rãi, gây ô nhiễm môi trường... Vì vậy để tăng khả năng cạnh tranh của sản phẩm thủ công truyền thống thì các hộ gia đình và các doanh nghiệp ở LNTT phục vụ DL phải từng bước ứng dụng công nghệ hiện đại. Trong thực tế, nhiều LNTT phục vụ DL nhờ mạnh dạn đổi mới công nghệ, thay đổi mẫu mã, nên ngày càng phát triển mạnh, đáp ứng ngày càng tốt nhu cầu của thị trường.

Như vậy, việc kết hợp công nghệ sản xuất hiện đại và công nghệ sản xuất truyền thống là yêu cầu khách quan trong việc phát triển LNTT phục vụ DL ở nước ta. Về nguyên tắc những công đoạn sản xuất nặng nhọc gây ô nhiễm môi trường quyết định chất lượng, khả năng cạnh tranh của sản phẩm... thì cần phải từng bước hiện đại hóa; còn những công đoạn khác mà máy móc không thể thay thế được, hoặc thay thế được nhưng làm mất nét độc đáo riêng có của sản phẩm truyền thống thì phải sử dụng công nghệ sản xuất truyền thống. Như vậy, mới giữ được năng lực cạnh tranh của sản phẩm truyền thống.

Thứ năm, điều kiện duy trì quá trình sản xuất và tái sản xuất tại các LNTT phục vụ DL.

Quá trình sản xuất và tái sản xuất tại các LNTT phục vụ DL chịu ảnh hưởng bởi các nhân tố chủ yếu sau đây:

- Nguyên vật liệu cho quá trình sản xuất tại các LNTT gắn liền với phục vụ DL.

- + Chất lượng của nguồn nguyên liệu sẽ quyết định chất lượng sản phẩm của các LNTT phục vụ DL, nếu sản phẩm có chất lượng cao thì góp phần thúc đẩy LNTT phát triển hoặc ngược lại, từ đó nó có tác động trực tiếp đến sự phát triển của LNTT phục vụ DL.

- + Sự đáp ứng kịp thời và tính ổn định của nguồn nguyên liệu sẽ ảnh hưởng đến sự ổn định và mở rộng quy mô sản xuất của LNTT phục vụ DL, từ đó các làng nghề này mới có thể cung ứng cho thị trường một lượng cung sản phẩm truyền thống ổn định và có xu hướng đáp ứng với nhu cầu ngày càng cao của thị trường. Chính điều này ảnh hưởng đến sự tồn tại và phát triển bền vững của LNTT phục vụ DL.

- + Sự phân bố các nguồn nguyên liệu có ảnh hưởng trực tiếp đến chi phí sản xuất và lợi nhuận của các đơn vị sản xuất tại các LNTT phục vụ DL. Trước đây, phần lớn các làng nghề truyền thống được hình thành do có nguồn nguyên liệu tại chỗ. Nhưng hiện nay, nguồn nguyên liệu tại chỗ của nhiều LNTT đã cạn kiệt, phải vận chuyển từ những nơi khác với chi phí cao, điều này đã làm ảnh hưởng không nhỏ đến năng lực sản xuất và khả năng cạnh tranh của các sản phẩm thủ công truyền thống.

- Mặt bằng sản xuất của các đơn vị sản xuất tại các LNTT phục vụ DL.

Mặt bằng sản xuất là điều kiện đầu tiên cho việc bố trí sản xuất của các đơn vị sản xuất, nó phải có đầy đủ tiêu chuẩn về không gian hợp lý và góp phần giảm thiểu chi phí sản xuất cho nhà sản xuất. Đối với LNTT thì phần lớn nằm trong khu dân cư gắn liền với không gian sinh sống của gia đình như từ khi hình thành. Vì vậy, không gian sản xuất thường chật hẹp, khó khăn trong

quá trình mở rộng mặt bằng sản xuất, tổ chức sản xuất hay giải quyết các vấn đề thuộc về môi trường.

Do đó, việc bố trí khu sản xuất theo hình thức khu công nghiệp nhỏ và đang được áp dụng dần cho các LNTT phục vụ DL. Tuy nhiên, nhiều khó khăn đang vấp phải như thủ tục hành chính hay đền bù giải tỏa lấy đất, xây dựng hạ tầng tốn kém... hoặc quy mô sản xuất của các đơn vị sản xuất nhiều khi quá nhỏ, nên việc bố trí xây dựng khu sản xuất tập trung đã không tận dụng tính kinh tế của nó, đồng thời có nhiều người sản xuất không muốn chuyển cơ sở của mình về chỗ mới. Bên cạnh đó, nếu chuyển đến nơi sản xuất tập trung thì nhiều LNTT phục vụ DL không khai thác được những lợi thế vốn có do vị trí địa lý tạo nên.

- Truyền thống văn hóa, phong tục tập quán và kinh nghiệm sản xuất của người lao động tại LNTT phục vụ DL.

Nhân tố này ảnh hưởng lớn đến tính đặc thù, tính nhân văn của sản phẩm của LNTT phục vụ DL. Mỗi một LNTT phục vụ DL khác nhau thì sẽ có đặc thù về sản phẩm, cách thức sản xuất cũng như kinh nghiệm sản xuất, phong tục tập quán truyền nghề khác nhau. Chính sự khác nhau này đã tạo ra sức hấp dẫn riêng biệt cho từng LNTT phục vụ DL, là lợi thế để các LNTT phục vụ DL ngày càng phát triển xứng tầm với tiềm năng của nó.

- Kết cấu hạ tầng tại các LNTT phục vụ DL.

Hệ thống giao thông vận tải, điện, nước, thông tin liên lạc... có ảnh hưởng rất lớn đến các LNTT phục vụ DL. Trong công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa, sự phát triển của các làng nghề truyền thống chịu ảnh hưởng rất lớn bởi hệ thống cung cấp điện, nước, tiến bộ công nghệ thiết bị, máy móc hiện đại để đổi mới một số công đoạn sản xuất trong công nghệ sản xuất truyền thống nhằm tăng năng suất lao động, tăng sức cạnh tranh của sản phẩm và làm giảm thiểu ô nhiễm môi trường ở các LNTT phục vụ DL.

Ngoài ra, sự hoạt động của các LNTT phục vụ DL trong nền kinh tế thị trường còn chịu tác động mạnh của các kênh truyền tải thông tin đến các đơn vị sản xuất kinh doanh. Nó giúp nắm bắt kịp thời, nhanh chóng, chính xác những

thông tin về thị trường, giá cả, mẫu mã, quy cách sản phẩm... để từ đó có những ứng xử thích hợp đáp ứng nhu cầu thị trường.

Việc phân bố các LNTT phục vụ DL gắn bó mật thiết với sự phân bố dân cư, và cụ thể hơn nữa là cần phân bố ở ngay trong lòng các điểm dân cư (thành phố, thị xã, các làng bản...). Đây là điểm khác với công nghiệp: nhiều đơn vị sản xuất thuộc ngành công nghiệp được phân bố xa các khu dân cư, thậm chí ở những nơi xa xôi, hẻo lánh để đảm bảo yêu cầu đối với môi trường và kỹ thuật sản xuất.

Như vậy, sự tồn tại và phát triển của các LNTT phục vụ DL chịu sự ảnh hưởng của nhiều nhân tố khác nhau, trong đó mỗi một nhân tố vừa có tác động tích cực, vừa có tác động tiêu cực đến quá trình phát triển của LNTT phục vụ DL trong xu hướng phát triển hiện đại của ngành du lịch.

2.3. KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG PHỤC VỤ DU LỊCH Ở NGOÀI NƯỚC VÀ TRONG NƯỚC

2.3.1. Kinh nghiệm phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở ngoài nước

2.3.1.1. Kinh nghiệm của tỉnh Oita, Nhật Bản về phát triển làng nghề truyền thống bền vững

Oita là một tỉnh nằm ở phía Tây Nam Nhật Bản, cách thủ đô Tokyo khoảng 500 km. Cuối những năm 70 của thế kỷ XX, khi Nhật Bản đã cơ bản thực hiện xong công cuộc công nghiệp hóa đất nước, các ngành công nghiệp đã được hình thành và phát triển ở khu vực thành phố tạo nên sự thu hút mạnh mẽ về lao động từ các vùng nông thôn, trong đó có tỉnh Oita. Thế hệ trẻ sau khi tốt nghiệp các trường đại học, cao đẳng, dạy nghề đều không muốn trở về vùng nông thôn nơi họ đã được sinh ra và lớn lên mà muốn ở lại các thành phố và trung tâm công nghiệp. Điều này đã dẫn đến tình trạng hoang tàn và giảm dân số nghiêm trọng ở vùng nông thôn nói chung và Oita nói riêng - hầu như chỉ còn người già và con trẻ ở những khu vực này. Đứng trước tình hình đó, đã có nhiều đề xuất một loạt sáng kiến để khôi phục lại kinh tế của Oita, trong đó có phong trào "mỗi làng một sản phẩm". Một loạt những quy định của pháp luật ra đời

nhằm khôi phục và phát triển nghề sản xuất thủ công mỹ nghệ truyền thống gọi tắt là "Luật nghề truyền thống".[77]

Phong trào được thực hiện theo 3 nguyên tắc cơ bản để phát triển phong trào, đó là: *thứ nhất*, hành động địa phương nhưng suy nghĩ toàn cầu; *thứ hai*, tự tin và sáng tạo; *thứ ba*, phát triển nguồn nhân lực. Mỗi địa phương, tùy theo điều kiện và hoàn cảnh cụ thể của mình lựa chọn ra những sản phẩm độc đáo, mang đậm nét đặc trưng của địa phương để phát triển. Trong phong trào ở tỉnh Oita, người ta có thể tìm ra những sản phẩm rất bình dị trong cuộc sống như nấm Shitake và các sản phẩm từ sữa bò, hàng gỗ mỹ nghệ ở thị trấn Yufuin, cam, cá khô ở làng Yonouzu, chè và măng tre ở làng Natkatsu... Trong 20 năm kể từ năm 1979-1999, phong trào "mỗi làng một sản phẩm" đã tạo ra được 329 sản phẩm với tổng doanh thu là 141 tỷ yên/năm (trên 1.1 tỷ USD hay 19.000 tỷ đồng Việt Nam).

Bên cạnh đó, việc tìm kiếm thị trường cho các sản phẩm của các LNTT nơi đây là một vấn đề luôn được quan tâm nhất dù ở đâu đi chăng nữa, bởi vì đó là yêu cầu cơ bản của các quy luật kinh tế thị trường. Ở tỉnh Oita, đã có rất nhiều sáng kiến bán hàng được áp dụng như các sản phẩm của phong trào "mỗi làng một sản phẩm" của Hợp tác xã nông nghiệp Oyama đã được trưng bày riêng một khu vực gọi là "Konohana Garten" và bán với hình thức các hợp tác xã đưa hàng đến giao cho siêu thị hàng ngày. Với các mặt hàng tươi sống (như rau, nấm, cá chẳng hạn), nếu không bán hết và chất lượng có sự suy giảm sẽ được các hợp tác xã thu lại trong những lần đến giao hàng tiếp theo - đảm bảo yêu cầu của thị trường về chất lượng hàng hóa - một yếu tố thành công của việc tiếp thị sản phẩm của phong trào này. Yếu tố này không chỉ thể hiện ở bản thân chất lượng của hàng hóa được kết tinh ở công nghệ chế biến và bảo quản đã được giám định kỹ lưỡng bởi các cơ quan chức năng cũng như bởi ý thức sản xuất hàng hóa chất lượng cao trong hành vi của người Nhật Bản, mà còn thể hiện rất rõ ở nghệ thuật bao bì, đóng gói, luôn bắt mắt và thuận tiện cho việc vận chuyển, sử dụng của người tiêu dùng.

Phương thức bán hàng cũng rất ấn tượng - Ban lãnh đạo các hợp tác xã Oyama thay mặt các thành viên của mình để tìm kiếm thị trường, tổ chức giao

hàng đến các điểm tiêu thụ. Trong trường hợp bán hàng tại "Konohana Garten" này, giá bán do hợp tác xã quyết định, trong cơ cấu giá bán đó hợp tác xã trả siêu thị 8% về chi phí thuê địa điểm, bán hàng..., hợp tác xã hưởng 12% chi phí giao nhận, tìm kiếm thị trường, còn lại 80% trả lại người sản xuất. Trong đó, mặc dù siêu thị chỉ thu 8% (về thực tế là không thể đủ trang trải chi phí thuê mặt bằng và chi phí bán hàng), tuy nhiên nhờ uy tín về chất lượng của các sản phẩm trong phong trào "mỗi làng một sản phẩm", khách hàng đến với siêu thị nhiều hơn và ngoài việc mua các sản phẩm của phong trào, khách cũng mua các mặt hàng khác của siêu thị nhiều hơn, thúc đẩy cầu hàng hóa nói chung ngày càng tăng. Không chỉ trưng bày bán hàng tại Tokiwa, hợp tác xã nông nghiệp Oyama còn mở một nhà hàng Konohana Garten ngay tại siêu thị này để chế biến những món ăn của phong trào phục vụ khách hàng. Việc bán hàng còn được tiến hành có tổ chức rất tốt thông qua hệ thống 16 trạm dừng chân bên đường ở tỉnh Oita và 52 cửa hàng bán sản phẩm ngay tại địa phương. [77]

Có thể nói, để tạo ra các sản phẩm chất lượng đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng của người Nhật Bản không phải là chuyện đơn giản, chính vì vậy, song hành với việc phát triển mỗi làng một nghề chính là việc phát triển các trung tâm nghiên cứu và đào tạo trên địa bàn tỉnh.

Như vậy, với ý chí vươn lên, tính tổ chức khoa học, việc sử dụng nguồn tài nguyên hết sức hiệu quả của người dân Nhật Bản trong xây dựng và phát triển cộng đồng nói chung và phát triển làng nghề nói riêng, ở tỉnh Oita đã tạo ra được nhiều tiền đề vững chắc để phát triển LNTT gắn liền với phục vụ DL và có nhiều bài học kinh nghiệm quý giá về phát triển sản phẩm, thị trường, nguồn nhân lực.. cho các tỉnh khác ở Nhật Bản thực hiện, cũng như cho các nước khác vận dụng tùy vào điều kiện cụ thể của mình.

2.3.1.2. Kinh nghiệm của Thái Lan về phát triển du lịch kết nối chặt chẽ với các làng nghề truyền thống

Ở Thái Lan, việc tổ chức lại các làng nghề truyền thống đóng vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế - xã hội của đất nước như: góp phần bảo tồn và nâng

cao tay nghề các nghệ nhân, gìn giữ giá trị truyền thống của dân tộc, tạo công ăn việc làm ở nông thôn, ngăn chặn làn sóng di cư vào các đô thị lớn, tạo ra sản phẩm xuất khẩu, sản phẩm du lịch, phát triển LNTT gắn liền với phục vụ DL.

Thái Lan có khoảng 70.000 làng nghề thủ công. Mỗi làng nghề có một hay nhiều sản phẩm, nghĩa là mỗi làng có những đặc trưng riêng về công nghệ sản xuất độc đáo, giá trị truyền thống đặc trưng kết tinh trong sản phẩm thủ công mỹ nghệ và đã trở thành nét đặc trưng, độc đáo của từng LNTT. Trên cơ sở đó, chính phủ hỗ trợ kết nối địa phương với toàn cầu, thông qua việc hỗ trợ tiêu chuẩn hóa sản phẩm, hoàn tất đóng gói, tiếp thị, tổ chức kênh phân phối ở nước ngoài. [26]

Từ đó, để thúc đẩy các LNTT gắn liền với phục vụ DL phát triển, Chính phủ Thái Lan đã phát động phong trào "One Tambon, One Product" hay còn gọi là "Thai Tambon Project" (tiếng Thái "Tambon" nghĩa là "làng"). Phong trào này được giới thiệu tại Thái Lan vào năm 1999 và chính thức đi vào hoạt động vào tháng 10 năm 2001.

Ý tưởng "mỗi làng một sản phẩm" (One Village One Product Movement) viết tắt là OVOP, được khởi xướng và bắt đầu triển khai ở Oita (Nhật Bản) từ năm 1979. Sau đó, một số nước ở Châu Á đã áp dụng mô hình này và được đổi thành OTOP (One Town One Product, hoặc One Tambon One Product), có nghĩa là mỗi thị trấn hay mỗi địa phương một sản phẩm.[26]

Những sản phẩm này dựa vào nguồn nguyên liệu ở địa phương, cộng với kỹ năng, kỹ xảo của các thợ thủ công được truyền từ đời này sang đời khác ở các LNTT ở từng địa phương để làm ra các loại sản phẩm thủ công đặc trưng của từng địa phương như đồ mỹ nghệ, hàng may mặc, đồ gốm, đồ gia dụng, thực phẩm,... phục vụ người tiêu dùng, khách du lịch, kể cả xuất khẩu. Tùy nơi, hàng hóa mang nhãn hiệu OTOP được chính phủ giảm thuế, hoặc miễn thuế.

Trong chương trình một tour du lịch hiện đại, việc đưa du khách đến mua sắm ở những cửa hàng OTOP là việc làm cần thiết. Sự phong phú và hấp dẫn của các sản phẩm này đã làm cho du khách không còn thời gian để cân nhắc chi tiêu của mình.

Thái Lan là nước phát triển OTOP rất thành công. Với chính sách khuyến

khích và hỗ trợ của Chính phủ Thái Lan, hiện nay ở Thái Lan có khoảng 36.000 mô hình OTOP, mỗi mô hình tập hợp từ 30 đến 3.000 thành viên tham gia. Sự phát triển OTOP đã giúp nghề thủ công truyền thống của Thái Lan được duy trì. Nó đã giúp cho người dân Thái Lan giải quyết được công ăn việc làm, làm ra nhiều sản phẩm đặc sắc của từng địa phương, góp phần tăng thu nhập cho người dân tham gia và điều quan trọng là giữ được giá trị tri thức truyền thống trong văn hóa lâu đời của họ.[26]

Trên cơ sở đó, Chính phủ Thái Lan sẽ tiếp tục giúp các cộng đồng địa phương nâng cao chất lượng sản phẩm theo chương trình OTOP để có thể tăng doanh thu thông qua việc chỉ thị cho các trường đại học mở các phòng vi tính tạo phần mềm thiết kế các mẫu sản phẩm OTOP, đồng thời lập ra các trang thông tin nhằm giúp khách hàng nước ngoài có thể đặt mua hàng qua mạng. Ngoài ra, Chính phủ cũng sẽ giúp tổ chức các chuyến du lịch tới các làng nghề để du khách nước ngoài có thể tận mắt thấy được các sản phẩm OTOP được sản xuất như thế nào.

Ngoài mục đích phát triển du lịch, một khía cạnh tích cực hơn, mô hình OTOP cần khuyến khích người dân sử dụng nguồn nguyên liệu có sẵn tại chỗ, dựa vào tri thức truyền thống bản địa để làm ra sản phẩm đặc trưng của địa phương mình. Ngoài ý nghĩa kinh tế, đây là cách bảo tồn, phát triển và sử dụng bền vững nguồn tài nguyên ở địa phương, và giữ gìn tri thức bản địa một cách hiệu quả.

Số tiền hỗ trợ vào khoảng một triệu Baht mỗi làng và thường được nhắc đến với tên gọi "Chương trình mỗi làng một triệu Baht" nhằm thúc đẩy sự phát triển của phong trào "Mỗi làng một sản phẩm" đã được đề ra. Trong tháng 6 năm 2002, một cuộc triển lãm bước đầu các sản phẩm của phong trào (chủ yếu là tô đồng, khăn trải bàn, vải tơ tằm dệt tay, tượng gỗ, rổ mây) đã được tổ chức tại tỉnh Nonthaburi và Chính phủ Thái Lan cho biết chỉ trong 4 tháng đầu năm 2002 chương trình này đã đem lại 3,66 tỷ Baht (84,2 triệu USD) lợi nhuận cho nông dân. Các LNTT được tổ chức tốt và được đưa vào các chương trình tour du lịch của Thái Lan bằng nhiều hình thức, điển hình như tờ rơi giới thiệu chương trình

OTOP du lịch.[26]

Kinh nghiệm của Thái Lan cho thấy chương trình "Mỗi làng một sản phẩm" của Chính phủ Thái Lan đã mang lại nhiều kết quả quan trọng trong quá trình phát triển LNTT gắn liền với phục vụ DL.

2.3.2. Kinh nghiệm phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở trong nước

2.3.2.1. Kinh nghiệm phát triển làng nghề truyền thống gắn liền với phục vụ du lịch ở Hà Nội

Đến nay với việc tiếp nhận toàn bộ địa bàn tỉnh Hà Tây - vùng đất được mệnh danh là "đất trăm nghề" - Hà Nội đã trở thành nơi hội tụ của sự tài hoa, khéo léo trong ngành thủ công mỹ nghệ cả nước. Những làng nghề truyền thống không chỉ mang lại việc làm cho nhân dân, sản xuất hàng hóa phục vụ xã hội mà còn góp phần đáng kể vào công cuộc phát triển kinh tế, thay đổi diện mạo nông thôn, đặc biệt đã và đang trở thành những khu, vùng, điểm du lịch hấp dẫn du khách trong và ngoài nước.

Trong quá trình phát triển làng nghề, từ đòi hỏi thực tiễn, cơ sở hạ tầng phục vụ sản xuất và đời sống nhân dân được nâng cao, nhiều công trình văn hóa xã hội được xây mới, cải tạo, các di tích lịch sử, văn hóa cũng được quan tâm trùng tu, tạo tiền đề cho hoạt động du lịch làng nghề. Hơn nữa, hoạt động sản xuất làng nghề phát triển còn là động lực thúc đẩy phát triển các hoạt động thương mại, dịch vụ, vận tải, thông tin, y tế giáo dục... tác động trở lại, tạo điều kiện phát triển mạnh hơn nghề truyền thống của địa phương.

Nhằm khai thác tiềm năng du lịch, dịch vụ của các làng nghề truyền thống, Hà Nội đã xây dựng chương trình phát triển du lịch làng nghề với định hướng đến năm 2020, chỉ tiêu phát triển du lịch sẽ đạt 5 - 5,5 triệu lượt khách, trong đó khách quốc tế chiếm khoảng 5 - 10% với tốc độ tăng bình quân 10%/năm. Phấn đấu doanh thu xã hội về du lịch đến 2020 đạt trên 900 tỷ đồng. Thu hút khoảng 5.000 lao động trực tiếp với 3.200 phòng khách sạn, trong đó sẽ hình thành một số khách sạn đạt tiêu chuẩn từ 3 sao trở lên

tại các trọng điểm du lịch. Không chỉ vậy, Hà Nội cũng định hướng hình thành mới 6 khu du lịch tổng hợp: khu du lịch sinh thái và vui chơi giải trí Tuần Châu, khu du lịch sinh thái cao cấp An Khánh, hồ Quan Sơn, hồ Đồng Mô, hồ suối Hai - Ba Vì và khu du lịch lịch sử - văn hóa làng cổ Đường Lâm. Song song với việc tiếp tục đẩy mạnh đầu tư khai thác tiềm năng du lịch tại 6 điểm di tích lịch sử - văn hóa, lễ hội là xây dựng một trung tâm dịch vụ du lịch làng nghề truyền thống, đầu tư phát triển ba làng nghề thành các điểm du lịch: nghề tạc tượng ở Sơn Đồng, nghề khảm Chuyền Mỹ và mây tre đan Phú Vinh.[59]

Có thể khẳng định, tiềm năng du lịch làng nghề của Hà Nội là rất lớn và việc khai thác những tiềm năng, phát huy nội lực của làng nghề sẽ tạo ra "món ăn lạ miệng" với du khách trong và ngoài nước. Phát triển du lịch làng nghề còn phương thức hữu hiệu để quảng bá văn hóa truyền thống, quảng bá thương hiệu, sản phẩm làng nghề đến người tiêu dùng. Chính vì vậy mà PGS.TS Phạm Trung Lương, Viện nghiên cứu phát triển du lịch làng nghề cho rằng "Làng nghề truyền thống được xem là 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 gồm trong nó cả nội dung giá trị vật thể và phi vật thể".

Tuy nhiên, để phát triển du lịch làng nghề đòi hỏi phải có sự kết nối sâu rộng hơn giữa các làng nghề để khai thác triệt để những tiềm năng còn bỏ ngỏ. Đây còn là phương thức nâng lên sức mạnh thương hiệu, góp phần giải quyết mối quan hệ giữa bảo tồn và phát triển làng nghề trong hội nhập. Nhưng trên thực tế, những người lao động trong các làng nghề vốn chưa quen làm du lịch, dịch vụ, nên còn hạn chế trong cung cách phục vụ. Do đó, vấn đề cần được quan tâm khi phát triển loại hình du lịch này là cần có định hướng và sự hỗ trợ tích cực từ các cấp, ngành hữu quan. Đặc biệt là phát triển và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, có giải pháp quản lý chất lượng dịch vụ từ các khâu chuyên chở, phục vụ, đón tiếp, hướng dẫn và điều hành, đồng thời có biện pháp hữu hiệu để loại bỏ các tệ nạn trong khu vực di tích, lễ hội, nhằm tạo cảm giác

thoải mái và an toàn cho du khách. Bên cạnh đó, xây dựng từng loại hình du lịch phù hợp, tạo ra các sản phẩm du lịch đa dạng, đáp ứng nhu cầu của từng đối tượng khách du lịch.

Được biết, thời gian qua, Hà Nội đã đưa vào khai thác tour tham quan các làng nghề, song nhìn chung khách đi tour này còn quá ít. Theo đánh giá, hiện việc phát triển các tour du lịch làng nghề trên địa bàn Thủ đô còn nhiều khó khăn, nhất là vấn đề cơ sở hạ tầng, giao thông, phong cách phục vụ thiếu sự chuyên nghiệp...

Để hỗ trợ các làng nghề phát triển nhanh, mạnh và bền vững, nhất là khai thác tiềm năng du lịch, dịch vụ, trong năm 2012, Sở Công thương Hà Nội đã thực hiện nhiều hoạt động nhằm hỗ trợ phát triển nghề và làng nghề, điển hình như thực hiện đánh giá thực trạng môi trường làng nghề lưu vực sông Nhuệ, sông Đáy. Tổ chức thu thập thông tin về các làng nghề để xuất bản sách và sản xuất phim giới thiệu về tiềm năng phát triển nghề và làng nghề... Đặc biệt, từ nguồn kinh phí khuyến công quốc gia và khuyến công địa phương, Trung tâm Khuyến công Hà Nội đã tổ chức được 45 lớp đào tạo truyền nghề, nhân cấy nghề mây tre đan, thêu ren, sơn mài, dệt khăn, điêu khắc... cho 3.250 học viên, triển khai 7 chương trình lớn tập trung vào công tác truyền nghề, nhân cấy và nâng cao tay nghề, hỗ trợ đổi mới công nghệ tại các làng nghề, nâng cao kỹ năng quản trị cho các chủ doanh nghiệp, cơ sở sản xuất..., tổ chức cho doanh nghiệp tham gia hội chợ triển lãm, giới thiệu sản phẩm làng nghề nhằm quảng bá và xúc tiến đầu tư, liên kết kinh doanh, hợp tác sản xuất giữa các vùng và địa phương, tạo tiền đề quan trọng để các làng nghề bảo tồn, phát triển các giá trị văn hóa ngày càng hiệu quả.

2.3.2.2. Kinh nghiệm của tỉnh Quảng Nam về khôi phục và phát triển các làng nghề truyền thống gắn với xu hướng phát triển du lịch hiện đại

Mã Châu là làng nghề truyền thống, nuôi tằm, ươm tơ, dệt lụa nổi tiếng từ thế kỷ 16 trên đất Quảng Nam. Làng nghề Mã Châu thuộc thôn Châu Hiệp, thị trấn Nam Phước, huyện Duy Xuyên, cả làng hiện có khoảng 200 gia đình nhưng hàng

năm đã sản xuất hàng trăm ngàn mét tơ lụa phục vụ nhu cầu trong và ngoài nước. Theo dân làng thì Mã Châu trước mang tên Tứ mã với 4 làng Mã Thành, Mã Thượng, Mã Đông, Mã Tây và bến đò tơ nổi tiếng cung cấp các loại tơ lụa cho thương nhân nước ngoài ở cảng Trà Nhiêu - Hội An. Thập kỷ 80, 90 của thế kỷ trước, Mã Châu cũng như bao làng nghề khác tại địa phương đã phải đối mặt với những thăng trầm tưởng chừng khó vượt qua, thậm chí dân làng đã có người phải bỏ quê đi nơi khác kiếm sống. Thế nhưng giờ đây với những chính sách phát triển làng nghề của Nhà nước, của chính quyền địa phương, làng nghề Mã Châu đã được hồi sinh. Những sản phẩm lụa Mã Châu đã thực sự thu hút du khách, đặc biệt là khách quốc tế. Từ những chiếc khăn, chiếc giỏ xách tay xinh xắn cho đến những chiếc đèn lồng hiện hữu nơi phố cổ Hội An đều được làm từ tơ lụa Mã Châu. Anh Nguyễn Hữu - chủ một cơ sở sản xuất tương đối lớn của Mã Châu cho biết gia đình anh đã 9 đời gắn bó với nghề dệt lụa. Cũng như tất cả mọi người trong làng, anh rất tin vào sự bền vững của nghề truyền thống do cha ông để lại. Hơn nữa giờ đây với điều kiện giao thông thuận lợi nối kết giữa hai di sản văn hoá thế giới là Mỹ Sơn và Hội An du khách lại có dịp tham gia vào những tour du lịch làng nghề đầy hấp dẫn trên trục giao thông này. Đây cũng là yếu tố thúc đẩy việc gắn kết chặt chẽ giữa lợi ích du lịch và công tác bảo tồn nghề truyền thống.

Mỗi vùng một đặc trưng nghề nghiệp nhưng chưa nơi nào ở Quảng Nam lại đa dạng các loại hình nghề truyền thống như ở thị xã Hội An. Chẳng thế mà chương trình Mỗi ngày làm cư dân phố cổ với chuyến tham quan các làng nghề và tự tay làm những sản phẩm truyền thống lại thu hút nhiều du khách tham gia đến vậy, nào làm gốm ở Thanh Hà, làm lồng đèn, nào trồng rau ở Trà Quế, tất cả đều mang một bản sắc rất riêng. Làng gốm Thanh Hà với quá trình phát triển 500 năm, thế mà có lúc người ta đã quên mất rằng Thanh Hà có nghề làm gốm rất độc đáo. Thế nhưng với tâm huyết của những người cao niên trong làng, gốm Thanh Hà lại dần được phục hồi. Bà Nguyễn Thị Được - người dân Thanh Hà vẫn quen gọi là bà Phú năm nay đã 83 tuổi nhưng sự khéo léo và tinh anh trong nghề nghiệp đã khiến bà trở thành một trong những nghệ nhân giỏi nhất làng.

Những câu chuyện về nghề, về truyền thống làm gốm của gia đình và việc truyền nghề cho lớp trẻ luôn được bà đề cập một cách rất nhiệt tình. Ngoài việc phát triển nghề dựa vào du lịch, những nghệ nhân làng gốm Thanh Hà vẫn muốn tìm hướng đi vững chắc cho sản phẩm của mình như sản xuất các sản phẩm gốm mỹ thuật tinh xảo dành cho xuất khẩu và phục vụ công tác trùng tu, xây dựng các công trình kiến trúc cổ tại Hội An. Hình ảnh đặc trưng nhất của Hội An có lẽ là phố cổ và đèn lồng. Ánh sáng lung linh của những chiếc đèn nhiều màu sắc trong đêm rằm đã trở nên hết sức đặc biệt với mỗi du khách khi tới Hội An. Giờ đây nhiều người Hội An đã biết cách làm lồng đèn, kể cả các em nhỏ, thanh niên. Đối với cư dân Hội An, làm đèn lồng hay bất cứ nghề thủ công truyền thống nào khác đều phải bắt nguồn từ sự yêu thích và say mê. Chính vì những giá trị độc đáo của nghề truyền thống, mới đây thị xã Hội An đã chính thức đề nghị Ủy ban Nhân dân tỉnh Quảng Nam cho phép sử dụng địa danh Hội An để lập hồ sơ đăng ký bảo hộ độc quyền nhãn hiệu hàng hoá tập thể "đèn lồng Hội An". [69]

2.3.3. Bài học kinh nghiệm rút ra cho tỉnh Thừa Thiên Huế trong việc phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch

Trên cơ sở kinh nghiệm của một số tỉnh của Nhật Bản và Thái Lan và một số tỉnh, thành trong cả nước về phát triển LNTT gắn liền với phục vụ DL, có thể rút ra một số bài học kinh nghiệm để tỉnh Thừa Thiên Huế tham khảo và vận dụng trong quá trình phát triển LNTT gắn liền với phục vụ DL tương xứng với tiềm năng và yêu cầu phát triển ngành du lịch của tỉnh nhà, cụ thể là:

Một là, phát triển LNTT phục vụ DL phải gắn với xu hướng phát triển du lịch hiện đại, cụ thể:

- Trong chương trình một tour du lịch hiện đại thì việc đưa du khách đến các LNTT để tham quan, mua sắm và trải nghiệm là cần thiết.
- Có sự kết hợp chặt chẽ giữa ngành du lịch và các nhà triển lãm các sản phẩm LNTT cấp quốc gia và địa phương.
- Khai thác hiệu quả chương trình "kết nối địa phương với toàn cầu".

Hai là, tôn vinh các nghệ nhân, đồng thời chú trọng đào tạo và bồi dưỡng nguồn nhân lực ở nông thôn theo yêu cầu của thị trường và của việc phát triển các LNTT phục vụ DL, cụ thể:

- Chú trọng phát triển nguồn nhân lực có khả năng kế tục phát triển các LNTT phục vụ DL về ý thức, giá trị của việc bảo tồn các LNTT từ cấp tiểu học; tạo điều kiện để các em làm quen được các phương pháp, công nghệ sản xuất truyền thống, vật liệu... từ bé nhằm tạo sự hiểu biết đúng đắn về giá trị của các LNTT phục vụ DL trong tương lai. Từ đó, mới tạo được niềm đam mê cho thế hệ trẻ về bảo tồn và phát triển LNTT.

- Động viên, hướng những nghệ nhân chấp nhận truyền nghề cho thế hệ sau nhằm bảo tồn và duy trì sự tồn tại của các LNTT theo đúng nghĩa của nó.

- Có cơ chế phân bổ lợi ích hợp lý giữa các chủ thể tham gia vào công việc phát triển LNTT phục vụ DL.

Ba là, phải hướng dẫn cho cư dân ở các LNTT phục vụ DL cách thức làm du lịch, như vậy mới có thể tiếp cận với thị trường hiện đại cũng như với du khách đến LNTT tham quan và trải nghiệm, góp phần tạo nên sự hấp dẫn cho LNTT.

Bốn là, từng bước xây dựng thương hiệu sản phẩm cho từng LNTT phục vụ DL theo phương châm "mỗi làng nghề một sản phẩm" bằng cách:

- Xét duyệt các sản phẩm của làng nghề truyền thống chính xác để công nhận chính thức sản phẩm của làng nghề truyền thống.

- Trong từng giai đoạn nhất định, phải có chính sách bảo lãnh cho sản phẩm của làng nghề truyền thống, tạo điều kiện thuận lợi cho các làng nghề truyền thống phát triển theo hướng mỗi làng nghề một sản phẩm.

- Khuyến khích, nâng cao tính sáng tạo của người thợ đối với việc xây dựng và phát triển hình ảnh sản phẩm LNTT. Phát triển các sản phẩm của LNTT phục vụ DL phải đáp ứng được các yêu cầu của các quy luật kinh tế thị trường. Đồng thời có nhiều hình thức kết hợp hài hòa giữa hoạt động du lịch với các làng nghề truyền thống hiệu quả.

Chương 3

THỰC TRẠNG LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG PHỤC VỤ DU LỊCH Ở TỈNH THỪA THIÊN HUẾ

3.1. TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG PHỤC VỤ DU LỊCH Ở TỈNH THỪA THIÊN HUẾ

3.1.1. Tình hình làng nghề truyền thống ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Huế nằm trong không gian và cảnh quan chung của những làng quê Việt Nam với những sinh hoạt ngành nghề thủ công Việt Nam phổ biến thường thấy. Hệ thống tượng cục, chính là phương tiện phục vụ cho triều đình, tầng lớp quý tộc, quan lại, thượng lưu... cùng với những nghề và làng nghề truyền thống dân gian đã đáp ứng phần lớn nhu cầu con người và làm nên những đặc trưng của sản phẩm thủ công Huế. Chính từ khi Huế trở thành kinh đô của cả nước, trở thành nơi tập trung các nguồn giao lưu kinh tế, nơi tập trung tầng lớp quan lại, quý tộc, thượng lưu... đã thúc đẩy nhu cầu, thị hiếu tiêu thụ sản phẩm thủ công ngày một tăng và cầu kỳ hóa dần. Để đáp ứng nhu cầu của xã hội đồng thời, người thợ ở Huế đã tự tìm kiếm cách phô bày, thể hiện kỹ xảo bằng bàn tay tài nghệ của mình trên sản phẩm để nâng nó đến "tầm cao quý", và đặc biệt hơn là để thỏa mãn những nhu cầu của khách hàng "cao cấp" hoặc là thành phần cai trị trực tiếp trên địa bàn cư trú của họ [72].

Từ những thực tế nêu trên, kinh đô Huế thời Nguyễn đã có những sản phẩm thủ công hình thành từ yêu cầu của triều đình, chúng hiện hữu với tư cách là thành tựu từ những bàn tay tài nghệ, tuyệt khéo của những người thợ giỏi khắp nơi. Sản phẩm ấy là kết tụ tinh hoa của thời đại, mà giai cấp phong kiến đương thời đã làm nhiệm vụ tập hợp những tài hoa để cho ra đời những tác phẩm mang tính biểu tượng của nền mỹ thuật đất nước trong một giai đoạn lịch sử, trở thành khuôn mặt tiêu biểu của trình độ phát triển thủ công nghiệp Việt Nam thời bấy giờ.

Với sự diễn biến của ngành nghề thủ công truyền thống ở Thừa Thiên Huế

hậu phong kiến có thấy rằng một số ngành nghề thủ công truyền thống và sản phẩm đã biến mất theo với sự suy tàn của nhà Nguyễn; như nghề vẽ trong Nội tạo, nghề làm bành voi, nghề trang sức đồ ngựa, nghề đóng xe, nghề thợ súng, nghề thợ máy đá súng, nghề dệt mã vĩ, nghề vẽ giấy kim tiền...

Một số nghề thủ công biến mất do thất truyền như nghề dệt gấm, nghề làm pha lê, nghề nắn khắc cật tre, nghề làm đồ pháp lam... Một số ngành nghề do nhu cầu thị trường hạn chế, hoặc do những biến động khác làm suy yếu dẫn đến mất hẳn như làng giấy Đốc Sơ; làng dệt Phủ Cam, Dương Nỗ, Kim Long, An Cựu; làng chỉ Chợ Cống; thêu gấm Phú Vang; làng kim và dây thau Mậu Tài; làng gốm Phước Tích; làng cốm An Thuận; làng dệt Mỹ Lợi... Một số làng nghề vẫn còn duy trì cho đến ngày nay, tuy nhiên mức độ phát triển không giống nhau. Chẳng hạn như làng chạm khắc gỗ Mỹ Xuyên; làng nón Triều Sơn, Đông Di, Tây Hồ, Phủ Cam; làng rèn Hiền Lương, làng gót Dã Lê, làng hoa giấy Thanh Tiên, làng tranh Sinh (Lại Ân), làng trưởng liễn An Truyền, làng đan lát Bao La, Thủy Lập, Lai Thành, Hà Thanh; làng sản xuất bún Vân Cù, Ô Sa; làng sản xuất gạch ngói Thủy Phú, Nam Thanh,...

Trải qua biết bao biến động, do nhiều nguyên nhân, những làng nghề vốn có của Thừa Thiên Huế đang ngày càng bị mai một. Từ số liệu thống kê của các văn bản cho đến thực tế, con số ấy đã bị giảm sút rất nhiều. Tất nhiên, cũng có những ngành nghề theo sự phát triển của lịch sử tự mình đào thải, nhưng cũng có không ít những trường hợp do nhiều nguyên nhân chủ quan đã không còn tồn tại và phát triển.

Tại các địa phương trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế hiện nay có tất cả 88 làng nghề, trong đó có 25 LNTT phục vụ DL được chia thành 6 nhóm LNTT gắn liền với các nhóm sản phẩm cụ thể như: nhóm sản phẩm mây tre đan, nón lá, tranh giấy và hoa giấy, gốm nung, mộc mỹ nghệ, đúc đồng. (xem phụ lục 2).

Tùy thuộc vào từng nhóm sản phẩm mà số lượng các chủ thể tham gia sản

xuất chúng là khác nhau, bởi vì mỗi một loại sản phẩm khác nhau thì chúng có tính chất, kỹ thuật sản xuất, lượng cung cầu trên thị trường... khác nhau. Trong các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế, số lượng chủ thể tham gia sản xuất trong giai đoạn 2008 - 2012 bao gồm hơn 2.000 chủ thể, thể hiện cụ thể ở bảng 3.1 như sau:

Bảng 3.1: Số lượng chủ thể tham gia sản xuất tại các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Tên nhóm sản phẩm của LNTTPVDL	Năm 2008		Năm 2009		Năm 2010		Năm 2011		Năm 2012	
	SL (chủ thể)	TL (%)	SL (chủ thể)	TL (%)	SL (chủ thể)	TL (%)	SL (chủ thể)	TL (%)	SL (chủ thể)	TL (%)
1. Mây tre đan	307	16,5	327	16,5	397	19,1	419	19,2	507	21,3
2. Nón lá	1.273	68,7	1.374	69,4	1.390	67,2	1.470	67,3	1.574	66,1
3. Tranh giấy và hoa giấy	90	4,9	95	4,8	101	4,8	110	5,1	114	4,8
4. Gốm nung	5	0,3	5	0,3	5	0,2	5	0,2	5	0,2
5. Mộc mỹ nghệ	137	7,4	139	7,0	140	6,8	140	6,4	140	5,9
6. Đúc đồng	40	2,2	40	2,0	40	1,9	40	1,8	40	1,7
Tổng cộng	1.852	100	1.980	100	2.073	100	2.184	100	2.380	100

(Nguồn: Kết quả tính toán của NCS từ [56])

Như vậy, có thể thấy nhóm sản phẩm nón lá có số lượng chủ thể tham gia sản xuất tại các LNTT phục vụ DL cao nhất trong 6 nhóm sản phẩm, cụ thể năm 2008 có 1.273 chủ thể, chiếm 68,7 %, đến năm 2012 tăng lên 1.574 chủ thể nhưng chỉ chiếm 66,1%. Trong khi đó, nhóm sản phẩm gốm nung lại có số lượng chủ thể tham gia sản xuất thấp nhất (có 5 chủ thể, chiếm 0,3%), không thay đổi qua các năm từ 2008 - 2012. Nhóm sản phẩm mây tre đan có số lượng chủ thể tham gia sản xuất cao thứ hai trong 6 nhóm sản phẩm, cụ thể năm 2008 có 307 chủ thể, chiếm 16,5%, đến năm 2012 tăng lên 507 chủ thể, chiếm 21,3%. Các nhóm sản phẩm còn lại gồm tranh giấy và hoa giấy, mộc mỹ nghệ, đúc đồng thì chủ thể tham gia sản xuất chỉ chiếm khoảng 2,2% - 7,4% trong năm 2008 và

đến năm 2012 con số này giao động trong khoảng 1,7% - 5,9% mà thôi.

Có sự khác nhau về số lượng các chủ thể tham gia sản xuất đối với từng nhóm sản phẩm tại các LNTT phục vụ DL trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế là do: đối với những nhóm sản phẩm có quy mô, tính chất sản xuất lớn, cố định, khó chuyển đổi sang ngành nghề khác như gốm nung, mộc mỹ nghệ và đúc đồng thì số lượng chủ thể tham gia sản xuất kinh doanh ở mức thấp, hầu như không thay đổi qua các năm; ngược lại, các nhóm sản phẩm như mây tre đan, nón lá và tranh giấy và hoa giấy có số lượng chủ thể tham gia sản xuất kinh doanh biến động mạnh, theo xu hướng tăng dần qua các năm vì tính chất, quy mô sản xuất dễ thay đổi, dễ đầu tư, quay vòng vốn nhanh, nhu cầu thị trường ngày càng nhiều... Thực trạng này phần nào đã phản ánh được mức độ quan tâm và đầu tư của các chủ thể sản xuất kinh doanh, tùy thuộc vào từng nhóm sản phẩm khác nhau tại các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế, điều này thể hiện được xu hướng phát triển khác nhau của từng nhóm sản phẩm khác nhau trong tương lai.

3.1.2. Các nguồn lực chủ yếu tạo điều kiện phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

3.1.2.1. Đặc trưng văn hoá ở làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Có thể nói rằng, qua các sản phẩm thủ công mỹ nghệ của các làng nghề và ngành nghề truyền thống ở Thừa Thiên Huế có thể khẳng định rằng: những làng nghề truyền thống ở Thừa Thiên Huế gắn liền với sự phát triển của xã hội nông nghiệp nông thôn Việt Nam với nét thơ mộng trữ tình của thiên nhiên và làng quê; nét cổ kính trầm mặc của cảnh quan kiến trúc, sự thanh lịch, kín đáo thoát ra từ phong cách con người ở các làng nghề vẫn còn được giữ lại như là một nét truyền thống qua biết bao thăng trầm, biến động của lịch sử và dòng đời.

Ngoài ra, các làng nghề Thừa Thiên Huế rất phong phú và đa dạng vừa mang đậm nét dân gian của làng quê, vừa mang nét đan xen, tiếp biến và giao thoa giữa văn hóa Chăm - Việt - Hoa thông qua các di sản tinh thần còn tồn tại như thờ Tổ nghề, thờ Khai canh, Khai thần ở các làng quê, các lễ hội hằng năm ở các làng nghề.

Về tính cách con người ở các làng nghề truyền thống có thể nhìn nhận thông qua các tác phẩm thủ công mỹ nghệ của người thợ thủ công đó là sự tinh tế, kín đáo, tỉ mỉ, đầy sáng tạo và kiên trì chân chất, chịu thương chịu khó. Chính những đặc tính đó của người thợ thủ công trong các làng nghề dù đã trải qua hàng trăm năm với nghề nhưng họ không thể quên gốc gác của mình và những tính chất sản xuất nhỏ.

Ngoài các làng nghề thủ công truyền thống đang tồn tại và phát triển ở các vùng đồng bằng Thừa Thiên Huế, thì ở miền núi còn có một nguồn sản phẩm thủ công phong phú có nhiều triển vọng lớn của các dân tộc Pacô, Tà ôi, K Tu, Vân Kiều, Pa-hy như đan lát, điêu khắc, dệt dền.... Đến nay, nó là nghề truyền thống có giá trị cao, đáng được giới thiệu một cách rộng rãi với du khách trong và ngoài nước, góp phần phát triển LNTT phục vụ DL trên địa bàn Tỉnh.

3.1.2.2. Tiềm năng du lịch

Tiềm năng du lịch của tỉnh Thừa Thiên Huế rất phong phú và đa dạng bao gồm cả sông, núi, hồ, đầm phá, rừng, núi, biển ... và các di tích văn hóa lịch sử nổi tiếng như quần thể di tích cố đô Huế và nhã nhạc cung đình là những di sản văn hóa vật thể và phi vật thể của thế giới đã được UNESCO công nhận. Ngoài ra còn có hàng trăm đình, chùa với kiến trúc dân tộc độc đáo cùng với một kho tàng văn hóa phi vật thể đồ sộ là các loại hình lễ hội tôn giáo, dân gian, cung đình... tài nguyên du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế phân bố khá tập trung ở một số địa bàn như thành phố Huế và vùng phụ cận, Cảnh Dương - Lăng Cô - Bạch Mã - Hải Vân, A Lưới - Đường Hồ Chí Minh ... đây là một trong những tiềm năng

thế mạnh để xây dựng tỉnh Thừa Thiên Huế thành một trung tâm du lịch lớn của Việt Nam với đủ các loại hình du lịch thích hợp như sinh thái, du lịch biển, du lịch văn hóa, nghỉ dưỡng, nghiên cứu... đồng thời đây cũng là một trong những tiền đề có ý nghĩa đặc biệt quan trọng thúc đẩy các làng nghề truyền thống phát triển trong đó các làng nghề truyền thống phục vụ du lịch là có khả năng phát triển mạnh hơn cả [72].

3.1.2.3. Cơ sở hạ tầng

- *Hệ thống giao thông*: thuận tiện cho phát triển du lịch và mở rộng lưu thông hàng hóa, từ đó tạo điều kiện cho các làng nghề truyền thống phát triển theo hướng chuyên phục vụ du lịch, có ga Huế trong trung thành phố và có Cảng hàng không quốc tế Phú Bài.[72]

- *Hệ thống cấp điện*: ngoài hệ thống lưới điện quốc gia với khoảng 315 km đường dây trung thế và trên 1000 km đường dây hạ thế với trên 450 trạm biến áp phân phối thì một số nhà máy thủy điện đang được đầu tư như Hương Điền, Bình Điền và A Lưới sẽ đưa vào vận hành trong những năm từ 2008 - 2012, có hệ thống phát điện dự phòng Diesel cùng với công suất 7200 KVA để đảm bảo cấp điện cho những công trình quan trọng khi có sự cố điện lưới.[72]

- *Hệ thống cấp nước sạch*: hệ thống cấp nước sạch cho thành phố Huế và các vùng phụ cận thì nguồn nước được lấy từ nước mặt sông Hương; cho các huyện Hương Trà và Quảng Điền thì lấy từ sông Bồ; ở Chân Mây thì lấy từ khe nước Bôghe và khe Mệ; cho Nam Đông thì lấy từ sông Tả Trạch; cho Phú Bài lấy từ nguồn nước ngầm.[72]

- *Hệ thống thông tin liên lạc*: tương đối phát triển, về bưu chính đã có các dịch vụ chất lượng cao, hiện tại cáp quang đã về đến các trung tâm huyện các dịch vụ Internet, ADSL,... ngày càng phát triển, đáp ứng tốt nhu cầu của nhân dân và sản xuất ở các trung tâm, các khu công nghiệp trong tỉnh.[72]

3.2. LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG PHỤC VỤ DU LỊCH Ở TỈNH THỪA THIÊN HUẾ GIAI ĐOẠN 2008-2012

3.2.1. Sản phẩm du lịch của làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Các sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế là những sản phẩm vừa có giá trị kinh tế, vừa có giá trị truyền thống riêng, phản ánh sinh động giá trị bản sắc văn hóa dân tộc và địa phương, nên có sức hấp dẫn đối với du khách trong và ngoài nước, bao gồm các nhóm sản phẩm thủ công mỹ nghệ cụ thể như: mây tre đan, nón lá, tranh giấy và hoa giấy, gốm nung, mộc mỹ nghệ, đúc đồng và các loại hình dịch vụ du lịch nơi đây, cụ thể như sau:

3.2.1.1. Sản lượng doanh thu sản phẩm thủ công mỹ nghệ của làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Trong giai đoạn 2008 - 2012, tùy thuộc vào từng nhóm sản phẩm là mây tre đan, hay là nón lá hoặc là tranh giấy và hoa giấy, hay là gốm nung, mộc mỹ nghệ hay là đúc đồng mà tình hình tiêu thụ của chúng tại các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế có sự khác nhau. Vào những năm 2008, 2010, 2012 là những năm diễn ra lễ hội Festival lớn, đây là một trong những sự kiện lễ hội lớn nhất trong năm trên địa bàn Tỉnh, vì vậy lượt khách du lịch trong và ngoài nước đến Huế tăng lên đột biến, nhu cầu mua sắm, vui chơi và nghỉ ngơi của người dân trong Tỉnh cũng tăng lên đáng kể. Các LNTT phục vụ DL trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế được nhiều du khách biết đến hơn thông qua các tour du lịch làng nghề truyền thống, các chương trình của lễ hội liên quan đến các làng nghề truyền thống phục vụ du lịch, từ đó các sản phẩm thủ công mỹ nghệ của các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế được tiêu thụ nhiều hơn so với thời gian còn lại trong năm. Do đó, tình hình tiêu thụ sản phẩm thủ công mỹ nghệ của các LNTT phục vụ DL có sự biến động qua các năm từ năm 2008 đến năm 2012, thể hiện cụ thể ở bảng 3.2 như sau:

**Bảng 3.2: Tình hình tiêu thụ sản phẩm thủ công mỹ nghệ
của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế**

Chi tiêu	Năm	Năm 2008		Năm 2009		Năm 2010		Năm 2011		Năm 2012	
		SL (1000SP)	TL (%)	SL (1000SP)	TL (%)	SL (1000SP)	TL (%)	SL (1000SP)	TL (%)	SL (1000SP)	TL (%)
1. Mây tre đan		680	100	900	100	930	100	1.350	100	1.972	100
2. Nón lá		1.100	100	1.220	100	1.350	100	1.600	100	2.860	100
3. Tranh giấy và hoa giấy		535	100	617	100	718	100	819	100	1.024	100
4. Gốm nung		108,2	100	118	100	126,5	100	120,2	100	121	100
5. Mộc mỹ nghệ		205	100	220	100	260	100	315	100	395	100
6. Đúc đồng		150	100	158,5	100	168,0	100	180	100	189	100

(Nguồn: Kết quả tính toán của NCS từ [57])

Như vậy, có thể thấy:

- Đối với nhóm sản phẩm mây tre đan: đây là nhóm sản phẩm khá đa dạng với nhiều chủng loại và quy cách khác nhau, nhưng mẫu mã, chất lượng sản phẩm còn nhiều hạn chế. Chính vì vậy, từ năm 2008 đến năm 2012, số lượng sản phẩm được tiêu thụ của nhóm sản phẩm này tăng dần qua các năm, từ 680 nghìn sản phẩm trong năm 2008 đã tăng lên 1.972 nghìn sản phẩm trong năm 2012 (tăng 1.292 nghìn sản phẩm). *(xem bảng 3.2)*

- Đối với nhóm sản phẩm nón lá : đây là nhóm sản phẩm biểu hiện văn hóa đặc trưng của con người Huế, được người dân địa phương và khách du lịch yêu chuộng. Trong năm 2008, số lượng sản phẩm tiêu thụ của nhóm sản phẩm này là 1.100 nghìn sản phẩm đã tăng lên 2.860 nghìn sản phẩm (tăng 1.760 nghìn sản phẩm) vào năm 2012. *(xem bảng 3.2)*

- Đối với nhóm sản phẩm tranh giấy và hoa giấy : đây là sản phẩm mang tính thời vụ, chủ yếu phục vụ tín ngưỡng và các ngày lễ hội dân gian trên địa bàn tỉnh nên nó không phải là sản phẩm trang trí vì vậy vào mùa vụ các LNTT phục vụ DL thuộc nhóm sản phẩm này vẫn làm và tiêu thụ được cho dân địa

phương, còn đối với mục đích để phục vụ du lịch thì chủ yếu thiên về trải nghiệm, tham quan. Từ năm 2008 đến năm 2012, số lượng sản phẩm được tiêu thụ của nhóm sản phẩm này tăng dần qua các năm, từ 535 nghìn sản phẩm trong năm 2008 đã tăng lên 1.024 nghìn sản phẩm trong năm 2012 (tăng 489 nghìn sản phẩm).*(xem bảng 3.2)*

- Đối với nhóm sản phẩm mộc mỹ nghệ: nhóm sản phẩm này tuy đã được thị trường trong và ngoài nước biết đến nhưng do khả năng sản xuất còn nhỏ nên chỉ phục vụ cho địa phương hoặc tham gia xuất khẩu gián tiếp thông qua một số công ty lớn ở Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội như sản phẩm phục chế nhà rường, phục chế đồ nội thất, sơn son thếp vàng... Trong năm 2008, nhóm sản phẩm này tiêu thụ được 108,2 nghìn sản phẩm và trong năm 2012 là 121 nghìn sản phẩm (tăng 12,8 nghìn sản phẩm).*(xem bảng 3.2)*

- Đối với nhóm sản phẩm gốm nung : sản phẩm gốm nung của làng nghề Phước Tích còn nhiều hạn chế về mẫu mã, chất lượng do mới được khôi phục trong vài năm trở lại đây nên vấn đề tiêu thụ sản phẩm còn rất khó khăn. Trong năm 2008, số lượng sản phẩm tiêu thụ của nhóm sản phẩm này là 205 nghìn sản phẩm đã tăng lên 395 nghìn sản phẩm (tăng 190 nghìn sản phẩm). *(xem bảng 3.2)*

- Đối với nhóm sản phẩm đúc đồng : sản phẩm đúc đồng khá đa dạng như hàng thủ công mỹ nghệ, đồ thờ tự, sản phẩm đúc công nghiệp. Đặc biệt có một số để phục vụ tôn tạo, phục vụ các di tích lịch sử văn hóa vì vậy chủ yếu phục vụ nhu cầu trong nước. Từ năm 2008 đến năm 2012, số lượng sản phẩm được tiêu thụ của nhóm sản phẩm này tăng dần qua các năm, từ 150 nghìn sản phẩm trong năm 2008 đã tăng lên 189 nghìn sản phẩm trong năm 2012 (tăng 39 nghìn sản phẩm). *(xem bảng 3.2)*

Việc phân tích trên cho thấy cụ thể về tình hình tiêu thụ sản phẩm thủ công mỹ nghệ của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế trong giai đoạn 2008-2012 là: mức độ tăng về sức tiêu thụ của tất các nhóm sản phẩm của LNTT phục vụ DL là chưa cao, chưa tương xứng với tiềm năng hiện có của

các LNTT này, bởi vì các sản phẩm này chưa thực sự hấp dẫn đối với du khách, tính hữu dụng của nó chưa cao và công tác quảng bá sản phẩm chưa thực sự hiệu quả, làm cho du khách thiếu thông tin chi tiết về sản phẩm, các sản phẩm có chất lượng chưa đồng đều, tính thẩm mỹ kết hợp với tính truyền thống chưa được tinh tế, tính thương mại của sản phẩm còn nhiều hạn chế.

Doanh thu tiêu thụ sản phẩm thủ công mỹ nghệ của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế trong giai đoạn 2008-2012 có xu hướng tăng, làm cho ngành du lịch địa phương có chiều hướng phát triển gắn liền với các LNTT phục vụ DL, được thể hiện như sau:

Bảng 3.3: Doanh thu tiêu thụ theo nhóm sản phẩm thủ công mỹ nghệ của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Tên nhóm sản phẩm của LNTT phục vụ DL	Doanh thu tiêu thụ sản phẩm của LNTT phục vụ DL									
	Năm 2008		Năm 2009		Năm 2010		Năm 2011		Năm 2012	
	SL (tỷ đ)	TL (%)	SL (tỷ đ)	TL (%)	SL (tỷ đ)	TL (%)	SL (tỷ đ)	TL (%)	SL (tỷ đ)	TL (%)
1. Mây tre đan	3,0	12,4	3,5	13,8	4,0	14,0	5,3	14,9	7,3	17,0
2. Nón lá	4,0	16,5	4,7	18,5	5,3	18,6	6,3	17,7	7,8	18,2
3. Tranh giấy và hoa giấy	0,2	0,8	0,2	0,8	0,3	1,0	0,9	2,5	1,1	2,6
4. Gốm nung	0,8	3,3	0,8	3,1	0,9	3,2	1,0	2,8	1,2	2,8
5. Mộc mỹ nghệ	9,2	38,1	9,2	36,2	10,0	35,0	12,0	33,8	14,0	32,6
6. Đúc đồng	7,0	28,9	7,0	27,6	8,0	28,2	10,0	28,3	11,5	26,8
Tổng	24,2	100	25,4	100	28,5	100	35,5	100	42,9	100

(Nguồn: Kết quả tính toán của NCS từ [56])

Qua bảng 3.3, ta thấy: trong các nhóm sản phẩm của LNTT phục vụ DL trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế thì các nhóm sản phẩm mây tre đan, nón lá và mộc mỹ nghệ có tỷ lệ tiêu thụ sản phẩm chiếm ưu thế, do đây là những nhóm sản phẩm đặc trưng của Huế, giá cả phải chăng, dễ sử dụng vào nhiều

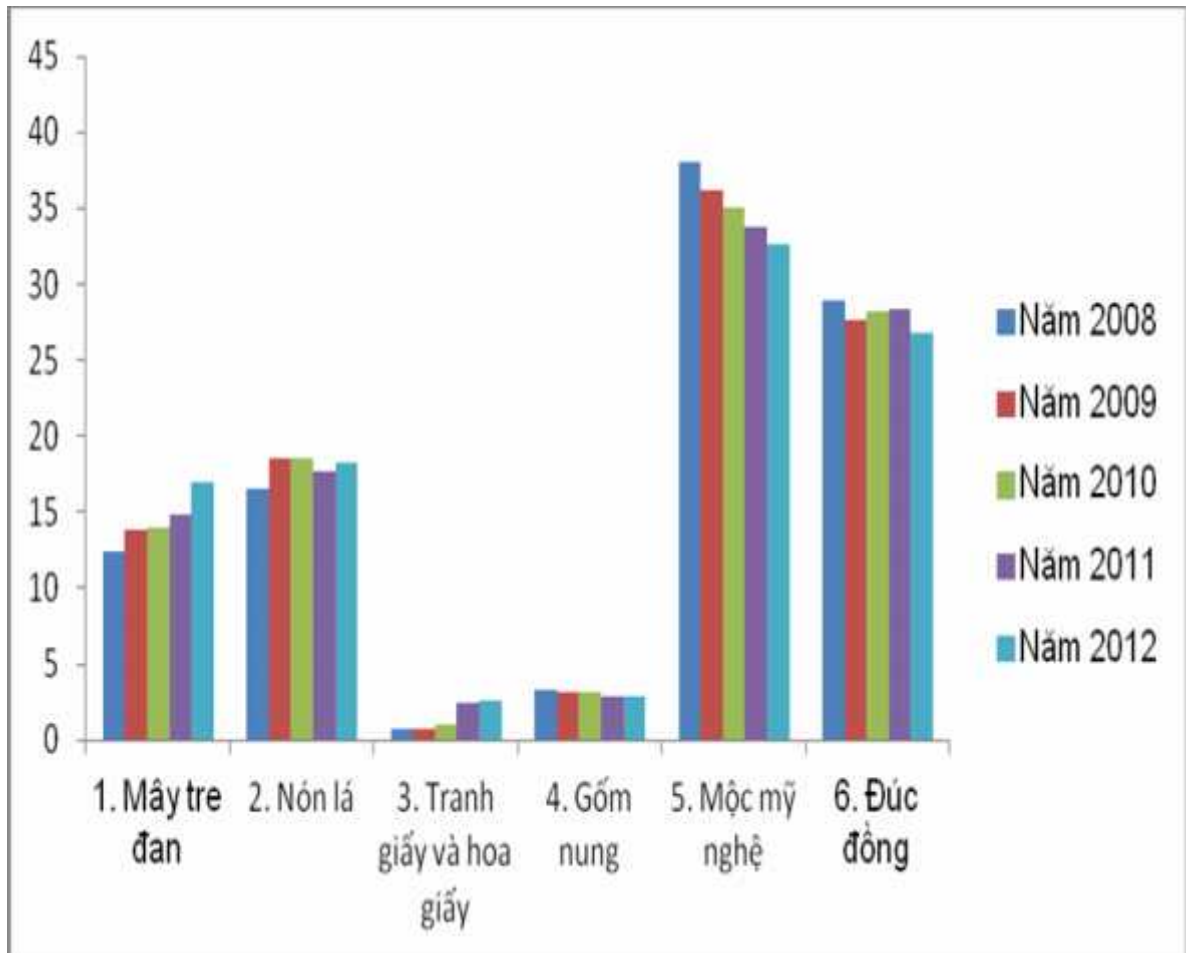
mục đích của du khách như làm lưu niệm, sử dụng làm tư liệu sinh hoạt hàng ngày, trang trí..., vì vậy những nhóm sản phẩm này tiêu thụ được nhiều hơn so với các nhóm sản phẩm còn lại, góp phần làm tăng doanh thu cho các LNTT phục vụ DL trên địa bàn Tỉnh, cụ thể: năm 2008, doanh thu của các nhóm sản phẩm này đạt từ khoảng 3 tỷ đồng đến 9,2 tỷ đồng và đến năm 2012 thì tăng lên khoảng từ 7,8 tỷ đồng đến 14 tỷ đồng.

Ngược lại, các nhóm sản phẩm gốm nung, tranh giấy và hoa giấy, đúc đồng là những nhóm sản phẩm có tính chất đặc thù, riêng có, đồng thời mới được khôi phục lại trong vài năm gần đây, chủ yếu phục vụ cho nhu cầu tại chỗ và nhu cầu tín ngưỡng của người dân địa phương, nên tỷ lệ tiêu thụ sản phẩm của chúng khá thấp, làm cho doanh thu của các nhóm sản phẩm này có mức tăng qua các năm là không đáng kể. Điều này ảnh hưởng đến tâm lý và sự đầu tư vào sản xuất kinh doanh cũng như đầu tư phát triển các dịch vụ du lịch tại LNTT phục vụ DL của các hộ gia đình và các chủ thể tham gia sản xuất kinh doanh trên địa bàn Tỉnh, cụ thể: trong năm 2008, doanh thu của nhóm sản phẩm tranh giấy và hoa giấy đạt 0,2 tỷ đồng, (thấp nhất trong các nhóm sản phẩm của LNTT phục vụ DL), nhóm sản phẩm gốm nung đạt 0,8 tỷ đồng, nhóm sản phẩm đúc đồng đạt 7 tỷ đồng; đến năm 2012 có tăng lên nhưng không đáng kể, chỉ khoảng từ 1,1 tỷ đồng đến 11,5 tỷ đồng.

Như vậy, có thể thấy tỷ trọng doanh thu đạt được của nhóm sản phẩm mỹ nghệ và đúc đồng chiếm tỷ lệ cao nhất qua các năm, cụ thể: năm 2008 doanh thu của hai nhóm sản phẩm này chiếm từ 28,9% - 38,1%, đến năm 2012 con số này nằm trong khoảng 26,8% - 32,6%, điều này là do hai nhóm sản phẩm này bản thân có giá trị cao, đơn đặt hàng có giá trị rất lớn. Ngược lại, doanh thu đạt được của các nhóm sản phẩm còn lại như mây tre đan, nón lá, tranh giấy và hoa giấy, gốm nung thì chiếm tỷ lệ thấp và có xu hướng ít biến động qua các năm từ 2008 - 2012, bởi vì những sản phẩm này có giá trị thấp, đồng thời có tính chất

theo mùa vụ, điều này thể hiện rõ nét ở biểu đồ 3.1 như sau:

Đơn vị tính: %



Biểu đồ 3.1: Tỷ trọng doanh thu theo nhóm sản phẩm của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế

(Nguồn: Kết quả tính toán của NCS từ [56])

Hoạt động sản xuất kinh doanh tại các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế ngoài bán các sản phẩm thủ công mỹ nghệ còn có cung cấp các dịch vụ du lịch nên tổng doanh thu của LNTT phục vụ DL được thu từ hai nguồn: doanh thu từ kênh bán sản phẩm thủ công mỹ nghệ (gồm bán buôn và bán lẻ) và doanh thu từ các dịch vụ du lịch của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế (hướng dẫn, tham quan, trải nghiệm...) thể hiện như sau:

Bảng 3.4: Tổng doanh thu của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Chi tiêu	Tổng doanh thu của LNTT phục vụ DL									
	Năm 2008		Năm 2009		Năm 2010		Năm 2011		Năm 2012	
	SL (tỷ.đ)	TL (%)	SL (tỷ.đ)	TL (%)	SL (tỷ.đ)	TL (%)	SL (tỷ.đ)	TL (%)	SL (tỷ.đ)	TL (%)
1. DT từ kênh bán sản phẩm TCMN, trong đó:	24,2	99,6	25,4	99,6	28,5	99,3	35,5	99,2	42,9	98,8
- Bán buôn	17,2	71,1	18,9	74,4	20,5	71,9	25,8	72,7	30,9	72,0
- Bán lẻ	7,0	28,9	6,5	25,6	8,0	28,1	9,7	27,3	12,0	28,0
2. DT từ dịch vụ DL (hướng dẫn, tham quan, trải nghiệm...)	0,1	0,4	0,1	0,4	0,2	0,7	0,3	0,8	0,5	1,2
Tổng	24,3	100	25,5	100	28,7	100	35,8	100	43,4	100

(Nguồn: Kết quả tính toán của NCS từ [57])

Doanh thu thu được từ kênh bán sản phẩm thủ công mỹ nghệ đạt mức cụ thể là: năm 2008 đạt 24,2 tỷ đồng, chiếm tỷ lệ 99,6% tổng doanh thu, đến năm 2012 tăng lên 42,9 tỷ đồng, chiếm tỷ lệ 98,8% trong tổng doanh thu. Trong khi đó, doanh thu từ các dịch vụ du lịch của các LNTT phục vụ DL (hướng dẫn, tham quan, trải nghiệm...) chiếm tỷ lệ rất thấp trong tổng doanh thu, cụ thể: năm 2008 được 0,1 tỷ đồng, chiếm tỷ lệ 0,4% trong tổng doanh thu, năm 2012 đạt được 0,5 tỷ đồng, chiếm tỷ lệ 1,2% trong tổng doanh thu (xem bảng 3.4).

Từ đó, cũng có thể thấy rằng kênh bán buôn là kênh phân phối chủ yếu của các LNTT phục vụ DL tại tỉnh Thừa Thiên Huế, còn kênh bán lẻ và từ các dịch vụ du lịch của các LNTT này đạt hiệu quả rất thấp, chứng tỏ các LNTT phục vụ DL tồn tại và duy trì được là do bán được sản phẩm thông qua các đơn đặt hàng có trước, còn từ các dịch vụ du lịch và bán lẻ tại các LNTT phục vụ DL thì hầu như rất thấp, chưa xứng tầm với tiềm năng của các LNTT phục vụ DL trên địa

bàn Tỉnh. Điều này là do quá trình xây dựng và quảng bá thương hiệu sản phẩm, xây dựng điểm đến du lịch tại các LNTT phục vụ DL chưa thực sự đáp ứng được nhu cầu của thị trường.

Trên cơ sở phân tích thực trạng về doanh thu của LNTT phục vụ DL trên địa bàn Tỉnh, rút ra được nguyên nhân của sự chênh lệch về doanh thu giữa các nhóm sản phẩm khác nhau của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế, đã giúp cho các chủ thể tham gia sản xuất kinh doanh có chiến lược sản xuất và kinh doanh theo hướng thị trường, phát triển những nhóm sản phẩm có giá trị cao, đem lại doanh thu lớn như mặt hàng mộc mỹ nghệ, đúc đồng để đảm bảo sự tồn tại của làng nghề, đồng thời phát triển hơn nữa các dịch vụ du lịch ở những làng nghề sản xuất mặt hàng mây tre đan, nón lá, tranh giấy và hoa giấy, gốm nung để khắc phục tính thời vụ của những mặt hàng này, thông qua đó, thúc đẩy công tác quảng bá và xúc tiến thương mại cho sản phẩm thủ công mỹ nghệ của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế.

3.2.1.2. Số lượng và chất lượng các dịch vụ du lịch của làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Hiện nay, trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế, tại các LNTT phục vụ DL đã cung cấp được một số loại hình dịch vụ du lịch của LNTT phục vụ DL như dịch vụ lưu trú cho du khách, dịch vụ ăn uống, dịch vụ tham quan, dịch vụ trải nghiệm, dịch vụ mua sắm các sản phẩm thủ công mỹ nghệ, dịch vụ lữ hành,... Tuy nhiên, số lượng và chất lượng các loại hình dịch vụ du lịch tại các LNTT phục vụ DL chưa được phong phú, đa dạng nên sức hấp dẫn của các LNTT phục vụ DL đối với du khách chưa được cao.

Qua khảo sát 245 lượt du khách với các quốc tịch Việt Nam, Anh và Pháp đến LNTT phục vụ DL trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế về tình hình tiêu dùng các loại hình dịch vụ du lịch của LNTT phục vụ DL trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế được thể hiện ở bảng 3.5 sau:

Bảng 3.5: Tình hình tiêu dùng các loại hình dịch vụ du lịch của LNTT phục vụ DLở tỉnh Thừa Thiên Huế

Các loại hình dịch vụ DL của LNTT phục vụ DL	Lượt du khách tiêu dùng (lượt)	Tỷ lệ (%)
1. Lữ hành	153	62,4
2. Lưu trú	30	12,2
3. Ăn uống	245	100
4. Tham quan, mua sắm sản phẩm TCMN	245	100
5. Trải nghiệm tại LNTT phục vụ DL	80	32,7

(Nguồn: Điều tra của nghiên cứu sinh năm 2012)

Qua bảng 3.5, ta thấy với loại hình dịch vụ ăn uống, tham quan và mua sắm sản phẩm thủ công mỹ nghệ có 100% ý kiến lượt khách du lịch tiêu dùng vì họ cho rằng, khi đã đến tham quan, du lịch tại các LNTT phục vụ DL thì phải có sự thưởng thức nét văn hóa ẩm thực độc đáo, tìm hiểu về lịch sử và nét văn hóa đặc trưng của các LNTT phục vụ DL của Huế và phải mua sắm ít nhất là một sản phẩm thủ công mỹ nghệ nhằm làm kỉ niệm cho những nơi mà họ đã từng đến trong chuyến du lịch của họ. Còn các dịch vụ du lịch của LNTT phục vụ DL như: lữ hành, lưu trú, trải nghiệm thì số ý kiến lượt khách du lịch tiêu dùng chỉ trong khoảng 12,2% đến 62,4%, trong đó thấp nhất là việc tiêu dùng dịch vụ lưu trú (chỉ 12,2% ý kiến). Thực trạng này do nhiều lý do như: khoảng cách địa lý từ các LNTT phục vụ DL về trung tâm thành phố Huế là khá gần, dễ di chuyển; do dịch vụ lưu trú tại đây chưa thỏa mãn nhu cầu nghỉ ngơi cũng như giải trí về đêm của du khách... Điều này đã phản ánh LNTT phục vụ DL trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế chưa thực sự là một "điểm đến" du lịch hấp dẫn và hoàn thiện đối với du khách.

Tuy nhiên, các loại hình dịch vụ DL của LNTT phục vụ DL trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế lại có sức hấp dẫn du khách khá lớn do giá cả trung bình của các loại hình dịch vụ du lịch tại đây ở mức thấp so với các điểm du lịch tại

các LNTT khác trong nước. Giá cả bình quân của các loại hình dịch vụ du lịch tại các LNTT phục vụ DL trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế được thể hiện qua bảng 3.6 như sau:

Bảng 3.6: Mức giá bình quân của các loại hình dịch vụ du lịch của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế

DVT: Nghìn đồng

Các loại hình dịch vụ DL của LNTT phục vụ DL	Mức giá bình quân
1. Lữ hành / người	100 - 200
2. Lưu trú / đêm / người	300 - 500
3. Ăn uống / suất	50 - 100
4. Tham quan, mua sắm sản phẩm TCMN / sản phẩm	100 - 200
5. Trải nghiệm tại LNTT phục vụ DL / giờ / người	100 - 300

(Nguồn: Điều tra của nghiên cứu sinh năm 2012)

Qua bảng trên có thể thấy rằng mức giá bình quân của các loại hình dịch vụ DL của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế là khá thấp, phù hợp với thu nhập bình quân của du khách khi đến tham quan tại đây. Đây là một điều kiện thu hút được nhiều du khách thuộc nhiều tầng lớp khác nhau trong xã hội. Khảo sát 245 lượt khách du lịch đến LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế với mức giá bình quân của các loại hình dịch vụ DL tại đây, có đến hơn 90% ý kiến cho rằng giá cả bình quân của đa số các dịch vụ du lịch của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế là rất hấp dẫn, họ không phải nhiều thời gian để suy nghĩ và ra quyết định nên tiêu dùng hay không giống như một số điểm du lịch ở địa phương và quốc gia khác. Đây được xem là một lợi thế tạo nên hình ảnh "điểm đến" hấp dẫn cho LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế.

Ngoài sự phong phú, đa dạng và giá cả của các loại hình dịch vụ du lịch của LNTT phục vụ DL, thì chất lượng của các dịch vụ du lịch đó có ảnh hưởng rất lớn đến mức độ hài lòng và thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch. Mức độ hài

lòng càng cao cũng thể hiện được chất lượng các dịch vụ du lịch của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế như thế nào.

Khảo sát 245 lượt khách du lịch về mức độ hài lòng của họ đối với các loại hình du lịch của LNTT phục vụ DL trên địa bàn Tỉnh có kết quả thể hiện ở bảng 3.7.

Bảng 3.7: Mức độ hài lòng của du khách về chất lượng dịch vụ du lịch của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Lựa chọn	Lượt khách du lịch (lượt)	Tỷ lệ (%)
Chưa hài lòng	125	51,0
Hài lòng	95	38,8
Rất hài lòng	20	8,2
Khó trả lời	5	2,0
Tổng	245	100

(Nguồn: Điều tra của nghiên cứu sinh năm 2012)

Qua bảng trên ta thấy phần lớn du khách chưa hài lòng về các loại hình dịch vụ du lịch của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế, chiếm đến 51% ý kiến, ngược lại số ý kiến cho rằng rất hài lòng thì có tỷ lệ rất thấp, chỉ đạt 8,2%. Điều này phản ánh rõ về độ kém chất lượng của các loại hình dịch vụ du lịch của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế. Đây là nguyên nhân làm giảm sút giá trị "điểm đến" đối với du khách của các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế, từ đó làm ảnh hưởng đến doanh thu từ việc cung cấp dịch vụ du lịch cho du khách ở đây.

Như vậy, qua việc phân tích tình hình sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế như trên ta thấy cần phải hoàn thiện và phát triển theo chiều sâu các sản phẩm du lịch ở đây hơn nữa, cần phải kết hợp chặt chẽ với các tour và tuyến du lịch khác ở địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế cũng như ở nước ngoài nhằm phát triển các LNTT phục vụ DL trên địa bàn Tỉnh thành "điểm đến" hấp dẫn, có chất lượng cao.

3.2.2. Lực lượng lao động của làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Sự phát triển của các làng nghề truyền thống và ngành nghề tiểu thủ công nghiệp nói chung và của LNTT phục vụ DL nói riêng đã và đang thu hút và giải quyết việc làm cho lao động nông thôn có việc làm ổn định và tăng thu nhập cho các hộ gia đình ở địa phương.

Các LNTT phục vụ DL trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế chủ yếu tập trung ở khu vực nông thôn của địa bàn tỉnh (tại 5 huyện), có vị trí địa lý gần với trung tâm thành phố, thuận lợi để phát triển theo hướng phục vụ các dịch vụ du lịch cho khách du lịch khi đến Huế, cụ thể: trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế có 2.380 cơ sở sản xuất hoạt động tại 25 LNTT phục vụ DL khác nhau, với 4.920 người lao động tham gia lao động thường xuyên và 2.760 người lao động tham gia theo mùa vụ (chiếm tỷ trọng 56% so với lao động hoạt động thường xuyên); phân bố chủ yếu ở 3 huyện Quảng Điền, Hương Thủy và Phú Vang với các tỷ lệ tương ứng là 32,3%, 22,5% và 28,2%. Còn ở huyện Phong Điền, huyện Hương Trà và thành phố Huế thì số lượng làng nghề phân bố ít hơn, với các tỷ lệ tương ứng là 6,2%, 7,1% và 3,7%. [49] Điều này chứng tỏ hoạt động của các cơ sở sản xuất trong các LNTT phục vụ DL mang tính thời vụ cao do ảnh hưởng của nhiều yếu tố cả khách quan lẫn chủ quan như thời tiết, điều kiện sản xuất của từng cơ sở, thị trường đầu vào, thị trường đầu ra, lễ hội.

Xét về trình độ văn hóa và đào tạo của lực lượng lao động ở các LNTT phục vụ DL trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế thì nhìn chung lực lượng lao động ở các LNTT này có trình độ thấp, cụ thể số lao động ở trình độ trung cấp, cao đẳng và đại học chỉ có 7 người (chiếm 0,09%), tốt nghiệp phổ thông trung học 443 người (chiếm 9%), tốt nghiệp phổ thông cơ sở là 1.862 người (chiếm 38%) và chưa tốt nghiệp phổ thông cơ sở, chưa tốt nghiệp tiểu học, chưa đi học là 2.608 người (chiếm 53%), thể hiện cụ thể như sau:

Bảng 3.8: Phân loại lao động theo trình độ học vấn tại LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Trình độ học vấn	SL (người)	TL(%)
1. Đại học, cao đẳng	5	0,09
2. Trung cấp	2	0,04
3. Tốt nghiệp phổ thông trung học	443	9,00
4. Tốt nghiệp phổ thông cơ sở	1.862	37,87
5. Khác (chưa tốt nghiệp PTCS, tốt nghiệp tiểu học, chưa đi học...)	2.608	53,00
Tổng	4.920	100

(Nguồn: Kết quả tính toán của NCS từ [56])

Thực trạng này ảnh hưởng đến việc ứng dụng các tiến bộ kỹ thuật và công nghệ sản xuất hiện đại kết hợp với công nghệ sản xuất truyền thống, cũng như trong việc học và nâng cao kỹ năng làm du lịch tại LNTT phục vụ DL trên địa bàn Tỉnh, vì đối tượng phục vụ chủ yếu của các LNTT phục vụ DL là du khách trong và nước ngoài, đòi hỏi phải có một trình độ giao tiếp, ứng xử nhất định. Đây là kênh quan trọng để tạo nên nét văn hóa du lịch đặc trưng cho từng LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế.

Trong khi đó, lực lượng lao động tại các LNTT phục vụ DL có độ tuổi khác nhau, với trình độ tay nghề ở các mức độ khác nhau gồm: nghệ nhân, thợ bậc cao, thợ có tay nghề và đang học việc. Tại các LNTT phục vụ DL, lực lượng lao động phải đáp ứng được yêu cầu cụ thể, đặc trưng là: ngoài khả năng và trình độ tay nghề của mình thì đồng thời phải có kỹ năng làm du lịch tại chỗ. Chính vì điều này mà đội ngũ nghệ nhân và thợ có tay nghề cao giữ vai trò quan trọng trong việc thực hiện thuần thực các thao tác độc đáo của từng nghề cho du khách xem và hướng dẫn họ làm lại các sản phẩm của làng nghề trong thời gian họ tham quan và trải nghiệm tại LNTT phục vụ DL.

Tại các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế, số lượng nghệ nhân, thợ

bậc cao chiếm tỷ lệ quá thấp khoảng 1,32% (67 người), 6,28% là thợ đang học việc, tương đương khoảng 309 người, còn lại là 92,4% thợ có tay nghề, gồm khoảng 4.544 người lao động, thể hiện cụ thể ở bảng 3.9 như sau:

Bảng 3.9: Phân loại lao động theo độ tuổi và trình độ tay nghề của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Độ tuổi	Nghệ nhân		Thợ bậc cao		Thợ có tay nghề		Đang học việc	
	SL (người)	TL trên tổng số LĐ (%)	SL (người)	TL trên tổng số LĐ (%)	SL (người)	TL trên tổng số LĐ (%)	SL (người)	TL trên tổng số LĐ (%)
Trên 65t	1	0,02	10	0,2	18	0,4	0	0
Từ 50t-64t	0	0	31	0,6	27	0,5	30	0,60
Từ 18t - 49t	0	0	25	0,5	3.590	73	199	4,05
Từ 15t -18t	0	0	0	0	909	18,5	80	1,63
Tổng	1	0,02	66	1,3	4.544	92,4	309	6,28

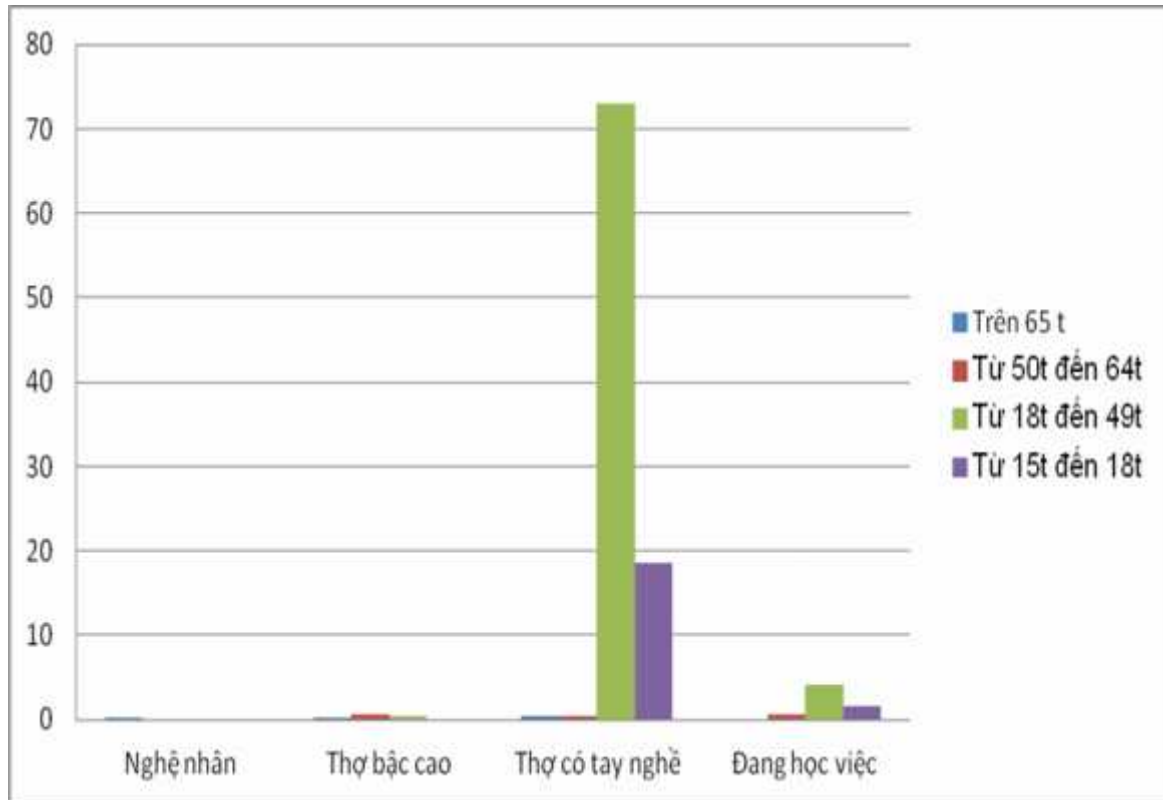
(Nguồn: Kết quả tính toán của NCS từ [57])

Như vậy, đội ngũ thợ có tay nghề tham gia hoạt động sản xuất ở các cơ sở sản xuất phân bố tương đối đồng đều, chiếm tỷ lệ lớn (92,4%), đây là nguồn lực khá dồi dào để phát triển công tác đào tạo nghề tại chỗ và phát triển các LNTT phục vụ DL trong tương lai. Trong khi đó, số lượng nghệ nhân chiếm tỷ lệ quá thấp đồng thời lại có độ tuổi cao (trên 65 tuổi) chỉ có 1 người, thợ bậc cao chỉ có 66 người (chiếm 1,3%) đang tham gia lao động ở làng gốm Phước Tích, làng tranh giấy Sinh... Điều này phản ánh một cơ cấu lao động theo trình độ tay nghề không cân đối, do sự phát triển của các LNTT phục vụ DL không đảm bảo được nhu cầu kinh tế cho dân cư nơi đây, nên nhiều người đã bỏ nghề, tìm nghề khác để kiếm sống, dẫn đến tình trạng "cha muốn truyền mà con không muốn nối", thất truyền nghề truyền thống tại các LNTT phục vụ DL này.

Lực lượng lao động chủ yếu hiện nay tại các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế là thợ có tay nghề với độ tuổi phổ biến là từ 18 tuổi đến 49 tuổi. Đây là

điều kiện thuận lợi để LNTT phục vụ DL gìn giữ được nét độc đáo, riêng có của mình, thể hiện qua biểu đồ 3.2 như sau:

Đơn vị tính: %



Biểu đồ 3.2 : Tỷ trọng trình độ tay nghề của người lao động tại các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế

(Nguồn: Kết quả tính toán của NCS từ [57])

Tại các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế, thu nhập bình quân của người lao động thu từ hai nguồn: *một là*, từ các dịch vụ du lịch mà họ thực hiện để phục vụ du khách khi đến tham quan, du lịch, trải nghiệm tại các LNTT phục vụ DL; *hai là*, từ hoạt động sản xuất trực tiếp mà ở đó họ là những nghệ nhân, thợ tham gia trực tiếp vào quá trình sản xuất tại LNTT phục vụ DL và họ sẽ nhận được một mức tiền công nhất định. Thu nhập bình quân của người lao động tại các LNTT phục vụ DL trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế trong giai đoạn 2008 - 2012 thể hiện như sau:

Bảng 3.10: Thu nhập bình quân của người lao động tại LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Đơn vị tính: triệu đồng

Tên nhóm sản phẩm của LNTT phục vụ DL	TNBQ của người lao động/năm				
	Năm 2008	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012
1. Mây tre đan					
- Từ làm dịch vụ du lịch	2,4	2,4	3,0	3,6	4,8
- Từ tham gia SX trực tiếp	6,0	7,2	7,2	8,4	9,6
Tổng	8,4	9,6	10,2	12,0	14,4
2. Nón lá					
- Từ làm dịch vụ du lịch	2,4	2,4	3,6	4,8	5,4
- Từ tham gia SX trực tiếp	7,2	9,6	14,4	16,8	18,6
Tổng	9,6	12,0	18,0	21,6	24,0
3. Tranh giấy và hoa giấy					
- Từ làm dịch vụ du lịch	1,2	1,2	2,4	2,4	2,4
- Từ tham gia SX trực tiếp	4,8	7,2	7,2	9,6	12,0
Tổng	6,0	8,4	9,6	12,0	14,4
4. Gốm nung					
- Từ làm dịch vụ du lịch	2,4	2,4	3,6	3,6	4,8
- Từ tham gia SX trực tiếp	3,6	6,0	7,2	7,8	9,6
Tổng	6,0	8,4	10,8	11,4	14,4
5. Mộc mỹ nghệ và cao cấp					
- Từ làm dịch vụ du lịch	2,4	6,0	7,2	7,8	12,0
- Từ tham gia SX trực tiếp	15,6	18,0	26,4	28,2	30,0
Tổng	18,0	24,0	33,6	36,0	42,0
6. Đúc đồng					
- Từ làm dịch vụ du lịch	1,2	1,8	2,4	3,6	4,8
- Từ tham gia SX trực tiếp	16,8	22,2	27,6	28,8	31,2
Tổng	18,0	24,0	30,0	32,4	36,0

(Nguồn: Kết quả tính toán của NCS từ [56])

Thu nhập bình quân của người lao động ở LNTT phục vụ DL được chia

thành hai nhóm rõ rệt:

- Nhóm người lao động tại các LNTT phục vụ DL có thu nhập bình quân cao: bao gồm nhóm sản phẩm mộc mỹ nghệ và đúc đồng, bởi vì đây là những nhóm sản phẩm có quy mô đầu tư lớn, tạo ra sản phẩm có giá trị cao, đồng thời đòi hỏi sự tinh xảo và bí quyết gia truyền của các nghệ nhân và thợ bậc cao. Với các LNTT phục vụ DL sản xuất mặt hàng mộc mỹ nghệ, năm 2008 tổng thu nhập bình quân của người lao động là 18 triệu đồng, trong đó thu nhập từ làm dịch vụ du lịch là 2,4 triệu đồng. Đến năm 2012, con số này tăng lên 42 triệu đồng, trong đó thu nhập từ làm dịch vụ du lịch là 12 triệu đồng. Còn những LNTT phục vụ DL sản xuất sản phẩm đúc đồng, tổng thu nhập bình quân của người lao động trong năm 2008 là 18 triệu đồng, trong đó từ làm dịch vụ du lịch là 1,2 triệu đồng; năm 2012, con số này đạt mức 36 triệu đồng, trong đó thu nhập từ làm dịch vụ du lịch là 4,8 triệu đồng.

- Nhóm người lao động tại các LNTT phục vụ DL có thu nhập bình quân thấp: bao gồm những LNTT phục vụ DL sản xuất sản phẩm mây tre đan, nón lá, tranh giấy và hoa giấy, gốm nung. Tổng thu nhập của người lao động trong giai đoạn 2008 - 2012 chỉ khoảng 10 triệu đồng, trong đó thu nhập từ làm dịch vụ du lịch dao động chỉ khoảng 2 triệu đồng đến 2,5 triệu đồng.

Từ đó, thấy rõ thu nhập của người lao động ở các LNTT phục vụ DL tại tỉnh Thừa Thiên Huế từ làm dịch vụ du lịch rất thấp (trung bình khoảng 2 triệu đồng/năm), ít biến đổi qua các năm. Chứng tỏ hiệu quả từ hoạt động du lịch của các LNTT phục vụ DL còn kém, chưa tạo sự hấp dẫn, phong phú, đa dạng hoặc khâu trung gian được chia lợi ích kinh tế quá lớn,... làm ảnh hưởng đến thu nhập của người lao động tại các LNTT phục vụ DL, từ đó ảnh hưởng đến sự phát triển của LNTT phục vụ DL.

Nhìn chung, tùy thuộc vào từng trình độ khác nhau của người lao động tại LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế mà họ có ý muốn gắn bó và truyền nghề truyền thống mà mình đang nắm giữ bí quyết và công nghệ sản xuất thủ công của nghề mình đang tham gia sản xuất cho thế hệ sau là khác nhau. Qua

khảo sát 151 thợ thủ công tại các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế, bao gồm các nghệ nhân, thợ bậc cao, thợ có tay nghề và thợ đang học việc tại các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế thì mức độ gắn bó và muốn truyền nghề truyền thống cho thế hệ sau là khác nhau, thể hiện ở bảng 3.11 như sau:

Bảng 3.11: Mức độ gắn bó và muốn truyền nghề truyền thống của người LĐ tại LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Tiêu chí	Số quan sát (người)	Mức độ gắn bó và muốn truyền nghề truyền thống							
		Không muốn		Muốn ít		Bình thường		Rất muốn	
		Số QS (người)	TL (%)	Số QS (người)	TL (%)	Số QS (người)	TL (%)	Số QS (người)	TL (%)
Nghệ nhân	1	0	0	0	0	0	0	1	100
Thợ bậc cao	50	3	6,0	7	14,0	10	20,0	30	60,0
Thợ có tay nghề	50	3	6,0	8	16,0	9	18,0	20	40,0
Đang học việc	50	10	20,0	13	26,0	12	24,0	15	30,0

(Nguồn: Điều tra của nghiên cứu sinh năm 2012)

Qua số liệu điều tra cho thấy, đối với nghệ nhân thì có 100% ý kiến (tương đương với 1 người) cho rằng rất muốn gắn bó với nghề truyền thống (nghề đúc đồng) mình đang tham gia sản xuất và truyền nghề cho thế hệ sau để duy trì nghề đến muôn đời sau. Còn đội ngũ thợ bậc cao thì có 60% ý kiến rất muốn gắn bó và truyền nghề cho thế hệ sau, 20% ý kiến cho rằng họ thấy bình thường trong việc này, miễn sao họ có mức thu nhập ngày càng cao là được, 14% ý kiến cho rằng họ rất ít muốn gắn bó với nghề truyền thống mà họ đang tham gia sản xuất và có 6% ý kiến cho rằng không gắn bó với nghề truyền thống họ đang tham gia sản xuất. Với đội ngũ thợ có tay nghề thì có 40% ý kiến rất muốn gắn bó và truyền nghề cho thế hệ sau, 18% ý kiến cho rằng họ thấy bình thường trong việc này, miễn sao họ có mức thu nhập ngày càng cao là được, 16% ý kiến cho rằng họ rất ít muốn gắn bó với nghề truyền thống mà họ đang

tham gia sản xuất và có 6% ý kiến cho rằng không gắn bó với nghề truyền thống họ đang tham gia sản xuất. Đối với thợ đang học việc có 30% ý kiến rất muốn gắn bó và truyền nghề cho thế sau, 24% ý kiến cho rằng họ thấy bình thường trong việc này, miễn sao họ có mức thu nhập ngày càng cao là được, 26% ý kiến cho rằng họ rất ít muốn gắn bó với nghề truyền thống mà họ đang tham gia sản xuất và có 20% ý kiến cho rằng không gắn bó với nghề truyền thống họ đang tham gia sản xuất.

Như vậy, người lao động có trình độ tay nghề càng cao thì càng mong muốn gắn bó và truyền nghề truyền thống mà mình đang tham gia sản xuất và ngược lại, bởi vì nếu thu nhập của người thợ đảm bảo được cuộc sống của bản thân và gia đình họ thì họ mới có động lực tiếp tục theo và học nghề truyền thống của làng nghề, yên tâm sống bằng nghề. Vấn đề này quyết định sự tồn tại và phát triển của các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế thành các "điểm đến" hấp dẫn của du khách.

3.2.3. Nguồn vốn cho phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

3.2.3.1. Vốn phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Quá trình phát triển của các LNTT đã được quan tâm và đầu tư khá lớn từ phía chính quyền Tỉnh và Thành phố, điều này là một trong những tác động chủ yếu quyết định sự phát triển của LNTT phục vụ DL. Tuy nhiên, các chủ thể tham gia sản xuất tại các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế - nhân tố quyết định sự tồn tại và phát triển của các làng nghề truyền thống phục vụ du lịch - gặp rất nhiều khó khăn trong việc huy động vốn sản xuất kinh doanh.

Nguồn vốn đầu tư tại các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế được huy động từ nhiều nguồn khác nhau như: từ sự hỗ trợ của Nhà nước và của Tỉnh, nguồn vốn tự có của hộ gia đình và các chủ thể kinh doanh sản xuất khác. Nguồn vốn này có xu hướng tăng dần qua các năm với tốc độ tăng trưởng bình quân của vốn đầu tư cho các LNTT này từ năm 2008 đến năm 2012 dao động trong

khoảng 0,50% đến 17%. (xem phụ lục 4).

Ngoài việc đầu tư vốn cho việc mở rộng quy mô sản xuất tại LNTT phục vụ DL thì các chủ thể sản xuất kinh doanh còn đầu tư cho hoạt động kinh doanh DL của mình tại các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế, được thể hiện cụ thể ở bảng 3.12 như sau:

Bảng 3.12: Vốn đầu tư cho kinh doanh du lịch của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Tên nhóm sản phẩm của LNTT phục vụ DL	Vốn đầu tư cho kinh doanh du lịch của LNTT phục vụ DL									
	Năm 2008		Năm 2009		Năm 2010		Năm 2011		Năm 2012	
	SL (triệu đ)	TL (%)	SL (triệu đ)	TL (%)	SL (triệu đ)	TL (%)	SL (triệu đ)	TL (%)	SL (triệu đ)	TL (%)
1. Mây tre đan										
- Tổng VĐT	1.647,7	100	1.865,5	100	1.763,5	100	1.853,5	100	1.864,3	100
- VĐT cho KDDL	247,2	15	317,1	17	352,7	20	389,2	21	410,1	22
2. Nón lá										
- Tổng VĐT	1.710,8	100	1.712,5	100	1.793,4	100	1.861,9	100	1.906,6	100
- VĐT cho KDDL	171,1	10	205,5	12	233,1	13	279,3	15	343,2	18
3. Tranh giấy và hoa giấy										
- Tổng VĐT	230,5	100	232,0	100	269,6	100	246,2	100	261,6	100
- VĐT cho KDDL	6,9	3	11,6	5	16,2	6	17,2	7	23,5	9
4. Gốm nung										
- Tổng VĐT	1.600,0	100	1.570,0	100	1.607,0	100	1.532,0	100	1.630,0	100
- VĐT cho KDDL	112	7	141,3	9	16,07	10	168,5	11	244,5	15
5. Mộc mỹ nghệ										
- Tổng VĐT	1.466,7	100	1.710,0	100	1.774,3	100	1.804,0	100	1.774,0	100
- VĐT cho KDDL	117,3	8	171	10	195,2	11	216,5	12	248,4	14
6. Đúc đồng										
- Tổng VĐT	3.580,5	100	3.380,0	100	3.450,9	100	3.547,0	100	3.728,9	100
- VĐT cho KDDL	179	5	202,8	6	276,6	8	283,8	8	335,6	9

(Nguồn: Kết quả tính toán của NCS từ [56])

Các LNTT sản xuất sản phẩm mây tre đan và nón lá có vốn đầu tư giai

đoạn 2008 - 2012 biến động khá lớn, rõ rệt do đây là hai nhóm sản phẩm có tính chất phục vụ phổ biến trong đời sống sinh hoạt hằng ngày cũng như trong các hoạt động du lịch. Ngược lại, đối với nhóm sản phẩm tranh giấy và hoa giấy thì vốn đầu tư ít biến động, nằm ở mức thấp vì đây là nhóm sản phẩm phục vụ chủ yếu cho văn hóa tín ngưỡng của địa phương, nên việc tiêu thụ sản phẩm này với mục đích phục vụ du lịch là rất thấp. Với ba nhóm sản phẩm còn lại là gốm nung, mộc mỹ nghệ và đúc đồng, có vốn đầu tư rất lớn phụ thuộc vào các đơn đặt hàng cố định, sản phẩm làm ra có giá trị cao nên sự tăng trưởng về vốn là khá ổn định qua các năm. Tiềm năng của các LNTT này ở tỉnh Thừa Thiên Huế là phát triển gắn liền với phát triển hoạt động du lịch, tuy nhiên trong tổng số vốn đầu tư sản xuất kinh doanh thì tỷ trọng đầu tư cho kinh doanh du lịch ở LNTT phục vụ DL là rất hạn chế. (*xem bảng 3.12*)

Từ đó, có thể thấy rõ rệt xu hướng tăng vốn đầu tư cho kinh doanh du lịch qua các năm từ 2008 - 2012 ở các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế, tuy nhiên thấy rõ rằng ở tất cả các LNTT này mới chỉ đầu tư dè dặt cho lĩnh vực này, tỷ trọng vốn đầu tư cho kinh doanh du lịch chỉ khoảng 3% đến 22% tùy thuộc vào từng nhóm sản phẩm khác nhau như: đối với LNTT sản xuất mây tre đan có tỷ trọng vốn đầu tư cho kinh doanh du lịch lớn nhất trong 6 nhóm sản phẩm, chiếm đến 15% vào năm 2008 và tăng lên 22% trong tổng số vốn đầu tư vào năm 2012; tuy nhiên ở LNTT đúc đồng, tranh giấy và hoa giấy thì con số này chỉ đạt ở mức thấp, chiếm từ 3% - 9% trong giai đoạn 2008 - 2012 mà thôi.

Như vậy, tại LNTT phục vụ DL các chủ thể sản xuất kinh doanh vẫn chưa thực sự mặn mà và mạnh dạn đầu tư đối với lĩnh vực kinh doanh du lịch nơi đây, do đó chưa khai thác được tối đa tiềm năng tài nguyên du lịch nói chung và tiềm năng "điểm đến" của các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế nói riêng. Điều này được thể hiện ở hiệu quả sử dụng vốn đầu tư của các chủ thể sản xuất kinh doanh tại các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế trong giai đoạn từ năm 2008 đến năm 2012 ở bảng 3.13 như sau:

Bảng 3.13: Hiệu quả sử dụng vốn đầu tư của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Đơn vị tính: lần

Tên làng nghề truyền thống phục vụ du lịch	GO/VĐT 2008	GO/VĐT 2009	GO/VĐT 2010	GO/VĐT 2011	GO/VĐT 2012
<i>Làng tre đan Bao La</i>	3,31	3,34	3,87	4,27	4,48
<i>Làng tre đan Thủy Lập</i>	1,72	1,73	2,11	2,64	2,76
<i>Làng tre đan Lai Thành</i>	1,73	1,44	1,99	1,92	1,87
<i>Làng tre đan Hà Thanh</i>	1,50	1,87	1,90	1,94	1,97
<i>Làng nón lá Thanh Tân</i>	2,25	2,51	2,05	2,35	2,34
<i>Làng nón lá Phú Lễ</i>	3,06	3,86	3,62	3,43	3,68
<i>Làng nón lá Hạ Lang</i>	2,30	2,28	2,32	2,36	2,40
<i>Làng nón lá Hương Cần</i>	2,16	2,19	2,30	2,28	2,39
<i>Làng nón lá Đông Đỗ</i>	2,56	2,32	2,43	2,45	2,59
<i>Làng nón lá An Lưu</i>	2,37	2,42	2,40	2,49	2,99
<i>Làng nón lá Mỹ Lam</i>	4,67	4,66	4,73	4,80	4,97
<i>Làng nón lá Truyền Nam</i>	5,20	5,16	5,29	5,36	5,43
<i>Làng nón lá Thanh Thủy Chánh</i>	2,41	2,38	2,44	2,47	2,60
<i>Làng nón lá Lang Xá Cần</i>	2,72	2,82	2,76	2,83	2,85
<i>Làng nón lá Vân Thê Đập</i>	1,92	1,96	2,19	2,32	2,45
<i>Làng nón lá Vân Thê</i>	2,07	2,11	2,15	2,30	2,29
<i>Làng nón lá Xá Bần</i>	2,12	2,17	2,46	2,50	2,48
<i>Làng tranh giấy Sinh</i>	2,34	2,42	2,37	2,43	2,47
<i>Làng hoa giấy Thanh Tiên</i>	2,66	2,59	2,63	2,68	2,72
<i>Làng gấm Phước Tích</i>	6,78	6,98	6,88	7,01	7,26
<i>Làng mộc Mỹ Xuyên</i>	6,58	6,62	6,63	6,70	6,82
<i>Làng mộc Dương Nỗ</i>	6,64	6,70	6,74	6,78	6,93
<i>Làng mộc An Bình</i>	7,06	7,01	6,89	7,01	7,15
<i>Đúc đồng ở Thủy Xuân</i>	7,09	7,13	7,32	7,21	7,43
<i>Đúc đồng ở Phường Đúc</i>	7,23	7,43	7,40	7,36	7,48

(Nguồn: Kết quả tính toán của NCS từ [56])

Theo bảng 3.13, cả 25 LNTT phục vụ DL trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế đều đạt mức hiệu quả sử dụng đồng vốn cho phép, tùy thuộc vào từng LNTT với từng sản phẩm cụ thể mà chỉ số này thấp, cao khác nhau như: làng tre đan Hà Thanh có chỉ số này thấp nhất, chỉ gần bằng 2 lần qua các năm (có nghĩa là cứ bỏ ra 1 triệu đồng vốn thì thu về được gần 2 triệu đồng giá trị sản xuất), còn làng đúc đồng ở Thủy Xuân và Phường Đúc thì chỉ số này cao nhất, đạt gần 7,5 lần (có nghĩa là cứ bỏ ra 1 triệu đồng vốn thì thu về được gần 7,5 triệu đồng giá trị sản xuất). Điều này cho thấy, giá trị sản xuất thu được của các LNTT này còn thấp, do chưa khai thác được hoạt động kinh doanh từ lĩnh vực du lịch tại làng nghề, điều này sẽ ảnh hưởng đến việc đầu tư thêm vốn để mở rộng sản xuất và kinh doanh du lịch tại LNTT phục vụ DL.

Như vậy, qua việc phân tích thực trạng về nguồn vốn cho sự phát triển của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế cho thấy, quy mô vốn đầu tư nhỏ, chủ yếu là từ vốn tự có của các chủ thể sản xuất, còn việc vay vốn ngân hàng đối với các chủ thể sản xuất ở LNTT phục vụ DL gặp rất nhiều khó khăn như thế chấp tài sản, lãi suất, thời hạn hoàn vốn... Vì vậy, việc sản xuất tại LNTT phục vụ DL bị cầm chừng, mang tính tự phát, chưa phát huy hết tiềm năng vốn có của mình, chưa đáp ứng được nhu cầu của du khách về các dịch vụ du lịch tại các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế.

3.2.3.2. Năng lực tài chính của chủ thể sản xuất kinh doanh tại làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Năng lực tài chính của các chủ thể sản xuất kinh doanh là một trong những nhân tố tác động trực tiếp để xác định vị thế cạnh tranh và năng lực sản xuất kinh doanh của họ trong hoạt động sản xuất kinh doanh sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL, quyết định sự tồn tại và phát triển của các LNTT phục vụ DL trong tương lai. Năng lực tài chính của các chủ thể sản xuất kinh doanh được đo lường bởi các chỉ số: khả năng thanh toán ngắn hạn, hệ số vòng quay tài sản, chỉ số nợ, biên lợi nhuận ròng.

Các chỉ tiêu phản ánh năng lực tài chính của chủ thể sản xuất kinh doanh tại

LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế trong giai đoạn 2008 - 2012 được thể hiện qua bảng 3.14 như sau:

Bảng 3.14: Các chỉ tiêu phản ánh năng lực tài chính của chủ thể SXKD tại LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Đơn vị tính: %

Chỉ tiêu	Tên doanh nghiệp	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012
1. Khả năng thanh toán ngắn hạn	DNSX sản phẩm mộc mỹ nghệ	0,74	0,82	0,91	0,92
	DNSX nón lá	0,84	0,92	0,93	0,90
	DNSX mây tre đan	0,54	0,58	0,60	0,62
	DNSX tranh giấy và hoa giấy	0,32	0,39	0,41	0,47
	DNSX gốm nung	0,30	0,37	0,35	0,33
	DN đúc đồng	0,34	0,39	0,47	0,51
2. Hệ số vòng quay tài sản	DNSX sản phẩm mộc mỹ nghệ	0,64	1,15	1,17	1,27
	DNSX nón lá	0,74	1,16	1,19	1,29
	DNSX mây tre đan	0,65	0,68	0,70	0,98
	DNSX tranh giấy và hoa giấy	0,89	0,87	0,92	0,95
	DNSX gốm nung	0,67	0,65	0,60	0,70
	DN đúc đồng	0,55	0,59	0,60	0,62
3. Chỉ số nợ	DNSX sản phẩm mộc mỹ nghệ	0,64	0,65	0,68	0,7
	DNSX nón lá	0,61	0,63	0,66	0,72
	DNSX mây tre đan	0,63	0,65	0,66	0,71
	DNSX tranh giấy và hoa giấy	0,64	0,66	0,69	0,72
	DNSX gốm nung	0,64	0,65	0,68	0,70
	DN đúc đồng	0,72	0,75	0,75	0,80
4. Biên lợi nhuận ròng	DNSX sản phẩm mộc mỹ nghệ	0,075	0,071	0,072	0,032
	DNSX nón lá	0,075	0,071	0,072	0,073
	DNSX mây tre đan	0,065	0,061	0,062	0,042
	DNSX tranh giấy và hoa giấy	0,079	0,070	0,065	0,060
	DNSX gốm nung	0,075	0,072	0,062	0,055
	DN đúc đồng	0,065	0,055	0,052	0,040

(Nguồn: Kết quả tính toán của NCS từ [56])

Phân tích kết quả trên, ta có sự đánh giá như sau :

Chỉ tiêu 1: Khả năng thanh toán ngắn hạn của các chủ thể sản xuất sản phẩm mộc mỹ nghệ, nón lá đáp ứng được các nghĩa vụ tài chính, có chiều hướng tăng dần đến 1 là tốt, chứng tỏ năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp ngày càng được nâng cao. Tuy nhiên, các doanh nghiệp sản xuất các sản phẩm như mây tre đan, tranh giấy, hoa giấy, gốm nung, đồng thì chỉ tiêu này giao động trong khoảng 0,3% - 0,65% mà thôi, chứng tỏ năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp này ngày càng có xu hướng giảm sút.

Chỉ tiêu 2: Hệ số vòng quay tài sản. Chỉ tiêu này đo lường hiệu quả quản lý và sử dụng tài sản của chủ thể sản xuất, ta thấy nhìn chung các chủ thể sản xuất sản phẩm mộc mỹ nghệ, nón lá, mây tre đan, tranh giấy, hoa giấy, gốm nung, đồng có chỉ tiêu này ngày càng cao, hệ số vòng quay tài sản năm 2009 khoảng 0,64 - 0,74, năm 2012 là 0,98 - 1,29, có thể cho rằng họ đã sử dụng tài sản tạo ra doanh thu khá hiệu quả.

Chỉ tiêu 3: Chỉ số nợ là chỉ tiêu đòn bẩy tài chính, phép đo này chính là công cụ xác định xác suất chủ thể sản xuất mất khả năng thanh toán các hợp đồng nợ, chỉ tiêu này cả các doanh nghiệp qua 4 năm tương đối ổn định, dao động xác suất từ 0,61 - 0,80, đã phản ánh được thực tế là các chủ thể vẫn nợ khi so với tổng tài sản.

Chỉ tiêu 4: Biên lợi nhuận ròng là chỉ tiêu phản ánh khả năng sinh lời của chủ thể sản xuất, biên lợi nhuận ròng phản ánh năng lực của họ trong việc tạo ra sản phẩm khi có chi phí thấp hoặc giá bán cao, chỉ tiêu này của các chủ thể sản xuất có xu hướng giảm chứng tỏ chi phí của họ ngày càng cao, lợi nhuận ngày càng giảm.

Qua đó, ta thấy khả năng tài chính của các chủ thể SXKD tại LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế đang ở trong tình trạng bình thường, nguồn vốn hàng năm có tăng lên nhưng không đáng kể, tuy nhiên cần phải thấy rằng nguồn vốn kinh doanh của họ còn nhỏ, năng lực cạnh tranh tài chính thấp, vì vậy cần có biện pháp tiết kiệm chi phí kinh doanh, giảm giá thành, tăng lợi nhuận, có nghĩa

vụ trả nợ ngân hàng để giảm các chi phí lãi vay.

3.2.4. Mức độ ứng dụng khoa học công nghệ vào quá trình sản xuất tại các làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Đặc điểm phổ biến của các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế là cơ sở sản xuất gắn liền với nhà ở, chủ yếu sử dụng lao động thủ công. Trừ một số ngành nghề như đúc đồng, mộc mỹ nghệ thì các chủ thể sản xuất có sử dụng thêm một số máy móc thiết bị, có xây dựng thêm một phần nhà xưởng để phục vụ sản xuất nhưng không lớn, chỉ mang tính chất nhà tạm.

Quy mô về cơ sở vật chất của các chủ thể sản xuất trong làng nghề tùy thuộc vào ngành nghề sản xuất. Có những ngành nghề như sản xuất mây tre đan, nón lá, tranh giấy và hoa giấy... hầu hết sử dụng nhà ở làm nơi sản xuất vì vậy các chủ thể sản xuất không cần đầu tư nhà xưởng; chủ yếu đầu tư vốn lưu động để phục vụ sản xuất.

Từ những đặc thù trên thì mức độ ứng dụng khoa học công nghệ vào quá trình sản xuất tại các LNTT phục vụ DL phân theo nhóm sản phẩm ở tỉnh Thừa Thiên Huế có sự khác nhau rõ rệt, thể hiện ở bảng 3.15 như sau:

Bảng 3.15: Mức độ ứng dụng khoa học công nghệ tại LNTT phục vụ DL phân theo nhóm sản phẩm ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Đơn vị tính: %

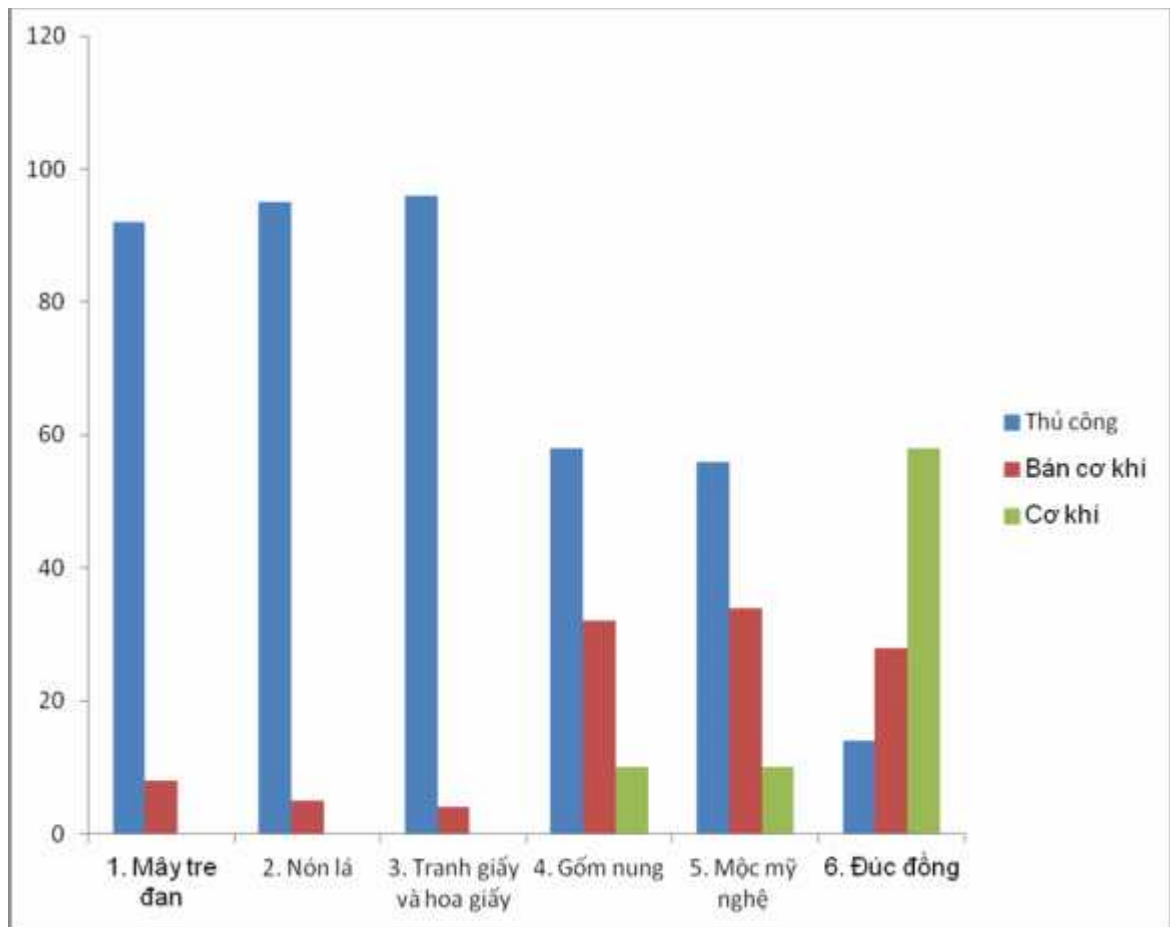
Tên nhóm sản phẩm của LNTT phục vụ DL	Thủ công	Bán cơ khí	Cơ khí
1. Mây tre đan	92	8	0
2. Nón lá	95	5	0
3. Tranh giấy và hoa giấy	96	4	0
4. Gốm nung	58	32	10
5. Mộc mỹ nghệ	56	34	10
6. Đúc đồng	14	28	58

(Nguồn: Kết quả tính toán của NCS từ [57])

Qua bảng trên cho thấy, mức độ ứng dụng khoa học công nghệ vào quá trình sản xuất tại các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế chủ yếu là sử dụng lao động thủ công, cụ thể ở những LNTT sản xuất sản phẩm mây tre đan, nón lá, tranh giấy và hoa giấy chiếm trên 95%, nhóm LNTT sản xuất sản phẩm gốm nung có tỷ lệ này là 58%, mộc mỹ nghệ là 56%. Còn tỷ lệ ứng dụng công nghệ sản xuất hiện đại vào quá trình sản xuất tại các LNTT này là hạn chế, chiếm tỷ lệ không đáng kể. Điều này phản ánh một thực tế là cơ sở vật chất kỹ thuật của các đơn vị sản xuất tại LNTT mặc dù quá thô sơ lạc hậu, vẫn là sản xuất nhỏ, chủ yếu là lao động thủ công, năng suất lao động thấp..., nhưng đó cũng là yếu tố giữ được công nghệ sản xuất truyền thống vốn có của các LNTT này, đây là lợi thế cơ bản tạo nên sự khác biệt giữa sản phẩm thủ công truyền thống và sản phẩm công nghiệp, tạo nên sức cạnh tranh riêng, đặc trưng cho sản phẩm thủ công mỹ nghệ.

Việc ứng dụng công nghệ sản xuất hiện đại trong quá trình sản xuất tại các làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế có sự chênh lệch nhau rất lớn, tùy theo từng nghề cụ thể. Có những ngành nghề chủ yếu sử dụng lao động thủ công không có công đoạn nào sử dụng máy móc như nghề sản xuất nón lá, tranh giấy và hoa giấy, mây tre đan... Một số ngành nghề gần đây nhờ có điện lưới về nông thôn đã áp dụng một số công đoạn cơ giới hóa để vừa giảm bớt sức lao động vừa tăng năng suất như nghề sản xuất mộc mỹ nghệ, gốm nung, đúc đồng... Đặc biệt, có một số ngành nghề như đúc đồng, gốm nung bước đầu đã hình thành các dạng liên kết hợp tác giữa các chủ thể sản xuất kinh doanh với nhau để đầu tư thêm máy móc và thực hiện chuyên môn hóa trong một số khâu như nghiền đất, sấy, nung... để đảm bảo tăng năng suất lao động, tăng sức cạnh tranh trên thị trường, thể hiện như sau:

Đơn vị tính: %



Biểu đồ 3.3: Tỷ trọng mức độ ứng dụng khoa học công nghệ tại LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế

(Nguồn: Kết quả tính toán của NCS từ [57])

Hầu hết các cơ sở sản xuất ở các làng nghề truyền thống phục vụ du lịch đều thiếu các thiết bị, phương tiện kiểm tra chất lượng nguyên liệu và sản phẩm, chỉ dựa vào kinh nghiệm là chủ yếu. Nhiều công đoạn sản xuất chưa được nghiên cứu áp dụng các kỹ thuật công nghệ mới để nâng cao chất lượng sản phẩm nhằm mở rộng thị trường như ngâm tẩm, sấy nguyên liệu cho sản phẩm tre nứa, sản phẩm gỗ rừng đảm bảo chất lượng, hoặc nghiên cứu giảm hao mòn nguyên liệu cho các sản phẩm đúc đồng, thủ công mỹ nghệ...

Vì vậy, để đáp ứng kịp thời nhu cầu ngày càng cao của thị trường thì các cơ sở sản xuất tại làng nghề truyền thống phục vụ du lịch trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế phải cần có sự kết hợp một cách hợp lý giữa công nghệ sản xuất hiện đại và công nghệ sản xuất truyền thống để giảm thời gian sản xuất, nâng cao năng suất lao động nhưng vẫn giữ được tính truyền thống độc đáo của mình.

Qua khảo sát 300 đơn vị chủ thể sản xuất kinh doanh tại LNTT phục vụ du lịch trong việc đánh giá về sự gìn giữ tính độc đáo, riêng có của công nghệ sản xuất thủ công, về sự hướng dẫn cho du khách trong quá trình trải nghiệm, về mức độ phù hợp của việc ứng dụng khoa học công nghệ hiện đại trong quá trình sản xuất cũng như hiệu quả và tính thú vị đối với việc tổ chức các hoạt động trải nghiệm trong thời gian du khách tham quan, nghe hướng dẫn và tham gia trực tiếp sản xuất ra sản phẩm thủ công mỹ nghệ tại các LNTT phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế. Trong việc đánh giá mức độ gìn giữ tính độc đáo, riêng có của công nghệ sản xuất truyền thống thì phần lớn ý kiến của các chủ thể sản xuất kinh doanh cho rằng chưa hài lòng (chiếm 46,7%), rất hài lòng chỉ chiếm 16,7% ý kiến; với việc đánh giá mức độ phù hợp của việc ứng dụng công nghệ sản xuất hiện đại vào quá trình sản xuất thì có 43,3% ý kiến chưa hài lòng, 36,7 % ý kiến hài lòng, chỉ có 13,3% ý kiến rất hài lòng; với việc đánh giá quá trình thực hiện hướng dẫn cho du khách trực tiếp sản xuất sản phẩm thủ công mỹ nghệ của LNTT phục vụ du lịch thì có 46,7% ý kiến hài lòng với việc này, có 33,3% ý kiến chưa hài lòng với việc này; sự đánh giá về mức độ hiệu quả và thú vị của sự kết hợp giữa công nghệ sản xuất truyền thống với công nghệ sản xuất hiện đại đa số ý kiến cho rằng chưa hài lòng về vấn đề này (chiếm 41,6% ý kiến), rất hài lòng chiếm 20 % ý kiến, không có ý kiến gì đối với vấn đề này chiếm tới 6,7% ý kiến. Kết quả khảo sát này góp phần đánh giá được mức độ hài lòng của chủ thể sản xuất với các tiêu chí khác nhau trong công nghệ sản xuất mà

mình đang sử dụng tại các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế, được thể hiện cụ thể ở bảng 3.16 như sau:

Bảng 3.16: Đánh giá của chủ thể SXKD đối với công nghệ sản xuất truyền thống tại các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Tiêu chí	Lựa chọn	Số lượng	TL %
Mức độ gìn giữ tính độc đáo, riêng có của công nghệ sản xuất truyền thống.	Chưa hài lòng	140	46,7
	Hài lòng	100	33,3
	Rất hài lòng	50	16,7
	Khó trả lời	10	3,3
	Tổng	300	100
Mức độ phù hợp của việc ứng dụng công nghệ sản xuất hiện đại vào quá trình sản xuất.	Chưa hài lòng	130	43,3
	Hài lòng	110	36,7
	Rất hài lòng	40	13,3
	Khó trả lời	20	6,7
	Tổng	300	100
Thực hiện hướng dẫn cho du khách trực tiếp sản xuất sản phẩm TCMN của LNTT phục vụ DL.	Chưa hài lòng	100	33,3
	Hài lòng	140	46,7
	Rất hài lòng	50	16,7
	Khó trả lời	10	3,3
	Tổng	300	100
Mức độ hiệu quả và thú vị của sự kết hợp giữa công nghệ sản xuất truyền thống với công nghệ sản xuất hiện đại.	Chưa hài lòng	125	41,6
	Hài lòng	95	31,7
	Rất hài lòng	60	20,0
	Khó trả lời	20	6,7
	Tổng	300	100

(Nguồn: Điều tra của nghiên cứu sinh năm 2012)

Sự đánh giá thông qua việc khảo sát thực tế nêu trên đã phản ánh được sự nhìn nhận cụ thể của các chủ thể sản xuất kinh doanh tại LNTT phục vụ

DL về công nghệ sản xuất mà mình đang sử dụng là cần phải có sự thay đổi linh hoạt, phù hợp với xu hướng phát triển của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế, có như vậy mới có thể tạo điều kiện thuận lợi cho việc khai thác các sản phẩm du lịch ở đây, góp phần xây dựng thương hiệu và hình ảnh cho LNTT phục vụ DL như là "điểm đến" không thể bỏ qua trong tour du lịch của du khách khi đến Huế.

3.2.5. Lượt khách du lịch đến làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Trong giai đoạn 2008 - 2012, tỉnh Thừa Thiên Huế có nhiều lễ hội lớn diễn ra nên thu hút đáng kể một lượng khách du lịch trong và ngoài nước đến tham quan, thể hiện ở lượt khách du lịch đến tỉnh Thừa Thiên Huế như sau:

Bảng 3.17: Lượt khách du lịch đến tỉnh Thừa Thiên Huế

Chi tiêu \ Năm	Năm 2008		Năm 2009		Năm 2010		Năm 2011		Năm 2012	
	SL	TL	SL	TL	SL	TL	SL	TL	SL	TL
	1000 lượt	(%)	1000 lượt	(%)	1000 lượt	(%)	1000 lượt	(%)	1000 lượt	(%)
1. Tổng lượt khách đến Huế	1.680	100	1.450	100	1.500	100	1.700	100	2.500	100
<i>a. Khách quốc tế</i>	790	47	650	44,8	600	40	702	41,3	1.100	44
<i>b. Khách nội địa</i>	890	53	800	55,2	900	60	998	58,7	1.400	56
2. Tổng lượt khách đến LNTT PVDL/Tổng lượt khách đến Huế	420	25	507,5	35	555	37	816	48	1.050	42

(Nguồn: Kết quả tính toán của NCS từ [58])

Từ bảng 3.17, cho thấy số lượt khách đến tỉnh Thừa Thiên Huế tăng đều qua các năm, nhưng không có tăng đột biến. Trong tổng lượt khách du lịch đến tỉnh Thừa Thiên Huế, tỷ lệ khách đến làng nghề truyền thống phục vụ DL tăng nhanh, trong thời gian từ 2008 - 2012 tăng gần gấp 2 lần: từ 25% trong tổng lượt

khách năm 2008 (tương đương với 420 ngàn lượt khách) tăng lên 42% trong năm 2012 (tương đương 1.050 ngàn lượt khách. Điều đó cho thấy, sức hấp dẫn của làng nghề truyền thống phục vụ du lịch này ngày càng tăng, nếu biết khai thác lợi thế sẵn có và thực hiện các giải pháp phù hợp, làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế sẽ trở thành một tài nguyên kinh tế - văn hóa, mang lại nhiều lợi ích cho địa phương.

Về lượt khách đến tỉnh Thừa Thiên Huế qua 5 năm cho thấy, số lượt khách trong nước chiếm tỷ lệ cao hơn số lượt khách quốc tế (chiếm 53% vào năm 2008 và 56% vào năm 2012). Số liệu này phản ánh thực tế khác với quan niệm thông thường của xã hội: sản phẩm truyền thống chủ yếu phục vụ và hướng tới phục vụ khách quốc tế. Vì vậy, để phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch của tỉnh Thừa Thiên Huế cần phải sản xuất các sản phẩm phù hợp với thị hiếu của cả khách du lịch trong và ngoài nước.

Tại các làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế, số lượt khách du lịch đến thăm đều tăng lên, tốc độ tăng trưởng bình quân tăng từ 17,8% đến 49,5%. Trong đó, số khách đến các làng nghề truyền thống phục vụ du lịch thuộc nhóm sản phẩm gốm nung, mộc mỹ nghệ, đúc đồng chưa nhiều, chỉ chiếm tỷ lệ từ 10 - 15% tổng lượt khách. Như vậy, mặc dù sức hấp dẫn của các làng nghề truyền thống phục vụ du lịch vẫn tăng lên, nhưng lượt khách du lịch đến thăm chưa ngang tầm với quy mô và tiềm năng của các làng nghề truyền thống này. (*xem bảng 3.18*)

Các làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế mà chủ yếu có lượt khách du lịch nội địa đến thăm nhiều hơn so với khách quốc tế bao gồm: các làng nghề truyền thống sản xuất nhóm mây tre đan, nón lá, tranh giấy và hoa giấy, đúc đồng. Hai nhóm làng nghề truyền thống phục vụ du lịch sản xuất các nhóm sản phẩm gốm nung và mộc mỹ nghệ thì có số khách nội địa chiếm tỷ lệ ít trong tổng số khách đến làng nghề truyền thống phục vụ du lịch (4 - 6%) và tốc độ tăng trưởng bình quân chậm (5,7% - 11,8%). Điều này được thể

hiện ở số lượt khách du lịch đến làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế ở bảng 3.18 như sau:

Bảng 3.18: Lượt khách du lịch đến LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Chi tiêu \ Năm	Năm 2008		Năm 2009		Năm 2010		Năm 2011		Năm 2012	
	SL 1000 lượt	TL (%)	SL 1000 lượt	TL (%)	SL 1000 lượt	TL (%)	SL 1000 lượt	TL (%)	SL 1000 lượt	TL (%)
Tổng lượt khách đến LNTTPVDL/Tổng lượt khách đến tỉnh TT Huế	420	100	507,5	100	555	100	816	100	1.050	100
1. Làng mây tre đan	84	20	111,6	22	138,8	25	187,7	23	262,5	25
- Khách quốc tế	33,6	8	50,7	10	66,6	12	81,6	10	115,5	11
- Khách nội địa	50,4	12	60,9	12	72,2	13	106,1	13	147,0	14
2. Làng nón lá	88,2	21	101,5	20	116,5	21	179,5	22	252	24
- Khách quốc tế	42,0	10	55,8	11	61,0	11	81,6	10	115,5	11
- Khách nội địa	46,2	11	45,7	9	55,5	10	97,9	12	136,5	13
3. Làng tranh giấy và hoa giấy	92,4	22	121,8	24	111	20	171,3	21	241,5	23
- Khách quốc tế	58,8	14	60,9	12	61,1	11	97,9	12	105,0	10
- Khách nội địa	33,6	8	60,9	12	49,9	9	73,4	9	136,5	13
4. Làng gốm nung	79,8	19	86,3	17	83,3	15	114,3	14	157,5	15
- Khách quốc tế	46,2	11	65,9	13	61,1	11	81,6	10	105,0	10
- Khách nội địa	33,6	8	20,4	4	22,2	4	32,6	4	52,5	5
5. Làng mộc mỹ nghệ	54,6	13	45,7	9	55,5	10	89,8	11	105	10
- Khách quốc tế	21,0	5	20,3	4	33,3	6	65,3	8	63	6
- Khách nội địa	33,6	8	25,4	5	22,2	4	24,5	3	42	4
6. Làng đúc đồng	21	5	40,6	8	49,9	9	73,4	9	105	10
- Khách quốc tế	4,2	1	15,2	3	22,2	4	24,5	3	42	4
- Khách nội địa	16,8	4	25,4	5	27,7	5	48,9	6	63	6

(Nguồn: Kết quả tính toán của NCS từ [58])

Để tăng tính hấp dẫn đối với khách du lịch trong và ngoài nước, các sản phẩm của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế cần chú trọng đến đặc điểm của sản phẩm phục vụ du lịch (nhỏ, gọn, dễ vận chuyển, có tính độc đáo về chất lượng và mẫu mã...); đồng thời phát triển thêm nhiều loại hình dịch vụ phù hợp với yêu cầu của thị trường.

Qua khảo sát 245 lượt khách du lịch đến LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế với quốc tịch Việt Nam, Anh và Pháp về số lần đến tham quan tại đây thì có đến 71 người sống ở Huế, chiếm tỷ lệ 29%, số quan sát này chủ yếu là các nhà quản lý, các chuyên gia và một số nhân viên đang tham gia kinh doanh trong ngành du lịch; có 115 người, chiếm 47% đến LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế 1 lần và hầu như số trường hợp này là du khách quốc tế, thể hiện cụ thể ở bảng 3.19.

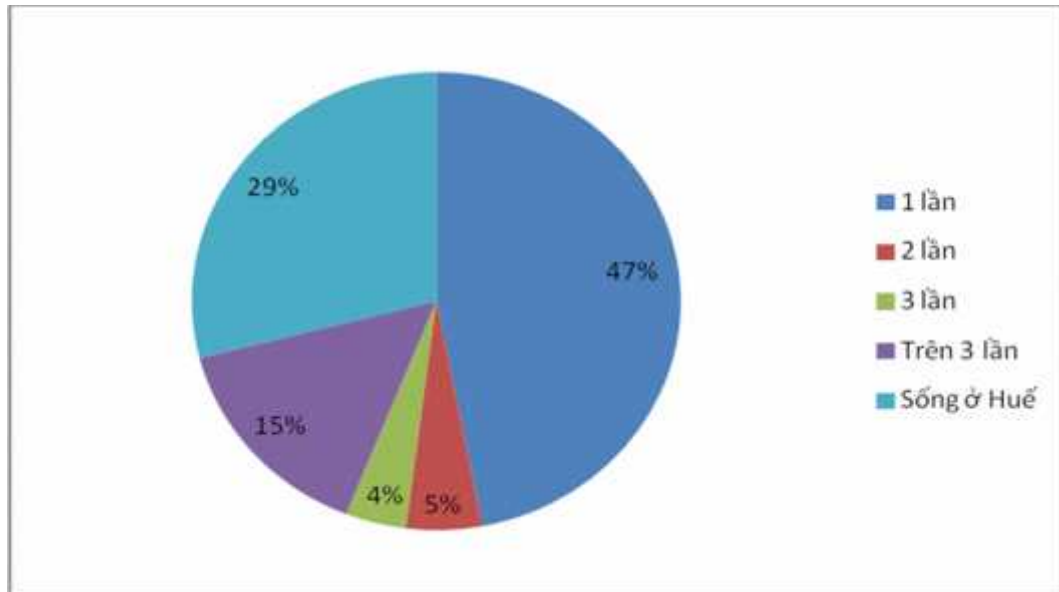
Bảng 3.19: Số lần du khách đến LNTT PVDL ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Số lần du khách đến LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế		
Số lần	Số quan sát	Tỷ lệ (%)
1 lần	115	47
2 lần	13	5
3 lần	10	4
Trên 3 lần	36	15
Sống ở Huế	71	29
Tổng	245	100

(Nguồn: Điều tra của nghiên cứu sinh năm 2012)

Qua khảo sát thực tế nêu trên thấy rằng, số lượng du khách đến tham quan lại LNTT phục vụ DL 2 lần và 3 lần đạt tỷ lệ rất thấp, cụ thể đến 2 lần chỉ có 13 người, chiếm tỷ lệ 5% và đến 3 lần chỉ có 10 người, chiếm tỷ lệ 4%. Như vậy, sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế có chất lượng chưa cao, chưa thật sự hấp dẫn để thu hút khách du lịch đến tham quan các LNTT phục vụ DL ở những lần tiếp theo sau này, thể hiện rõ ở biểu đồ 3.4.

Đơn vị tính: %



Biểu đồ 3.4: Tỷ trọng số lần du khách đến LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế

(Nguồn: Điều tra của nghiên cứu sinh năm 2012)

Vì vậy, ngành du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế phải xem xét lại nghiêm túc vấn đề này vì nó sẽ ảnh hưởng đến hình ảnh và thương hiệu của các LNTT phục vụ DL trên địa bàn Tỉnh.

3.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG PHỤC VỤ DU LỊCH Ở TỈNH THỪA THIÊN HUẾ GIAI ĐOẠN 2008-2012

3.3.1. Những kết quả đạt được trong quá trình phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Sự thăng trầm của các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế luôn gắn liền với quá trình phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội và ý thức bảo tồn, giữ gìn các giá trị truyền thống của dân tộc. Trong giai đoạn 2008 - 2012 quá trình khôi phục, phát triển LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế đã đạt được một số kết quả nhất định sau đây:

Thứ nhất, sự phát triển của các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế đã làm cho hoạt động du lịch làng nghề ở tỉnh Thừa Thiên Huế phát triển đa dạng

với nhiều hình thức khá phong phú và hấp dẫn đối với du khách khi đến Huế. Điều này góp phần quan trọng trong quá trình xây dựng kinh tế du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn của Tỉnh.

Thứ hai, sự phát triển của các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế tạo thêm việc làm theo thời vụ ổn định, cho lao động nhàn rỗi, tăng thêm thu nhập cho người lao động tại địa phương, từ đó tạo sự ổn định an ninh, trật tự cho vùng nông thôn, vì vậy đã cải thiện được mức thu nhập bình quân của họ khoảng 12 triệu đồng/người/năm. Đặc biệt, các nghề mộc mỹ nghệ, đúc đồng, đòi hỏi người lao động phải có tay nghề khá trở lên, đây là những ngành nghề có mức thu nhập cao, nhất đối với thợ có tay nghề cao, bình quân mỗi năm đạt khoảng 32 triệu đồng/người/năm. Từ đó góp phần vừa nâng cao đời sống cho cư dân ở LNTT phục vụ DL trên địa bàn Tỉnh, vừa đóng góp một phần ngân sách cho địa phương đồng thời tích cực thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế và cơ cấu lao động theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa, đáp ứng yêu cầu của các quy luật kinh tế thị trường.

Công tác đào tạo nghề đã hỗ trợ cho các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế như mây tre đan, nón lá, mộc mỹ nghệ... nâng cao tay nghề trong sản xuất các sản phẩm truyền thống, sản phẩm trang trí nội, ngoại thất, các hàng sản phẩm thủ công mỹ nghệ phục vụ cho hoạt động du lịch và xuất khẩu. Thông qua chương trình khôi phục làng nghề truyền thống của tỉnh, đã phát triển được sản phẩm mộc mỹ nghệ trang trí nội, ngoại thất xuất khẩu tại thị xã Hương Thủy; mây tre đan từ sợi mây nhựa huyện Quảng Điền, Phú Vang, Hương Trà. Đồng thời, nhằm khuyến khích động viên người lao động tại các LNTT này, Sở Công thương đã tham mưu cho UBND tỉnh Thừa Thiên Huế phong tặng cho 27 thợ bậc cao danh hiệu "nghệ nhân tỉnh Thừa Thiên Huế" và một nghệ nhân ưu tú được chủ tịch nước trao tặng về các ngành nghề sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ.

Bên cạnh đó, nhằm nâng cao chất lượng phục vụ du lịch tại các LNTT

phục vụ DL, công tác đào tạo nghiệp vụ cho người lao động trong doanh nghiệp kinh doanh du lịch đã tổ chức được 10 hội nghị tập huấn nhằm nâng cao năng lực quản lý kinh doanh du lịch, đồng thời tạo cơ hội giao lưu giữa nhiều doanh nghiệp khác trên địa bàn tỉnh.

Thứ ba, nhiều mẫu thiết kế mới của sản phẩm thủ công mỹ nghệ của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế như mây tre đan, nón lá, mộc mỹ nghệ được cải tiến, tạo ra 150 mẫu mới, đã góp phần đáp ứng nhu cầu của thị trường, đồng thời từng bước đa dạng hóa sản phẩm du lịch phục vụ du lịch tại các LNTT này trên địa bàn Tỉnh.

Thứ tư, đối với hoạt động hỗ trợ tìm kiếm, phát triển thị trường, quảng bá sản phẩm thủ công mỹ nghệ và các dịch vụ du lịch của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế đã tạo cơ hội cho hàng trăm cơ sở sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ, tiểu thủ công nghiệp và LNTT này tham gia lễ hội, hội chợ triển lãm Festival Huế nhiều năm tại Phú Yên, Ninh Thuận, Quảng Bình, Đà Lạt, Đà Nẵng, Hà Nội... và nước ngoài (Thái Lan, Lào, Trung Quốc, Pháp...), từ đó thương hiệu của nhiều sản phẩm thủ công mỹ nghệ truyền thống cũng như các dịch vụ du lịch được biết đến nhiều hơn. Từ đó đã tạo điều kiện cho nhiều đơn vị và nhà khoa học tham gia các hội thảo giao lưu học tập kinh nghiệm về những vấn đề về lý luận và thực tiễn liên quan đến LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế. Đồng thời, thu hút được khối lượng lớn du khách trong nước và quốc tế, trong đó lượng khách đến với các LNTT phục vụ DL tăng đáng kể qua các năm.

Trên cơ sở đó, đã có 125 sản phẩm được bình chọn là sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp huyện, 38 sản phẩm được bình chọn là sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu cấp tỉnh. Từ đó đã lựa chọn được 22 sản phẩm tham gia bình chọn cấp khu vực với các nhóm hàng và đã có 12 sản phẩm được bình chọn là sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu miền Trung. Đồng thời đã tổ chức được hội thi sáng tác mẫu mã mới, hàng lưu niệm và quà tặng năm

2010, từ đó đã có hàng chục sản phẩm thủ công mỹ nghệ thuộc các LNTT phục vụ DL được đưa ra thị trường như đèn lồng các loại, sản phẩm bằng tre, composit....

Thứ năm, trong công tác ứng dụng công nghệ sản xuất hiện đại vào quá trình sản xuất ở các LNTT phục vụ DL, tỉnh đã hỗ trợ được trên 20 mô hình ứng dụng công nghệ và máy móc tiên tiến từ đó góp phần tăng năng suất lao động, chất lượng và sức cạnh tranh của sản phẩm thủ công mỹ nghệ.

Như vậy, sự phát triển các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế đã góp phần thúc đẩy phát triển ngành du lịch, tour du lịch làng nghề, đồng thời duy trì và bảo tồn di sản văn hóa Huế nói riêng và của Việt Nam nói chung.

3.3.2. Hạn chế và nguyên nhân trong quá trình phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Mặc dù ở tỉnh Thừa Thiên Huế có một hệ thống LNTT phục vụ DL khá phong phú, rất thích hợp để khai thác và phát triển du lịch trong bối cảnh nhu cầu du lịch làng nghề trên thế giới ngày càng tăng lên. Tuy nhiên, quá trình khôi phục, xây dựng và phát triển LNTT phục vụ DL trên địa bàn Tỉnh vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế, cụ thể:

Một là, sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế chưa thực sự phong phú và chất lượng chưa cao, vì vậy du khách chưa được tiêu dùng đầy đủ hoặc có nhưng chất lượng chưa cao các sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL trên địa bàn Tỉnh, chủ yếu chỉ dừng ở mức độ chiêm ngưỡng sản phẩm hoặc mua sản phẩm chủ yếu trong các dịp hội chợ, triển lãm, lễ hội. Điều này là do sự kết nối giữa các LNTT phục vụ DL với các tour, tuyến du lịch trên địa bàn Tỉnh còn rời rạc, lỏng lẻo, mang tính tự phát cao nên LNTT phục vụ DL không được khai thác đúng cách và hết tiềm năng của nó với vai trò là "điểm đến" hấp dẫn của tour, tuyến du lịch của du khách khi đến Huế.

Hai là, vốn và trang thiết bị tại các cơ sở làng nghề còn hạn chế, chủ yếu sản xuất thủ công, chỉ có một số làng nghề được đầu tư thiết bị cơ khí như làng

mộc mỹ nghệ, làng đúc đồng...

Mặt bằng sản xuất dành cho các LNTT phục vụ DL còn hạn chế nên việc hình thành các điểm tham quan du lịch cho du khách rất khó khăn. Nguyên liệu của một số nghề và LNTT phục vụ DL đang giảm dần và ngày càng trở nên khan hiếm. Các điều kiện cơ sở hạ tầng, giao thông đến LNTT phục vụ DL còn thiếu đồng bộ nên du khách khó tiếp cận.

Môi trường sinh thái ở một số LNTT phục vụ DL do chưa có giải pháp để giảm thiểu tác hại nên môi trường làng nghề ngày càng xuống cấp, ảnh hưởng đến sức khỏe của con người và đến quá trình phát triển du lịch nơi đây.

Ba là, hầu hết các nghệ nhân đã có tuổi và ngày càng thưa thớt dần, thợ bậc cao chiếm tỷ lệ thấp, tầng lớp thanh niên đều muốn thoát ly khỏi quê hương để tìm tới một nghề khác thức thời, thu nhập ổn định hơn chứ không muốn học nghề, dẫn đến tình trạng "cha muốn truyền mà con không muốn nối", làm thất truyền nhiều ngành nghề. Đồng thời, do hiệu quả kinh tế từ hoạt động du lịch tại các LNTT này mang lại chưa đảm bảo được nhu cầu đời sống người lao động, nên chưa thực sự thu hút được lực lượng lao động trẻ theo học nghề và giữ nghề, đa số chỉ tham gia theo mùa vụ.

Bên cạnh đó, cư dân ở LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế nhận thức chưa đầy đủ về những yêu cầu, nguyên tắc phát triển du lịch tại khu vực cộng đồng; đồng thời các chủ thể quản lý, phát triển và kinh doanh trái quy định đã dẫn đến tình trạng khai thác sai mục đích, thương mại hóa các giá trị hoặc khai thác quá mức cho phép các giá trị của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế.

Bốn là, từ phía ngành du lịch của tỉnh Thừa Thiên Huế thiếu sự quan tâm trong việc đầu tư và khai thác các tour, tuyến du lịch tham quan và mua sắm các sản phẩm của LNTT phục vụ DL. Đây là một trong những nguyên nhân chính khiến du lịch LNTT của tỉnh Thừa Thiên Huế chưa phát triển tương xứng với tiềm năng. Từ đó, cơ chế tạo điều kiện để cộng đồng dân cư ở LNTT phục vụ

DL tham gia đầu tư sản xuất và đổi mới sản phẩm du lịch, khai thác các giá trị văn hóa, nghệ thuật dân gian của các ngành, nghề thủ công truyền thống còn nhiều bất cập, không phù hợp với điều kiện thực tiễn.

Đồng thời, giữa các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế và doanh nghiệp kinh doanh du lịch chưa có sự kết nối chặt chẽ với nhau, do đó việc khai thác lợi thế của những LNTT này ở Tỉnh bị hạn chế, như sự thu hút và khuyến khích khách du lịch đến các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế để trải nghiệm thực tế, tham quan, mua sắm...còn rất ít, hình ảnh LNTT này trong hoạt động du lịch chưa gây ấn tượng, hấp dẫn.

Năm là, chính sách hỗ trợ khuyến khích phát triển nghề và LNTT phục vụ DL đã được quan tâm, song vẫn chưa có tác động làm thay đổi nhiều đến các đơn vị sản xuất. Hoạt động sản xuất tại các làng nghề vẫn chịu sự tác động chủ yếu của cơ chế tự phát. Số lượng các cơ sở nghề và làng nghề được hưởng thụ chính sách ưu đãi khuyến khích của Nhà nước và của tỉnh còn quá ít so với tổng số cơ sở nằm trong diện được hưởng thụ chính sách ưu đãi khuyến khích.

Từ đó, có thể rút ra những nguyên nhân cơ bản của những hạn chế nêu trên trong quá trình phát triển của LNTT phục vụ DL trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế, cụ thể là:

Một là, do nguồn vốn và việc huy động nguồn vốn cho đầu tư phát triển LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế chưa được duy trì và hoạt động hiệu quả.

Hai là, do quy trình tôn vinh đội ngũ nghệ nhân và phong danh hiệu nghệ nhân cho đội ngũ thợ bậc cao đủ tiêu chuẩn và công tác truyền nghề, đào tạo nghề, kỹ năng làm du lịch cho lực lượng lao động nói chung và lao động trẻ nói riêng tại các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế chưa chuyên nghiệp và chưa hiệu quả.

Ba là, tại LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế chưa có kết hợp chặt chẽ với các hoạt động du lịch trên địa bàn Tỉnh, từ đó hình thức du lịch làng

ngành hoạt động chưa thực sự hiệu quả.

Bốn là, do việc xây dựng các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế theo phương châm "mỗi làng nghề một sản phẩm" chưa được thống nhất và còn mang tính tự phát nên gây khó khăn trong quá trình quảng bá hình ảnh và thương hiệu sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL trên địa bàn Tỉnh.

Năm là, do quan hệ hợp tác giữa LNTT phục vụ DL với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch ở địa phương khác và ngoài nước, đồng thời gắn liền với các hình thức du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế chưa được chặt chẽ và hiệu quả, chưa thực sự thực hiện theo nguyên tắc phát triển bền vững gắn với bảo vệ môi trường làng nghề và môi trường sinh thái.

Sáu là, do các chính sách của Nhà nước và tỉnh Thừa Thiên Huế liên quan đến LNTT phục vụ DL chưa được thiết lập một cách cụ thể và chi tiết, đồng thời chưa thực sự gắn với thực tiễn, như việc ban hành luật nghề truyền thống, thành lập hệ thống bảo lãnh tín dụng và bảo hiểm tín dụng để giúp đỡ các làng nghề vay vốn không cần tài sản thế chấp với lãi suất thấp thông qua mạng lưới ngân hàng phát triển nông nghiệp nông thôn... chưa gắn với điều kiện, đặc trưng riêng có của từng làng nghề truyền thống phục vụ du lịch trên địa bàn Tỉnh.

Chương 4
PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP CƠ BẢN
NHẪM PHÁT TRIỂN LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG
PHỤC VỤ DU LỊCH Ở TỈNH THỪA THIÊN HUẾ

4.1. PHƯƠNG HƯỚNG PHÁT TRIỂN LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG
PHỤC VỤ DU LỊCH Ở TỈNH THỪA THIÊN HUẾ

4.1.1. Bối cảnh và dự báo xu hướng phát triển của làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2020

Trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế hiện nay thì ngành du lịch được đánh giá sẽ trở thành một trụ cột để phát triển kinh tế bền vững trên thế giới, bởi vì du lịch tạo ra nhiều việc làm hơn so với nhiều ngành khác, là một trong những ngành kinh tế có khả năng phục hồi cao, giúp giảm nghèo và hỗ trợ phát triển, đóng góp quan trọng vào phát triển kinh tế bền vững gắn với bảo vệ môi trường, đóng góp xây dựng hòa bình thế giới và hiểu biết lẫn nhau.

Ngành du lịch được đánh giá là một trong những ngành kinh tế trọng yếu của Việt Nam, góp phần tạo ra nhiều cơ hội việc làm và thu hút nguồn ngoại tệ lớn từ nước ngoài. Tuy nhiên, ngành du lịch Việt Nam vẫn chưa tạo được một sản phẩm du lịch Việt Nam mang tầm vóc thương hiệu du lịch quốc gia. Điều cơ bản nhất mà du lịch Việt Nam đang thiếu là tính chuyên nghiệp, cần có chiến lược xây dựng thương hiệu điểm đến rõ ràng và mang tính dài hạn.

Xây dựng hình ảnh du lịch quốc gia dựa trên nền tảng văn hoá và tiềm năng thiên nhiên đa dạng của Việt Nam để khẳng định thương hiệu của du lịch Việt Nam. Trên cơ sở đó, có nhiều hình thức du lịch phát triển như du lịch sinh thái, du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng, du lịch làng nghề...

Thừa Thiên Huế được xác định là một địa danh có nhiều tiềm năng và đang trên đà phát triển của vùng kinh tế trọng điểm miền Trung, có thành phố Huế là đô thị loại I cấp quốc gia - là thành phố Festival của Việt Nam. Đây là những nhân tố mới tạo cơ hội và tiền đề cho Thừa Thiên Huế phát triển kinh tế xã hội

trong những năm đến. Những nhân tố trên sẽ có tác động lớn và trực tiếp đến các chính sách kinh tế, văn hóa, xã hội có liên quan, thúc đẩy sự phát triển các ngành nghề và các làng nghề truyền thống trong nông thôn, góp phần tạo điều kiện cho Thừa Thiên Huế nhanh chóng hội nhập vào quá trình phát triển năng động với các nước trong khu vực và thế giới.

Các LNTT ở tỉnh Thừa Thiên Huế có xu hướng phát triển đến năm 2020 là gắn liền với phục vụ DL, hình thành nên hệ thống các LNTT phục vụ DL nhằm đáp ứng các yêu cầu của quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, đặc biệt là của ngành du lịch. Theo đó, các chủ thể sản xuất tại các LNTT phục vụ DL đòi hỏi phải đáp ứng được các yêu cầu của quy luật kinh tế thị trường và của hình thức du lịch làng nghề. Du lịch làng nghề, không chỉ là đến mua sắm, tham quan, hay đến xem các nghệ nhân làm ra sản phẩm, du khách còn có nhu cầu được tìm hiểu những giá trị nhân văn - trong đó có tập quán, nếp sống của người dân bản địa. Trên thế giới, hình thức du lịch "3 cùng", trong đó du khách được "ăn cùng, ở cùng và làm cùng" với người dân làng nghề đang thu hút một lượng lớn khách du lịch.

Tuy nhiên, dù mang lại lợi ích cho người dân, nhưng việc triển khai mô hình vẫn chưa mang tính hệ thống, lâu dài, bởi tư duy làm du lịch ở một số địa phương vẫn còn chậm thay đổi, chưa thích nghi với điều kiện mới. Dự báo tại các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế sẽ phát triển theo xu hướng chủ yếu như sau:

- Các LNTT phục vụ DL phát triển theo mô hình "mỗi làng một sản phẩm", theo đó các LNTT sẽ phát triển các sản phẩm độc đáo, đặc trưng của nó nhằm tạo nên nhãn hiệu, có thương hiệu riêng trên thị trường đối với từng sản phẩm của từng làng nghề.

- Phát triển mạnh mẽ các hình thức du lịch làng nghề, du lịch sinh thái kết hợp với hoạt động tham quan và trải nghiệm dựa trên tiềm năng du lịch của hệ thống các LNTT phục vụ DL.

- Phát triển theo hướng kết hợp hợp lý giữa công nghệ sản xuất truyền thống với công nghệ sản xuất hiện đại, nhằm nâng cao chất lượng và năng suất

lao động, hạ giá thành sản phẩm, bảo vệ môi trường sinh thái, vệ sinh an toàn lao động, nhưng vẫn giữ được nét độc đáo, riêng có của từng sản phẩm của LNTT phục vụ DL.

- Phát triển theo hướng liên doanh, liên kết giữa các chủ thể sản xuất ở LNTT phục vụ DL với các doanh nghiệp thuộc các kênh phân phối và tiêu thụ sản phẩm ở đô thị lớn, các siêu thị, các đại lý chuyên hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu hàng hóa... để mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm, đảm bảo nguồn nguyên liệu cho sản xuất, đa dạng hóa kiểu dáng mẫu mã sản phẩm, hàng hóa của các làng nghề. Trên cơ sở đó, tạo lập các tuyến liên kết các nhân tố cấu thành chuỗi cung ứng sản phẩm của các LNTT phục vụ DL, từ khâu đặt hàng (yêu cầu mẫu mã thiết kế, kiểu dáng...) đến khâu cung cấp nguyên vật liệu với nơi phân phối và tiêu thụ sản phẩm của các LNTT này.

- Phát triển LNTT phục vụ DL theo hướng gìn giữ và bảo tồn các giá trị truyền thống của dân tộc, gắn liền với phát triển du lịch một cách bền vững.

4.1.2. Phương hướng phát triển các làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Trong xu thế hội nhập và mở cửa, LNTT đang dần khẳng định vị trí quan trọng trong đời sống kinh tế, văn hoá, xã hội của Việt Nam nói chung và tỉnh Thừa Thiên Huế nói riêng. Phát triển LNTT phục vụ DL là con đường hữu hiệu để xóa đói giảm nghèo, xây dựng nông thôn mới; đồng thời góp phần quảng bá hình ảnh, thương hiệu của tỉnh Thừa Thiên Huế và của Việt Nam.

Tuy nhiên, thực tế cho thấy, trong quá trình phát triển các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế cần khắc phục như: sản phẩm làng nghề tuy nhiều, phong phú nhưng ít sản phẩm có thương hiệu mang tầm quốc gia và quốc tế; địa phương chưa có nhiều chủ trương, cơ chế, chính sách phù hợp để phát triển du lịch làng nghề; công tác quản lý còn lỏng lẻo, chông chéo; người dân chưa có kỹ năng khai thác giá trị du lịch làng nghề; cơ sở hạ tầng cũng như nguồn nhân lực du lịch tại các làng nghề còn thiếu và yếu; môi trường nhiều làng nghề bị ô nhiễm trầm trọng... Bởi vậy, nhằm phát

triển các LNTT phục vụ DL trên địa bàn tỉnh, ngoài việc phải vận dụng linh hoạt, sáng tạo những quan điểm chung của Đảng và Nhà nước về LNTT phục vụ DL, cần xác định một số phương hướng cụ thể như sau:

- Phát triển nghề và LNTT phục vụ DL phải gắn với xu hướng phát triển du lịch hiện đại; đồng thời phải dựa trên nội lực của tỉnh Thừa Thiên Huế, khai thác triệt để mọi tiềm năng sẵn có nhằm ổn định, phát triển nghề và LNTT theo hướng đáp ứng yêu cầu của thị trường.

- Kết hợp chặt chẽ giữa ngành du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế với các nhà triển lãm sản phẩm thủ công mỹ nghệ cấp quốc gia và địa phương nhằm khai thác hiệu quả chương trình "kết nối địa phương với toàn cầu", tạo điều kiện phát triển hệ thống các kênh phân phối và tiêu thụ sản phẩm thủ công mỹ nghệ của các LNTT phục vụ DL.

- Chú trọng tôn vinh và phát triển nguồn nhân lực có khả năng kế tục phát triển các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế về ý thức, giá trị của việc bảo tồn các LNTT từ cấp tiểu học nhằm tạo niềm đam mê cho thế hệ trẻ về các ngành nghề truyền thống nói chung.

- Từng bước xây dựng thương hiệu sản phẩm du lịch cho từng LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế theo phương châm "mỗi làng nghề một sản phẩm".

- Đẩy mạnh đầu tư chiều sâu để tăng năng lực cạnh tranh, đa dạng hóa sản phẩm và ứng dụng các công nghệ mới; kết hợp chặt chẽ giữa công nghệ sản xuất truyền thống và công nghệ sản xuất hiện đại để tạo ra sản phẩm mang tính thương mại cao; gắn hoạt động sản xuất của làng nghề với các hoạt động du lịch làng nghề, du lịch sinh thái và du lịch cộng đồng.

- Phải hướng dẫn cho cư dân ở các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế kỹ năng làm du lịch, đồng thời có cơ chế phân bổ lợi ích hợp lý giữa công ty kinh doanh du lịch, hướng dẫn viên du lịch, cư dân tại LNTT nhằm khuyến khích và tạo động lực cho mọi người dân cũng làm du lịch hiệu quả tại các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế.

- Phải coi trọng việc bảo vệ môi trường sinh thái; bảo tồn và phát huy các truyền thống văn hóa, tập quán của từng địa phương trong khôi phục, phát triển LNTT. Lấy phát triển LNTT phục vụ DL làm động lực tạo bước đột phá để kích thích địa phương phát triển các ngành nghề truyền thống và du nhập thêm nghề mới.

- Phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch theo hướng gắn với các tuyến du lịch, gắn với các điểm du lịch trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế cũng như của cả nước.

- Tỉnh Thừa Thiên Huế cần thiết phải có các chính sách cụ thể, thiết thực để hỗ trợ hiệu quả cho LNTT phục vụ DL phát triển trong bối cảnh mới.

4.2. CÁC GIẢI PHÁP CƠ BẢN NHẪM PHÁT TRIỂN LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG PHỤC VỤ DU LỊCH Ở TỈNH THỪA THIÊN HUẾ

4.2.1. Phát triển thị trường sản phẩm du lịch của làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Thị trường là nhân tố quyết định sự tồn vong của các LNTT phục vụ DL, vì vậy cần có các biện pháp tổng thể hỗ trợ cho các cơ sở sản xuất ở các LNTT phục vụ DL, cụ thể như sau:

4.2.1.1. Phát triển sản phẩm thủ công mỹ nghệ của làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

- Không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm, đảm bảo giao hàng đúng số lượng và thời gian để mở rộng thị trường trong nước và quốc tế, đồng thời thúc đẩy nhanh việc xây dựng thương hiệu sản phẩm cho LNTT phục vụ DL. Đặc biệt là nâng cao chất lượng sản phẩm truyền thống nhất đặc trưng của tỉnh và tìm kiếm thị trường cho làng nghề truyền thống, địa bàn có nghề thủ công thông qua các kỳ hội chợ, triển lãm trong và ngoài nước.

Trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế và toàn cầu hóa hiện nay, các sản phẩm của LNTT phục vụ DL muốn chiếm lĩnh được thị trường trong và ngoài nước thì sản phẩm phải tạo được nét độc đáo, riêng có, không giống với sản phẩm của các nước kề cận như Trung Quốc, Thái Lan ... hoặc các tỉnh trong

vùng. Do vậy, trong quá trình sản xuất các cơ sở phải không ngừng phát triển các sản phẩm theo hướng kết hợp công nghệ sản xuất truyền thống với công nghệ sản xuất hiện đại nhằm tăng độ tinh xảo và tính hiện đại của sản phẩm, ví dụ như đối với sản phẩm mây tre đan, bên cạnh việc đan thủ công có thể kết hợp đầu tư máy móc thiết bị sơ chế nguyên liệu để tạo độ đồng đều, tinh xảo, đồng thời sử dụng các phương pháp hiện đại trong xử lý ngâm tẩm, chống mối mọt, tạo màu, tạo độ bền và tính thẩm mỹ trong sản phẩm.

- Cùng với thị trường đầu ra cần chú ý đúng mức thị trường đầu vào (cung cấp các vật tư, nguyên liệu cho sản xuất làng nghề) thông thường thị trường cung cấp nguyên vật liệu cho sản xuất trong các làng nghề phần lớn là do các cơ sở, doanh nghiệp cung ứng đầu vào ở tại địa phương có gắn kết với các nguồn nguyên liệu, sản phẩm của nông lâm, thủy hải sản và những nguồn phế liệu, phế thải...cung ứng đến LNTT phục vụ DL. Tuy nhiên, cũng có một số ngành nghề như đúc đồng, sản xuất đồ gỗ,... có không ít loại nguyên liệu phải mua từ các tỉnh khác, kể cả nhập khẩu nên vì vậy các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất cần phải có kế hoạch cụ thể để đảm bảo ổn định nguồn nguyên liệu phục vụ cho sản xuất bằng nhiều phương thức như liên kết hợp tác lâu dài, đối lưu sản phẩm để lấy nguyên liệu... Đặc biệt Nhà nước và Tỉnh cần tạo điều kiện để giúp các doanh nghiệp nhập khẩu gỗ nguyên liệu từ các nước về phục vụ sản xuất, hoặc tạo điều kiện để các cơ sở sản xuất trong LNTT phục vụ DL có đủ cơ sở pháp lý trong việc khai thác nguyên liệu, phục vụ trực tiếp cho sản xuất.

- Phát triển các mối liên kết giữa các đơn vị sản xuất trong làng nghề với các doanh nghiệp thương mại lớn ở các tỉnh và thành phố như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng...cũng như khuyến khích các nhà đầu tư nước ngoài, trong nước liên doanh với các cơ sở trong các làng nghề thực hiện các dự án sản xuất hàng gia công xuất khẩu hoặc làm trung gian bao tiêu sản phẩm của LNTT phục vụ DL trên tinh thần liên kết, hợp tác lâu dài, đôi bên cùng có lợi. Các địa phương cần có giải pháp thúc đẩy các chợ, trung tâm thương mại hoặc chợ ở vùng nông thôn, mở các quầy hàng chuyên kinh doanh, mua bán

các sản phẩm của LNTT phục vụ DL. Đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho các cơ sở sản xuất tại LNTT phục vụ DL mở các đại lý, quầy hàng giới thiệu sản phẩm ở các đô thị lớn, các trung tâm thương mại và du lịch phát triển ở trong và ngoài tỉnh nhằm mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm.

Hơn nữa, hoạt động sản xuất của LNTT phục vụ DL nhìn chung là đa dạng và khó xác định được bản quyền sở hữu trí tuệ, vì vậy để từng bước tạo giá trị và uy tín của LNTT phục vụ DL trong nền kinh tế thị trường, Tỉnh cần có kế hoạch phối hợp với các ngành liên quan về thương mại, khoa học công nghệ, công nghiệp... để tuyên truyền, vận động cũng như trợ giúp các cơ sở sản xuất trong các LNTT và hiệp hội ngành nghề đăng kí, bảo vệ thương hiệu sản phẩm của cơ sở sản xuất và thương hiệu của LNTT phục vụ DL để tăng giá trị và tính thương mại của sản phẩm trên thị trường, nhằm thu hút người dân cũng như du khách đến tham quan và trải nghiệm tại các LNTT phục vụ DL trên địa bàn Tỉnh.

- Chú trọng công tác xúc tiến thương mại cho hoạt động du lịch của các LNTT phục vụ DL để tăng cường khả năng tiếp cận thị trường trong nước và ngoài nước bằng cách thông qua nhiều hình thức như quảng cáo, tổ chức triển lãm, hội chợ trong nước và quốc tế. Đồng thời tổ chức nghiên cứu, nắm bắt và cung cấp thông tin về thị trường như: thông tin hàng hóa, chất lượng và giá cả hàng hóa, khách hàng, điều kiện mua bán của khách hàng, phương thức mua bán và thị hiếu của người tiêu dùng...

Phát huy tối đa vai trò làm đầu mối của hiệp hội làng nghề nhằm tạo mối liên kết hợp tác chặt chẽ giữa các doanh nghiệp trên địa bàn với các địa phương khác trên cả nước, giúp các đơn vị tìm kiếm thị trường, dự án đầu tư, các kênh tiêu thụ sản phẩm, điều hòa nguồn nguyên liệu.

Tạo điều kiện thuận lợi và hỗ trợ một phần kinh phí để các nghệ nhân và thợ lành nghề tại các LNTT phục vụ DL được đi tham quan, học tập, tìm hiểu thị trường hoặc thuê gian hàng để tham gia hội chợ, triển lãm giới thiệu sản phẩm ở trong và ngoài nước.

Tạo cơ hội mở rộng các dịch vụ tư vấn, hỗ trợ kinh doanh phục vụ hội viên, như dịch vụ tài chính, tín dụng, bảo hiểm, các dịch vụ tư vấn về thị trường, pháp luật, đầu tư, công nghệ.

- Huế là thành phố Festival của Việt Nam nên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế sẽ trở thành thị trường đầy tiềm năng về tiêu thụ sản phẩm thủ công mỹ nghệ, vì vậy các chủ thể sản xuất và kinh doanh tại LNTT phục vụ DL cần nghiên cứu nghiêm túc và nắm bắt thị hiếu thẩm mỹ của từng đối tượng khách hàng, tạo ra những gian hàng giới thiệu các sản phẩm của LNTT phục vụ DL cho khách du lịch tham quan và trải nghiệm.

- Tạo mối quan hệ chặt chẽ giữa các LNTT phục vụ DL với nhau nhằm tạo kênh phân phối sản phẩm cho LNTT phục vụ DL thông qua các tour du lịch tham quan và trải nghiệm tại LNTT, từ đó có thể quảng bá sản phẩm và tìm kiếm khách hàng, đặc biệt là du khách nước ngoài. Có chính sách khuyến khích thành lập các đơn vị tư vấn, môi giới, dịch vụ khoa học và công nghệ; khuyến khích các đơn vị tư vấn trên địa bàn tích cực nghiên cứu ứng dụng công nghệ sản xuất hiện đại một cách hợp lý vào quá trình sản xuất tại LNTT phục vụ DL.

Khuyến khích và phát triển các quan hệ liên kết giữa các cơ sở sản xuất của LNTT phục vụ DL với doanh nghiệp kinh doanh DL trong thành phố hoặc ở các địa phương khác, với các tổ chức thương mại, nhằm tăng sức mạnh trên thị trường, tạo ra một hệ thống hoàn chỉnh từ phân phối, tiêu thụ sản phẩm đến phát triển mạnh mẽ hình thức du lịch làng nghề tại LNTT phục vụ DL trên địa bàn Tỉnh.

- Nâng cao chất lượng sản phẩm, cải tiến mẫu mã, đa dạng hóa sản phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu của thị trường. Chú trọng xây dựng thương hiệu, đăng ký nhãn mác sản phẩm cả trong và ngoài nước để đảm bảo lợi ích của doanh nghiệp, hộ kinh doanh trong LNTT phục vụ DL. Quảng bá sản phẩm LNTT phục vụ DL trên mạng Internet, thông qua đó tìm bạn hàng mới, tiếp xúc trực tiếp với mọi đối tác...để mở rộng sản xuất kinh doanh. Đối với những mặt hàng xuất khẩu ra nước ngoài cần chủ động trong khâu thiết kế mẫu mã, chào hàng nhằm từng bước chủ động trong sản xuất và tiếp cận khách hàng.

Đối với thị trường xuất khẩu phải luôn tạo được uy tín đối với khách hàng, có sức cạnh tranh cao về chất lượng và giá cả, đảm bảo đúng hợp đồng giao hàng cả về thời gian và chất lượng sản phẩm.

- Đầu tư phát triển thương mại điện tử. Đây là hướng phát triển tất yếu theo yêu cầu cạnh tranh và đặc biệt phù hợp với các doanh nghiệp nhỏ tại LNTT phục vụ DL. Để thương mại điện tử được sử dụng rộng rãi và mang lại hiệu cao, thành phố cần tăng cường đào tạo nâng cao năng lực sử dụng thương mại điện tử trong kinh doanh.

4.2.1.2. Phát triển các loại hình dịch vụ du lịch tại làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Tỉnh Thừa Thiên Huế có điều kiện thuận lợi để thực hiện các chương trình khôi phục và nâng cao giá trị truyền thống của LNTT phục vụ DL, vì Huế được chọn là thành phố để xây dựng và phát triển thành thành phố Festival của Việt Nam. Đây là điều kiện thuận lợi để hoàn thiện và phát triển các loại hình dịch vụ du lịch tại các LNTT phục vụ DL trên địa bàn Tỉnh.

Thông qua các dịp Festival và các lễ hội hàng năm, tỉnh Thừa Thiên Huế tổ chức nhiều đợt hội chợ, triển lãm...về các sản phẩm thủ công mỹ nghệ của các LNTT phục vụ DL trên địa bàn tỉnh nhằm thu hút du khách trong và ngoài nước. Thông qua đó, có thể thực hiện các dịch vụ đi kèm như quảng cáo, quảng bá thương hiệu sản phẩm của các làng nghề truyền thống một cách có hiệu quả với thông tin chính xác đến tận người tiêu dùng và du khách trên cả nước. Đồng thời tạo điều kiện cho du khách trong và ngoài nước tiếp cận trực tiếp với công nghệ sản xuất truyền thống của các LNTT này và họ có thể tự trải nghiệm bằng nhiều cách như tự thiết kế những sản phẩm của các làng nghề truyền thống dưới sự hướng dẫn, giúp đỡ của các nghệ nhân... để họ có thể tìm hiểu một cách sâu sắc và đầy đủ hơn về tính nghệ thuật cũng như giá trị truyền thống lâu đời của các làng nghề truyền thống trên địa bàn Tỉnh, giúp cho du khách có những kỉ niệm đặc biệt đối với các LNTT phục vụ DL trên địa bàn Tỉnh sau chuyến tham quan của họ. Đây cũng là cách quảng cáo hiệu quả thương hiệu và giá trị của các LNTT phục vụ DL.

Thực hiện chương trình phát triển sản phẩm mới; nâng cao chất lượng sản phẩm; đa dạng hóa mẫu mã sản phẩm; đào tạo, tập huấn nghề thu hút lực lượng lao động ở nông thôn; nâng cao hàm lượng kỹ thuật công nghệ trong sản phẩm, bảo đảm chất lượng, giá trị sử dụng, giá thành hợp lý đáp ứng thị hiếu của du khách, đồng thời phát triển thêm về mặt số lượng và chất lượng các loại hình dịch vụ du lịch của LNTT phục vụ DL trên địa bàn Tỉnh

Xây dựng và phát triển thương hiệu, thực hiện tốt chiến lược tiếp thị, quảng bá sản phẩm du lịch, tạo sự tin tưởng và ấn tượng tốt đẹp trong lòng nhằm nâng cao uy tín và hình ảnh là "điểm đến" của LNTT phục vụ DL trên thị trường đối với du khách.

4.2.1.3. Quảng bá thương hiệu và tiếp thị sản phẩm du lịch của làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Để thực hiện được mục tiêu phát triển du lịch bền vững gắn kết với phát triển LNTT phục vụ DL, chiến lược quảng bá và tiếp thị sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế đóng vai trò quan trọng, là cầu nối giữa du khách với giá trị truyền thống độc đáo, riêng có của địa phương.

Chiến lược quảng bá và tiếp thị sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL có nhiều điểm khác biệt so với chiến lược quảng bá và tiếp thị sản phẩm thông thường, cụ thể như sau:

- Địa điểm phân phối và tiêu thụ sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL thường cũng chính là ở nơi sản xuất, do đó các cuộc triển lãm trưng bày và bán sản phẩm thủ công mỹ nghệ cần thường xuyên được tổ chức ở địa phương hoặc ở những khu vực tiêu thụ lớn. Như vậy, có thể khắc phục được những khó khăn cơ bản trong quá trình tiêu thụ sản phẩm này ở tỉnh Thừa Thiên Huế. Chương trình này được thực hiện khá hiệu quả thông qua nhiều lễ hội khác nhau, đặc biệt là lễ hội Festival làng nghề truyền thống định kỳ.

- Xây dựng nhà triển lãm các sản phẩm làng nghề quốc gia nói chung và ở tỉnh Thừa Thiên Huế nói riêng. Nhà triển lãm này được xây dựng để lưu giữ tài

liệu về địa phương có nghề thủ công truyền thống có giá trị cho phát triển ngành du lịch và thu hút các dự án đầu tư phát triển LNTT phục vụ DL của tỉnh; đồng thời nên tổ chức các hội nghị, hội thảo liên quan đến LNTT phục vụ DL một cách thường xuyên tại nhà triển lãm này để trao đổi thông tin và kinh nghiệm phát triển du lịch tại các LNTT này trên địa bàn Tỉnh.

- Tổ chức các cuộc thi thiết mẫu mã sản phẩm thủ công mỹ nghệ: các cuộc thi này được tổ chức công khai cho cả các sản phẩm thủ công truyền thống đã được xác nhận và chưa được xác nhận về chất lượng, mẫu mã, công nghệ sản xuất... Qua cuộc thi này sẽ tạo động lực cho các nghệ nhân và thợ thủ công có điều kiện học hỏi và tích cực sáng tạo, cải tiến, nâng cao tay nghề... góp phần đa dạng hóa và nâng cao tính cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường trong và ngoài nước.

- Hoạt động LNTT phục vụ DL của tỉnh Thừa Thiên Huế đều hướng đến mục tiêu phát triển chung của cả nước là phát triển các loại hình dịch vụ du lịch của LNTT phục vụ DL phải phù hợp với thị hiếu, nhu cầu và tiêu chuẩn của du khách nhưng phải đảm bảo giữ được bản sắc và giá trị truyền thống trong từng sản phẩm du lịch đó.

- Thực hiện hoạt động xúc tiến du lịch hiệu quả ở tỉnh Thừa Thiên Huế: xây dựng hình ảnh LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế như là một điểm đến không thể bỏ qua của du khách khi đến Huế thông qua phương tiện thông tin đại chúng như các kênh truyền hình, báo và tạp chí du lịch, các chương trình và tour du lịch trong và ngoài nước với slogan *"Nếu đến Huế mà chưa đến LNTT phục vụ DL là bạn chưa đến Huế"*.

- Học hỏi kinh nghiệm từ các nước trên thế giới, tỉnh Thừa Thiên Huế phát triển LNTT phục vụ DL theo hướng "mỗi làng một sản phẩm" để tạo ra sản phẩm du lịch đặc sắc, riêng có nhằm xây dựng hình ảnh, thương hiệu nhất định của từng làng nghề, từ đó tạo điều kiện thuận lợi để gia tăng thu nhập cho người dân tại làng nghề từ hoạt động du lịch, đồng thời vẫn giữ được giá trị truyền thống của các LNTT này.

4.2.1.4. Nâng cấp cơ sở hạ tầng, hình thành các địa điểm mua sắm, giải trí tại làng nghề truyền thống phục vụ du lịch

Về phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng đường sá thành phố, đầu tư nâng cấp hệ thống cơ sở hạ tầng tại các khu vực phát triển du lịch trọng điểm đảm bảo đáp ứng nhu cầu của khách du lịch, đặc biệt ưu tiên đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng cho các điểm du lịch, các tuyến du lịch đến LNTT phục vụ DL. Xây dựng cơ chế khuyến khích các nguồn vốn trong xã hội đầu tư phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng. Có các biện pháp thu hút đầu tư xây dựng mới các khu, điểm du lịch trên địa bàn khu vực theo quy hoạch, tạo tiền đề cho du lịch phát triển. Xây dựng danh mục các dự án cơ sở hạ tầng ưu tiên, đầu tư tu bổ tôn tạo các công trình văn hóa, các di tích lịch sử để phát triển du lịch văn hóa.

Về đầu tư phát triển hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật nhằm xây dựng các địa điểm mua sắm, hàng lưu niệm, vui chơi giải trí đặc biệt là những khu vui chơi giải trí về đêm tại các LNTT phục vụ DL để du khách có động lực kéo dài ngày lưu trú của mình. Điều chỉnh về hệ thống đèn giao thông thành phố, tránh gây lo lắng hoang mang cho khách du lịch khi băng ngang qua các trục giao thông thành phố.

Tập trung cải tạo, nâng cấp các cơ sở lưu trú hiện có và xây dựng mới các cơ sở lưu trú đạt tiêu chuẩn quốc tế, nâng cao chất lượng phương tiện phục vụ và tiếp đón hành khách tại sân bay. Mở rộng, nâng cấp, hiện đại hóa các tuyến đường từ sân bay tới các thành phố và các khu du lịch. Đầu tư xây dựng mạng lưới đường bộ thuận tiện và có chất lượng phù hợp, xây dựng đồng bộ và hiện đại hóa các tuyến đường từ sân bay tới các thành phố và các khu du lịch. Đầu tư xây dựng mạng lưới đường bộ thuận tiện và có chất lượng phù hợp, xây dựng đồng bộ và hiện đại hóa hệ thống biển báo, chỉ dẫn giao thông và du lịch, cải thiện chất lượng kết cấu hạ tầng giao thông tại các cửa khẩu. Nâng cấp, mở rộng các tuyến đường huyết mạch như quốc lộ 1A, đường Hồ Chí Minh và nâng cấp, xây dựng mới các tuyến đường tới các trung tâm du lịch lớn.

Phát triển hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch ở thành phố Huế tập trung vào các nội dung cơ bản đó là phát triển hệ thống cơ sở lưu trú đảm bảo đáp ứng nhu cầu theo các mục tiêu định hướng phát triển du lịch của quy hoạch. Cùng với việc phát triển hệ thống cơ sở lưu trú cần phát triển hệ thống các cơ sở vui chơi giải trí, hệ thống nhà hàng và các dịch vụ bổ trợ khác như hệ thống cơ sở văn hóa, ngân hàng...đáp ứng nhu cầu của du khách.

Tập trung đầu tư từ nguồn vốn ngân sách nhà nước theo hướng đồng bộ, có trọng tâm, trọng điểm làm cơ sở kích thích phát triển du lịch. Ưu tiên đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng tại các khu vực trọng điểm phát triển du lịch, các khu du lịch tổng hợp, các điểm du lịch tiềm năng ở vùng sâu, vùng xa.

Thực hiện xã hội hóa phát triển du lịch, khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia hoạt động du lịch dưới các hình thức khác nhau, thực hiện xã hội hóa đầu tư, bảo vệ, tôn tạo di tích, thắng cảnh, các lễ hội, hoạt động văn hóa dân gian, các làng nghề phục vụ phát triển du lịch. Tiếp tục hoàn chỉnh cơ chế quản lý đầu tư, tạo môi trường thông thoáng về đầu tư phát triển du lịch, đơn giản hóa các thủ tục hành chính và phát triển các dịch vụ hỗ trợ đầu tư để thu hút các nhà đầu tư.

Áp dụng linh hoạt trên điều kiện thực tế của tỉnh Thừa Thiên Huế các quy định hiện hành của Nhà nước về ưu đãi và hỗ trợ đầu tư phát triển đối với các dự án đầu tư phát triển du lịch trên địa bàn.

Có chính sách và giải pháp tạo vốn phát triển du lịch, huy động các nguồn vốn để giải quyết được nhu cầu đầu tư, đảm bảo tốc độ tăng trưởng trung bình GDP du lịch Huế bằng cách tận dụng các nguồn vốn, quỹ, áp dụng cơ chế đấu giá quỹ đất, huy động vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài, các doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh.

Có chính sách hỗ trợ các đơn vị doanh nghiệp đầu tư phát triển du lịch như tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp du lịch vay ưu đãi vốn phát triển ngành, lập quỹ hỗ trợ phát triển du lịch Huế.

4.2.2. Đầu tư phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

4.2.2.1. Vốn đầu tư cho phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Nhu cầu vốn đầu tư cho việc phát triển các LNTT phục vụ DL trên địa bàn tỉnh từ năm 2010 - 2015 là khá lớn, riêng phần vốn ngân sách nhà nước dự kiến tối thiểu chiếm khoảng 20 - 30% trong tổng nhu cầu vốn đầu tư hàng năm thì mỗi năm ngân sách tỉnh phải chi 9 - 10 tỷ đồng. Do vậy, phải quán triệt cao quan điểm phát huy tối đa nguồn lực của nhân dân địa phương và các thành phần kinh tế trong và ngoài tỉnh là chủ yếu bằng việc thông qua một số chính sách khuyến khích nhằm thực hiện mạnh xã hội hóa thu hút các nguồn vốn đầu tư với phương châm: nhà nước và nhân dân cùng đầu tư, cùng làm. Trong đó nguồn vốn từ ngân sách nhà nước và vốn ODA chỉ tập trung cho các công trình quan trọng vừa góp phần thúc đẩy kinh tế - xã hội của địa phương tăng trưởng, vừa thúc đẩy khôi phục và phát triển các LNTT trong nông thôn như các công trình giao thông liên thôn, liên xã với các làng nghề, hệ thống xử lý chất thải chung của làng nghề, các công trình hạ tầng kỹ thuật thiết yếu trong các cụm công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp đã quy hoạch, phát triển hoàn thiện lưới điện phục vụ dân sinh và sản xuất ở nông thôn và quy hoạch chi tiết đầu tư hạ tầng các cụm công nghiệp và tiểu thủ công nghiệp cũng như quy hoạch cụm sản xuất tập trung để làm nơi di chuyển các hộ sản xuất ra khỏi khu dân cư. Ngoài ra các công trình và hạng mục công trình còn lại khác như chỉnh trang hạ tầng các LNTT phục vụ DL, đào tạo nghề, xúc tiến thương mại và tìm thị trường xuất khẩu, một số công trình xây dựng hạ tầng trong cụm công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp trong nông thôn và các làng nghề... thực hiện theo phương châm nhà nước và nhân dân cùng các thành phần kinh tế, các hộ, doanh nghiệp sản xuất trong làng nghề cùng làm, trong đó vốn của nhân dân và các thành phần kinh tế là chủ yếu.

Đồng thời các địa phương cần đẩy mạnh thu hút vốn đầu tư từ các thành phần kinh tế trong nước, Việt kiều ở địa phương cùng với việc mở rộng quan hệ

liên kết giữa các địa phương khác nhằm tạo điều kiện giúp các cơ sở, doanh nghiệp trong các làng nghề khai thác thêm các nguồn vốn cho đầu tư phát triển sản xuất kinh doanh cả chiều rộng lẫn chiều sâu; đổi mới máy móc thiết bị, công nghệ tăng năng lực sản xuất và cả vốn lưu động bằng nhiều phương thức thích hợp như ký hợp đồng ứng trước vốn, cung cấp nguyên vật liệu thu tiền sau...

Đa dạng hóa các hình thức huy động của các doanh nghiệp cơ sở bằng nhiều nguồn như vốn tự có, huy động từ người thân bạn bè, vay các tổ chức tín dụng, các ngân hàng thương mại, góp vốn thành lập công ty cổ phần... Đặc biệt là cần huy động và khai thác tối đa nguồn vốn tự có đang được cất giữ trong các tầng lớp dân cư để đưa vào đầu tư có vai trò rất quan trọng trong quá trình khôi phục, phát triển và mở rộng các LNTT phục vụ DL trong nông thôn nói chung.

Phát triển mạnh các loại hình liên kết kinh tế giữa các cơ sở, doanh nghiệp sản xuất trong làng nghề với các công ty, doanh nghiệp trong các khu công nghiệp, cụm công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp tập trung (cả trong và ngoài tỉnh) trên cơ sở phân công hợp tác lao động và thực hiện chuyên môn hóa sản xuất theo công đoạn giữa các thành phần kinh tế với các loại hình tổ chức sản xuất kinh doanh. Điều này không chỉ giúp các cơ sở sản xuất trong làng nghề giải quyết được vấn đề vốn cho đầu tư, sản xuất kinh doanh mà còn có thể khai thác các lợi thế về tay nghề, thị trường, công nghệ... Bổ sung cho nhau nhằm tăng năng lực cạnh tranh trên thị trường.

Tăng cường tìm kiếm, vận động các nguồn tài trợ và đầu tư từ các tổ chức phi chính phủ, các tổ chức nước ngoài để khai thác thêm các nguồn vốn hỗ trợ đào tạo nghề, đào tạo khởi sự doanh nghiệp, nghiên cứu xúc tiến thị trường, nghiên cứu giải quyết xử lý môi trường ở các làng nghề...

Khai thác và tranh thủ tối đa các nguồn vốn khác của quốc gia và của tỉnh như vốn xóa đói giảm nghèo, vốn giải quyết việc làm, vốn khuyến công, vốn hỗ trợ khoa học công nghệ, vốn hỗ trợ xúc tiến thương mại... để giúp các cơ sở, doanh nghiệp trong các làng nghề có nguồn vốn phát triển sản xuất, đào tạo nâng cao năng lực và tay nghề cho người lao động. Đặc biệt, tỉnh cần nghiên cứu để thành lập quỹ

hỗ trợ khôi phục, phát triển LNTT phục vụ DL của tỉnh để tạo điều kiện giúp các làng nghề giải quyết một phần của khó khăn về vốn của các cơ sở trong quá trình đầu tư phát triển sản xuất kinh doanh, đặc biệt là trong việc hỗ trợ các nghệ nhân sáng tác, sưu tầm và phục hồi các sản phẩm tinh xảo, bảo tồn các di sản văn hóa của địa phương, quy hoạch bảo tồn một số địa danh có LNTT phục vụ DL để đưa vào khai thác phục vụ văn hóa, du lịch...

4.2.2.2. Phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế bền vững gắn với bảo vệ môi trường

Xây dựng quy hoạch không gian LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế gắn với bảo vệ môi trường, lấy quản lý cấp phường (xã) làm nòng cốt trong hệ thống quản lý môi trường, giáo dục nâng cao hiểu biết cho người dân làng nghề, để họ nhận thức cái giá phải trả do ô nhiễm môi trường đắt gấp nhiều lần so với lợi nhuận kinh tế đem lại. Để từ đó họ thay đổi nhận thức dẫn đến thay đổi hành vi, chung tay bảo vệ môi trường.

Về phía LNTT phục vụ DL tại tỉnh Thừa Thiên Huế cần chú ý xây dựng, cải tạo nhà xưởng, tổ chức không gian thông thoáng tự nhiên tại nơi lao động. Trang bị các dụng cụ an toàn lao động, thiết bị thu gom bụi, hút khí tại các vị trí xả khí độc hại; về công nghệ và thiết bị sản xuất là phải thay thế các thiết bị cũ kỹ, áp dụng công nghệ mới ít chất thải, hạn chế tiếng ồn, sử dụng các công nghệ có khả năng giảm thiểu các hóa chất độc hại, cụ thể:

Để giảm thiểu ô nhiễm bụi tại các cơ sở sản xuất ở làng nghề truyền thống mà chủ yếu do các công đoạn cửa, bào, đánh bóng sản phẩm... thì cần phải bố trí mặt bằng sản xuất hợp lý, đồng thời áp dụng các biện pháp kỹ thuật hiện đại như chỗ phát sinh bụi sẽ được bao che kín, lắp đặt đường ống thu gom bụi có lắp miệng hút vào hệ thống bao che, toàn bộ bụi gỗ sẽ được hút qua hệ thống đường ống bởi quạt hút ly tâm đặt bên ngoài.

Để giảm thiểu khí thải từ các lò nung gốm thì nên hạn chế sử dụng than đá, thay bằng nguyên liệu có chất lượng hơn như: sử dụng công nghệ nung và lò điện hay ga có hiệu suất cao chất lượng sản phẩm tốt hơn.

Để giảm thiểu ô nhiễm tiếng ồn tại cơ sở sản xuất ở các LNTT phục vụ DL thì phải bố trí riêng mặt bằng sản xuất hợp lý, lắp đặt bao che ngoài hạn chế bụi phát sinh ra bên ngoài còn làm giảm tiếng ồn, trang bị đầy đủ dụng cụ bảo hộ lao động cho công nhân lao động như găng tay, khẩu trang, kính, mũ, ủng, quần áo, nút bịt tai.

Để giảm thiểu ô nhiễm do nước thải thì đối với nước thải sản xuất cần xây dựng mương thu gom nước thải kiên cố xung quanh khu vực này để thu gom nước thải tránh nước thải chảy tràn ra xung quanh, sau đó đưa về hệ thống xử lý; đối với nước thải sinh hoạt (chủ yếu nước thải vệ sinh toilet của đội ngũ công nhân làm việc và du khách tham quan) phải được xử lý trong bể tự hoại 2, 3 ngăn và đầu ra sẽ cho thoát ra cống thải chung, không cho thấm đất, đồng thời thu gom nước thải sinh hoạt và nước thải sau xử lý.

Để giảm thiểu ô nhiễm do chất thải rắn giấy vụn, bìa, carton, bao bì, nhựa, thùng gỗ...được tập trung lại đem bán phế liệu, còn các loại chất thải rắn sinh hoạt hữu cơ khác được chứa trong thùng rác có nắp đậy và hàng ngày công ty môi trường đô thị đến thu gom, vận chuyển đến bãi rác thành phố.

Để giảm thiểu tác động của giao thông thì xe của chủ cơ sở hoặc thuê cần phải được kiểm tra kỹ thuật định kỳ, bảo dưỡng theo đúng quy định, đảm bảo các thông số khí thải của xe đạt yêu cầu về mặt môi trường. Xe chở đúng trọng tải yêu cầu và chấp hành nghiêm chỉnh các quy định về xe lưu thông trên đường phố, không bóp còi nơi yên tĩnh... Riêng đối với xe khách đến tham quan, mua sản phẩm thì lái xe phải được hướng dẫn đến bãi đỗ quy định của cơ sở (nếu có) hoặc bãi đỗ chung của khu vực làng nghề.

Bên cạnh đó, phải trồng cây xanh. Đây là một giải pháp quan trọng góp phần hạn chế các nguồn cây ô nhiễm môi trường của xưởng ra khu vực xung quanh. Việc bố trí cây xanh thích hợp sẽ có tác dụng lọc bụi và hạn chế tiếng ồn. Vì vậy, các cơ sở sản xuất trong khu vực làng nghề, cũng như ban quản lý làng nghề cần phải chú trọng vào việc trồng cây xanh và được bố trí trong khuôn viên LNTT phục vụ DL hợp lý.

Ngoài ra phải tiến hành vệ sinh công nghiệp và an toàn lao động, cụ thể:

- + Giáo dục ý thức vệ sinh môi trường và vệ sinh y tế cho toàn bộ công nhân, đồng thời những cơ sở sản xuất thực hiện nghiêm túc công tác bảo hộ lao động cho nghệ nhân, công nhân: quần áo, khẩu trang, găng tay, mũ...
- + Đào tạo và cung cấp thông tin về vệ sinh, an toàn lao động.
- + Có chương trình kiểm tra, khám tuyến và giám sát định kỳ về sức khỏe cho nghệ nhân, công nhân để sớm phát hiện bệnh nghề nghiệp để điều trị kịp thời.
- + Nghiên cứu chế độ làm việc và nghỉ ngơi thích hợp cho công nhân. Bố trí phòng nghỉ ngơi riêng cho công nhân nghỉ trưa giữa giờ hay mệt mỏi.
- + Đảm bảo đạt tiêu chuẩn về các yếu tố khí hậu cũng như các điều kiện lao động do Bộ Y tế ban hành để đảm bảo sức khỏe cho người lao động.

4.2.3. Đào tạo lực lượng lao động cho làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

4.2.3.1. Đào tạo và nâng cao tay nghề cho lực lượng lao động tại làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Đầu tư phát triển kỹ năng nghề, tăng cường kiến thức và đào tạo nghề là vấn đề quan trọng với sự tồn vong và thương hiệu của các LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế. Đồng thời, chất lượng nguồn lao động của LNTT phục vụ DL quyết định hiệu quả kinh tế - xã hội, là động cơ cho tăng trưởng kinh tế và phát triển xã hội, góp phần tạo ra cơ hội bình đẳng giữa phụ nữ và nam giới trong việc tiếp cận việc làm bền vững và có năng suất ở khu vực nông thôn. Vì vậy, cần có một số giải pháp trực tiếp đào tạo, bồi dưỡng nguồn lao động cho các LNTT phục vụ DL, cụ thể:

Một là, gắn kết giữa dạy nghề với thị trường lao động và sự tham gia của doanh nghiệp, bởi hiện nay sự gắn kết giữa dạy nghề với giải quyết việc làm, thị trường lao động vẫn còn nhiều hạn chế, yếu kém, bất cập và cần tiếp tục được đẩy mạnh với những giải pháp quyết liệt, hiệu quả hơn, đảm bảo "đầu ra" của đối tượng được đào tạo nghề tại các LNTT phục vụ DL.

Hai là, tổ chức các hội thảo liên quan đến nhiều vấn đề của LNTT phục vụ

DL cho các nghệ nhân, thợ giỏi như tính thẩm mỹ, thiết kế mẫu mã, tạo dáng sản phẩm, sử dụng công nghệ, kỹ thuật mới,... để hình thành đội ngũ giảng viên đào tạo, truyền nghề và phát triển nghề như phối hợp với các trường đại học chuyên ngành trên địa bàn như Đại học Kinh tế, Đại học Nghệ thuật.. theo định kỳ để mở các lớp đào tạo nâng cao trình độ quản lý kinh tế, quản lý sản xuất kinh doanh, thiết kế sản phẩm mới,... cho các chủ cơ sở trong LNTT phục vụ DL và trong các cụm công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp. Đồng thời, khuyến khích sự hợp tác giữa các nghệ nhân với các trường dạy nghề, công ty hợp tác để dạy nghề cho lớp trẻ, khôi phục kỹ thuật sản xuất truyền thống, giữ gìn bản sắc của làng nghề. Thông qua đó, có thể từng bước làm thay đổi nhận thức cho các nghệ nhân về vấn đề không truyền nghề cho người ngoài dòng tộc, cho con gái...

Ba là, tổ chức dạy nghề theo lối truyền nghề, đây là một trong những phương pháp đào tạo tại chỗ bằng cách tự tổ chức lớp và mời các nghệ nhân hoặc thợ giỏi đến dạy nghề. Hình thức truyền nghề truyền thống này vẫn mang lại những hiệu quả cao và hàm chứa yếu tố văn hóa của làng nghề, trong đó các nghệ nhân truyền nghề cho các học viên chủ yếu dựa vào kinh nghiệm và vốn sống nghề của mình. Đồng thời, tạo điều kiện thuận lợi cho người lao động có cơ hội tham gia học nghề và có cơ hội được học nghề để nâng cao trình độ tay nghề, từ đó họ mới có thể sống được dựa vào thu nhập từ làng nghề và công việc của họ. Việc này cũng góp phần giảm đáng kể chi phí đào tạo của cả cá nhân và xã hội.

Tổ chức các khóa đào tạo nghề ngắn hạn tại chỗ nhằm trang bị cho người học các kiến thức, kỹ năng và thái độ nghề nghiệp đủ để thực hiện một số nhiệm vụ hay mẫu sản phẩm và các khóa đào tạo dài hạn (1-3 năm) để đào tạo công nhân lành nghề có kỹ thuật cao. Phát triển mô hình dạy nghề, nâng cao tay nghề tại chỗ để giảm đáng kể chi phí đào tạo của cả cá nhân và xã hội đồng thời người học biết được nhu cầu việc làm ở địa phương; biết được chính sách và nhiệm vụ của người đi học; biết được khi học xong thì cơ hội việc làm ở địa phương mình như thế nào đồng thời với các lớp học này sẽ giúp các cơ sở sản xuất kinh doanh nâng cao chất lượng, cải tiến mẫu mã nhằm tăng khả năng cạnh tranh của sản

phẩm, tiếp cận các kỹ thuật mới, công nghệ mới.

Bốn là, phải quy hoạch phát triển mạng lưới cơ sở dạy nghề theo hướng hiện đại, hợp lý vì cơ cấu trình độ, cơ cấu nghề, đào tạo nghề cho lao động nông thôn chưa phù hợp, chưa bổ sung kịp thời các nghề mới theo yêu cầu của thị trường lao động, thậm chí có chương trình, giáo trình dạy nghề đã lạc hậu. Trong khi đó, mạng lưới cơ sở dạy nghề nói chung tuy đã phát triển nhưng chủ yếu tập trung ở đô thị. Khu vực nông thôn, miền núi, vùng sâu số lượng cơ sở dạy nghề rất ít, quy mô dạy nghề nhỏ, hoặc có thì diện tích ít, thiếu xưởng thực tập thực hành...

Hoàn thiện hệ thống dạy nghề theo hướng thực hành và tăng cường phân luồng học sinh trung học cơ sở, trung học phổ thông vào học nghề, đa dạng hóa hình thức đào tạo và thực hiện xã hội hóa dạy nghề; xây dựng hệ thống dạy nghề theo hướng hiện đại, phù hợp, linh hoạt, có đột phá về cơ cấu và chất lượng đào tạo.

Bên cạnh đó, cần nâng cao trình độ văn hóa giáo dục cho lao động tại các LNTT phục vụ DL bởi đa số lao động ở đây được truyền nghề từ nhỏ nên bỏ học rất sớm, dẫn đến hạn chế việc tiếp thu những kiến thức mới. Đây là một trong những yếu tố cơ bản có tính chất quyết định đến chất lượng lao động tại các LNTT này.

Tiêu chuẩn hóa và định kỳ xét tổ chức công nhận và trao tặng các danh hiệu cao quý như nghệ nhân cấp tỉnh, nghệ nhân ưu tú, nghệ nhân nhân dân...; cũng như có khen thưởng thích đáng cho những người thợ giỏi và phong tặng thợ bàn tay vàng, thợ cả và một số danh hiệu khác; đặc biệt là cần tổ chức tuyên dương định kỳ cho những doanh nhân, chủ cơ sở trong làng nghề có tài làm ra những sản phẩm chất lượng cao, những người có phát minh sáng chế, cải tiến máy móc thiết bị sản xuất phục vụ cho sự phát triển của làng nghề.

Tăng cường khả năng hợp tác dạy nghề trong nước và trong khu vực các nước ASEAN, đặc biệt chú trọng hợp tác với những địa phương có kinh nghiệm trong lĩnh vực đào tạo nghề cho các làng nghề nói chung và cho làng nghề truyền thống phục vụ du lịch nói riêng như Hà Nội, Hội An, Thái Lan, Malaysia, Indonesia,...

4.2.3.2. Đào tạo và nâng cao kỹ năng làm du lịch cho lực lượng lao động tại làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Trong xu thế hội nhập quốc tế, tỉnh Thừa Thiên Huế là địa phương có một hệ thống các LNTT phục vụ DL phong phú và đa dạng, đây là lợi thế để tỉnh có thể thực hiện mục tiêu đưa ngành kinh tế du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Vì vậy, bên cạnh đào tạo tay nghề cho nguồn lao động ở các LNTT phục vụ DL, thì nhu cầu cần thiết là phải đào tạo kỹ năng làm du lịch cho nguồn lao động tại LNTT phục vụ DL trên địa bàn Tỉnh.

Trong những năm gần đây, doanh thu từ hoạt động du lịch tại các LNTT phục vụ DL đã và đang mang lại hiệu quả rất lớn cho ngành du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế. Tuy nhiên, hiện nay mô hình phát triển các LNTT này chủ yếu dựa vào các chương trình dự án được tài trợ cho Tỉnh, vì vậy chưa ổn định và bền vững. Điều đáng lưu ý là những nơi thực hiện mô hình này, người dân cũng mới chỉ coi đó là nghề tay trái, đem lại thu nhập phụ cho gia đình trong thời gian nhàn rỗi nên thiếu sự đầu tư đúng mức và không có tính chuyên nghiệp, vì vậy các doanh nghiệp kinh doanh DL cũng không dám quảng bá sâu rộng đến du khách của mình. Trên cơ sở đó, nhiều hộ gia đình ở các LNTT này chưa mặn mà và tin tưởng vào tính bền vững của mô hình này nên không đầu tư nâng cấp nhà cửa, ruộng vườn, làng nghề... mặc dù có rất nhiều sản vật phong phú và nhiều nghề truyền thống độc đáo. Đó cũng bởi chưa có kỹ năng làm du lịch, không phát huy được thế mạnh của địa phương, nên nông dân khó có thể tạo được nguồn thu nhập tối ưu từ hoạt động du lịch. Đôi khi họ bị chính các doanh nghiệp kinh doanh DL lợi dụng công sức bằng việc trả công rất rẻ so với sức nông dân bỏ ra, hoặc nhiều chủ thể sản xuất và kinh doanh tại LNTT phục vụ DL cho rằng, do xa trung tâm thủ đô, giao thông chưa thuận tiện nên khó thu hút khách...

Đồng thời, tại nhiều LNTT phục vụ DL khác, dự án hiện vẫn dậm chân tại chỗ, thậm chí chỉ kịp treo lên tấm biển "địa điểm du lịch làng nghề", sau đó để hoen ố bởi nắng mưa, và không có bóng dáng một khách du lịch nào. Nguyên nhân là do việc đầu tư không đồng bộ, không rõ cơ chế triển khai, hoặc dự án

triển khai dở dang. Trong khi các dự án chỉ tập trung vào cơ sở hạ tầng thì người dân làng lại không được tập huấn các kỹ năng làm du lịch, bà con phải tự loay hoay mà mò mẫm.

Bên cạnh đó, dân cư của địa phương chủ yếu là nông dân đều hiểu rằng nếu thu hút được khách du lịch tới tham quan và trải nghiệm ở LNTT phục vụ DL thì không những bán được nhiều hàng mà còn là cơ hội để quảng bá hình ảnh, thương hiệu của làng mình nữa, nhưng không biết phải bắt đầu từ đâu? Đồng thời, các điểm du lịch của LNTT phục vụ DL vẫn do các nghệ nhân mà mò mẫm, tự xây dựng các tour đón khách, còn các cơ quan chức năng vẫn chưa vào cuộc trong khi có rất nhiều LNTT phục vụ DL có nhiều sản phẩm độc đáo, nhưng chưa được khai thác, vì vậy không hấp dẫn đối với du khách.

Vì vậy, một nhu cầu có tính cấp thiết từ thực tiễn là phải quy hoạch lại các LNTT phục vụ DL trở thành điểm tham quan du lịch, sau đó định hướng cho người dân cách thức, phương pháp làm du lịch chuyên nghiệp, cũng như trang bị cho họ kỹ năng làm du lịch, doanh nghiệp lữ hành và các LNTT phục vụ DL cần hợp tác chặt chẽ để thiết lập nên các tour tham quan làng nghề.

Từ đó, để phát triển hiệu quả LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế, cần phải chủ động tạo điều kiện cho nông dân có kỹ năng làm du lịch, cụ thể:

Thứ nhất, tổ chức lớp học tiếng Anh giao tiếp cho số người trong độ tuổi lao động, còn trẻ, có khả năng tiếp thu.

Thứ hai, tổ chức triển khai đào tạo tại địa phương cho những người nông dân trực tiếp làm du lịch với hai nội dung chính được đào tạo là kỹ năng tổ chức quản lý và nghiệp vụ du lịch. Mỗi khóa học nông dân làm du lịch, những kiến thức cơ bản như: nghệ thuật mời khách, pha chế nước uống, tổ chức khoa học, bảo quản thức ăn đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, cách làm tăng giá trị đặc sản quê nhà..., họ đều được trang bị đầy đủ.

Do học viên là nông dân nên những bài học được trình giảng phải rất cụ thể, dễ hiểu. Giáo viên dùng nhiều động tác thị phạm để cho học viên hiểu những chi tiết quan trọng từ khi chào khách mới bước chân vào quán, đặt bàn mời

khách ngồi đúng vị trí, chuyện trò để giữ chân khách ở lại thời gian dài hơn, cách trả lại tiền thừa cho du khách... Trên cơ sở đó, nhiều nông dân sẽ trở thành những người làm du lịch khá chuyên nghiệp. Họ sẽ tự thiết kế những tour riêng, có những ý tưởng du lịch độc đáo mới mẻ trên chính tại bản làng, đồng ruộng của mình, đường làng ngõ xóm, cảnh quan môi trường luôn được giữ gìn sạch đẹp; đồng thời họ sẽ không chỉ biết làm hài lòng du khách bằng nụ cười thân thiện, bằng sự ân cần, cởi mở mà còn bằng cả những món ăn, những món quà lưu niệm...

Bên cạnh đó, nâng cao kỹ năng làm du lịch cho đội ngũ lao động thuộc doanh nghiệp kinh doanh DL trên địa bàn Tỉnh, cụ thể:

- Thứ nhất, hoàn thiện công tác tuyển dụng trong doanh nghiệp kinh doanh du lịch.

Các doanh nghiệp kinh doanh DL cần dựa trên cơ sở các quy chế, chính sách về tuyển dụng lao động, các tiêu chuẩn tuyển dụng lao động ở các ngành nghề của nhà nước để xây dựng các quy định, chính sách và tiêu chuẩn tuyển dụng phù hợp với điều kiện thực tế của doanh nghiệp này.

Mọi thông tin tuyển dụng, chế độ ưu tiên, các tiêu chuẩn tuyển dụng... cần được các doanh nghiệp kinh doanh DL thông báo rộng rãi trên các phương tiện thông tin đại chúng để người lao động và các cơ sở đào tạo nắm bắt được nhu cầu lao động của doanh nghiệp để có thể đáp ứng ngày càng tốt hơn nguồn lao động có chất lượng cho doanh nghiệp này.

Các bộ phận doanh nghiệp kinh doanh DL cần hoạch định cho riêng mình những kế hoạch tuyển dụng kèm theo các tiêu chuẩn cụ thể về trình độ, kinh nghiệm, ngoại ngữ, sức khỏe, độ tuổi và hình thức... giúp tuyển chọn được những người lao động phù hợp với từng bộ phận trong doanh nghiệp kinh doanh DL.

Ứng viên trúng tuyển cần phải trải qua thời gian thử việc. Sau thời gian thử việc, nếu doanh nghiệp này nhận thấy các ứng viên trúng tuyển đáp ứng được nhu cầu đòi hỏi của doanh nghiệp thì các ứng viên đó mới được tuyển dụng chính thức. Giữa người lao động được tuyển dụng và doanh nghiệp có sự ràng

buộc bằng hợp đồng lao động theo quy định của bộ luật Lao động, sau khi chấm dứt hợp đồng sẽ được giải quyết theo chế độ bảo hiểm xã hội và phụ thuộc vào thời gian mà nhân viên làm việc cho doanh nghiệp.

- Thứ hai, nâng cao công tác đào tạo, bồi dưỡng nguồn lao động trong doanh nghiệp kinh doanh du lịch.

Doanh nghiệp kinh doanh DL cần rà soát đánh giá lại số lượng, chất lượng, xây dựng kế hoạch và tổ chức đào tạo bồi dưỡng nâng cao trình độ quản lý, trình độ chuyên môn và ngoại ngữ cho đội ngũ cán bộ, lao động hiện có. Thường xuyên tổ chức tập huấn nội dung quản lý Nhà nước về du lịch, về văn hoá du lịch cho đội ngũ cán bộ và nhân dân ở các huyện, thị xã và các xã trọng điểm về du lịch. Đồng thời, tăng cường mở các lớp đào tạo về nghiệp vụ lễ tân, buồng, bàn, bar, bếp, ngoại ngữ cho đội ngũ cán bộ, lao động ở doanh nghiệp theo hình thức tại chỗ, đồng thời hướng dẫn cho cư dân ở LNTT phục vụ DL cách làm du lịch. Quan tâm xây dựng đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch tại các điểm du lịch trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế. Trước mắt tập trung xây dựng, củng cố đội ngũ thuyết minh viên ở một số khu, điểm du lịch. Từ đó chỉ đạo, hướng dẫn các nhà đầu tư có kế hoạch tuyển chọn, đào tạo đội ngũ lao động là người địa phương ngay từ khi bắt đầu triển khai đầu tư dự án để bố trí sử dụng khi dự án hoàn thành, đi vào khai thác.

Doanh nghiệp kinh doanh DL cần nâng cao tính chủ động trong công tác đào tạo, bồi dưỡng tại chỗ bằng cách xây dựng quy trình công nghệ chuẩn hoặc xây dựng chất lượng dịch vụ chuẩn. Trên cơ sở đó, người lao động trong mọi bộ phận sẽ được học tập, bồi dưỡng và thực hiện theo quy trình giúp họ nâng cao tay nghề, trình độ chuyên môn nghiệp vụ theo xu hướng hiện đại. Như vậy, doanh nghiệp mới ngày càng đáp ứng được nhu cầu ngày càng phong phú và chuyên nghiệp của du khách trong giai đoạn hiện nay.

Doanh nghiệp kinh doanh DL cần tăng cường sự hợp tác, liên kết với các cơ sở đào tạo, cụ thể:

+ Liên kết giữa doanh nghiệp kinh doanh DL và các cơ sở đào tạo nhằm

phát triển mô hình đào tạo tại các doanh nghiệp theo đơn đặt hàng. Mô hình đào tạo này rất tiết kiệm và hiệu quả. Nhiều doanh nghiệp đang có sự hợp tác cần thiết để phát triển nguồn lao động của mình như khách sạn Hương Giang, Sài Gòn Morin, Century...

+ Mở rộng quan hệ gắn bó với các tổ chức, hiệp hội, khách sạn lớn sẽ tạo điều kiện cho đội ngũ những người lao động của doanh nghiệp kinh doanh DL có được cơ hội đào tạo, học hỏi những kiến thức, kỹ năng chuyên nghiệp. Đồng thời, thu hút và tuyển chọn được đội ngũ lao động có chất lượng cho doanh nghiệp.

+ Liên kết chặt chẽ với các trường ĐH, CĐ và các trường trung cấp nghề đào tạo về du lịch nhằm thu hút các học viên, sinh viên giỏi thông qua các chương trình nhận sinh viên thực tập, cấp học bổng...nhằm ngày càng nâng cao chất lượng nguồn lao động doanh nghiệp.

+ Các doanh nghiệp kinh doanh DL cần phải thành lập quỹ đào tạo, bồi dưỡng và phát triển nguồn lao động. Trong ngành du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế còn tồn tại nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ nên khó khăn trong việc đào tạo bồi dưỡng cho người lao động. Do đó, cần phải đẩy mạnh sự hợp tác với các doanh nghiệp khác giúp doanh nghiệp tổ chức và đào tạo hiệu quả và dễ dàng hơn.

Doanh nghiệp kinh doanh DL cần có chiến lược dài hạn về đào tạo nguồn lao động. Trong việc phát triển tay nghề và trình độ cho người lao động, doanh nghiệp cần có chiến lược về đào tạo kỹ năng, cụ thể: cần phải chủ động đào tạo lao động cao cấp từ nguồn lao động của mình; doanh nghiệp kinh doanh DL phải biết lọc ra những cá nhân có tố chất phù hợp với hoạt động và chính sách của mình; tiến hành tổ chức cho những người này tham gia nhiều khóa học đào tạo ngắn hạn. Bên cạnh đó, nguồn lao động cao cấp sẽ phải được đào tạo toàn diện về khả năng lãnh đạo, quản trị nguồn nhân lực, marketing...từ đó mặt bằng chung về trình độ nguồn lao động cao cấp sẽ được cải thiện từng bước và quan trọng là không làm gián đoạn quá trình kinh doanh của doanh nghiệp.

- Thứ ba, xây dựng chương trình phát triển đội ngũ lao động trong doanh nghiệp kinh doanh du lịch.

Xây dựng chương trình định hướng công việc và phát triển đội ngũ lao động mới, cụ thể là: tạo điều kiện cho người lao động mới được tuyển dụng tìm hiểu về doanh nghiệp, ý thức được vị trí, vai trò của mình và bộ phận mình sẽ làm việc để trang bị tốt các kiến thức kỹ năng trước khi vào làm việc tại doanh nghiệp kinh doanh DL.

Xây dựng chương trình đào tạo bồi dưỡng phát triển đội ngũ lao động: các doanh nghiệp kinh doanh DL cần theo dõi quá trình phát triển chuyên môn, nghiệp vụ và kỹ năng làm việc của nhân viên ở mỗi bộ phận để làm cơ sở cho việc hoạch định tổ chức các chương trình đào tạo, bồi dưỡng. Cân nhắc giữa chi phí đào tạo và hiệu quả sử dụng lao động sau đào tạo để đề ra những kế hoạch đào tạo phù hợp với từng công việc. Nhiệm vụ thường xuyên của doanh nghiệp phải làm đó là đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ lao động, đồng thời nên có kế hoạch luân chuyển nhân lực giữa các bộ phận để họ hiểu biết nhiều hơn về công việc của nhau. Từ đó, đề ra biện pháp quản trị có hiệu quả tốt nhất cho doanh nghiệp.

Xây dựng chương trình đề bạt, thăng tiến, thưởng phạt rõ ràng, minh bạch, tạo môi trường bình đẳng để khuyến khích nhân viên. Doanh nghiệp kinh doanh DL cần phải có các tiêu chuẩn điều kiện cụ thể đối với từng vị trí công tác và phải được công bố công khai. Những người được đề bạt vào vị trí cao hơn phải là người giỏi chuyên môn nghiệp vụ hơn.

Xây dựng quy trình đào tạo lại nghiệp vụ du lịch, ngoại ngữ cho những người chưa qua đào tạo hoặc đã có chuyên môn nghiệp vụ nhưng chất lượng chưa cao. Cần hết sức chú trọng việc đào tạo đội ngũ ở các bộ phận quản lý.

- Thứ tư, hoàn thiện chính sách đãi ngộ, đánh giá và khen thưởng người lao động, đồng thời cải thiện điều kiện lao động và nâng cao chất lượng môi trường làm việc trong doanh nghiệp kinh doanh du lịch.

Doanh nghiệp kinh doanh DL cần xây dựng được chính sách lương bổng hợp lý và có tính cạnh tranh, cụ thể:

+ Người lãnh đạo doanh nghiệp phải biết được giá trị của lao động trong từng loại công việc, nắm bắt được thông tin về khung lương cho loại lao động

đó, công việc đó trên thị trường để có thể giải quyết định mức hợp lý nhất.

+ Trong mỗi doanh nghiệp kinh doanh DL cần phải lựa chọn được hình thức trả lương phù hợp, như vậy mới vừa khuyến khích được người lao động, vừa đảm bảo mục tiêu kinh doanh. Hình thức trả lương phù hợp nhất hiện nay là hình thức khoán theo doanh thu hoặc thu nhập nhằm nâng cao tinh thần làm việc của người lao động. Để gắn tiền lương với chất lượng lao động, sau một tháng làm việc nên được đánh giá xếp loại nhân viên và có mức thưởng hợp lý.

+ Thưởng cho những người làm việc có hiệu quả được khách hàng khen ngợi, được các đồng nghiệp tín nhiệm, được người quản lý trực tiếp xác nhận. Việc thưởng phải được công khai rõ ràng minh bạch, đúng người đúng việc.

+ Ngoài ra, các doanh nghiệp kinh doanh DL cần duy trì các hình thức khen thưởng khác như cuối năm, thưởng sáng kiến, thưởng hoàn thành vượt kế hoạch,...

+ Các hình thức đãi ngộ khen thưởng khác có tác động đến năng suất lao động như các danh hiệu thi đua khen thưởng, thăm hỏi, sự động viên tinh thần của ban lãnh đạo doanh nghiệp đối với người lao động nhân dịp lễ tết, hiếu hỉ, ngày sinh nhật...; luôn khuyến khích nhân viên chia sẻ ý tưởng sáng tạo và thái độ cởi mở, thẳng thắn trong công việc. Đồng thời sẵn sàng tạo cơ hội cho những người có năng lực thực sự còn trẻ tuổi đảm nhiệm chức vụ lãnh đạo, quản lý phù hợp trong doanh nghiệp để họ có cơ hội phát huy tối đa năng lực của mình. Bên cạnh các chính sách khen thưởng, đãi ngộ, các doanh nghiệp kinh doanh DL cũng cần xây dựng, hoàn thiện hệ thống nội quy và tăng cường tính kỷ luật, thái độ ý thức làm việc của người lao động, tạo ra tính công bằng trong công việc.

Cải thiện và nâng cao chất lượng môi trường làm việc của doanh nghiệp kinh doanh DL.

+ Môi trường làm việc cũng có ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả hoạt động của mỗi cá nhân, cũng như ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, vì vậy nâng cao điều kiện làm việc sẽ tạo ra bầu không khí làm việc dân chủ, làm cho người lao động cảm thấy được tôn trọng, mọi người hỗ

trợ, giúp đỡ nhau trong công tác chuyên môn góp phần tăng hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp.

+ Xây dựng môi trường làm việc có văn hóa trong doanh nghiệp, tạo ra những dấu ấn đặc trưng của doanh nghiệp kinh doanh DL như tính dân chủ, ý thức tập thể, sự đam mê nghề nghiệp, ý thức trách nhiệm và quan tâm lẫn nhau trong công việc.

Tạo ra môi trường thuận lợi về tâm lý cho người lao động, tạo ra bầu không khí dân chủ, có sự giao lưu thân thiết giữa những người quản lý, lãnh đạo với người lao động, giữa những người lao động với nhau giúp cho người lao động phát huy hết tiềm năng của mình.

+ Thường xuyên tổ chức kiểm tra sức khỏe cho người lao động, có kế hoạch chăm sóc sức khỏe cho nhân viên. Khuyến khích các phong trào rèn luyện, thể dục thể thao trong đội ngũ nhân viên góp phần đẩy mạnh nâng cao sức khỏe cho người lao động. Việc này sẽ giúp cho người lao động có một sức khỏe tốt để họ tận tình, gắn bó với công việc.

- Thứ năm, bố trí và phân công lao động hợp lý trong các bộ phận doanh nghiệp kinh doanh du lịch.

Vị trí làm việc đúng với khả năng và trình độ của người lao động sẽ là một động lực thúc đẩy họ vận dụng được khả năng trí tuệ của mình vào công việc mà họ đang đảm nhiệm, vì vậy doanh nghiệp kinh doanh DL cần:

+ Phải xem xét, đánh giá trình độ chuyên môn nghiệp vụ của các nhân viên du lịch để đảm bảo bố trí đúng người đúng việc, giảm số lượng lao động không cần thiết, đồng thời phát huy hết năng lực vốn có của mỗi người.

+ Việc bố trí nhân viên cho các bộ phận trong doanh nghiệp kinh doanh DL phải căn cứ vào tình hình thực tế của công việc, trách nhiệm của bộ phận đó. Bố trí những người có tay nghề cao kèm cặp, hướng dẫn những người có tay nghề thấp trong quá trình làm việc sẽ giúp người lao động được nâng cao tay nghề tại chỗ, nắm được cách thức giải quyết và xử lý những tình huống bất ngờ trong công việc. Đồng thời giúp doanh nghiệp kinh doanh DL giảm được chi phí

đào tạo lại và có thể đào tạo được nhiều người ở nhiều bộ phận trong cùng một thời gian.

+ Trên cơ sở đánh giá trình độ của nhân viên, doanh nghiệp cần mạnh dạn giao công việc cũng như quyền hạn, trách nhiệm cho nhân viên để họ có thể độc lập tự chủ trong công việc, từ đó họ sẽ chịu trách nhiệm chính đối với công việc của mình, góp phần giảm thiểu thiệt hại về phía doanh nghiệp.

4.2.4. Phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch gắn liền với các hình thức du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Với xu hướng hiện nay thì các LNTT phục vụ DL không còn đơn thuần chỉ là nơi sản xuất của người dân địa phương với mục tiêu để phát triển kinh tế, mà còn đang trở thành tài sản quốc gia với giá trị truyền thống của nó. Văn hóa làng nghề đã được ghi nhận là một bộ phận không thể tách rời ra khỏi nền văn hóa Việt Nam. Vì vậy việc phát triển các LNTT phục vụ DL được coi là "cú huých", là trọng điểm của phát triển du lịch.

Xu hướng nhu cầu du lịch của xã hội ngày nay đã làm xuất hiện nhiều loại hình du lịch khác nhau, trong đó có 3 loại hình du lịch phổ biến ở Việt Nam là du lịch sinh thái, du lịch văn hóa và du lịch cộng đồng. Đây cũng là những loại hình du lịch phù hợp với tiềm năng vốn có của tỉnh Thừa Thiên Huế, trong đó phải chú trọng khai thác kết hợp du lịch LNTT phục vụ DL với những loại hình du lịch nói trên.

- Du lịch sinh thái là loại hình du lịch dựa vào thiên nhiên và văn hoá bản địa gắn với giáo dục môi trường, có đóng góp cho nỗ lực bảo tồn và phát triển bền vững với sự tham gia tích cực của cộng đồng địa phương.

- Du lịch văn hóa: được xem là loại sản phẩm đặc thù của các nước đang phát triển, thu hút nhiều khách du lịch quốc tế. Du lịch văn hóa chủ yếu dựa vào những sản phẩm văn hóa, những lễ hội truyền thống dân tộc, kể cả những phong tục tín ngưỡng... để tạo sức hút đối với khách du lịch bản địa và từ khắp nơi trên thế giới. Đối với khách du lịch có sở thích nghiên cứu, khám phá văn hóa và phong tục tập quán bản địa, thì du lịch văn hóa là cơ hội để

thỏa mãn nhu cầu của họ. Khách du lịch ở các nước phát triển thường lựa chọn những lễ hội của các nước để tổ chức những chuyến du lịch nước ngoài. Bởi thế, thu hút khách du lịch tham gia du lịch văn hóa tức là tạo ra dòng chảy mới và cải thiện cuộc sống của người dân địa phương.

Ở Việt Nam, nhiều hoạt động du lịch văn hóa được tổ chức dựa trên những đặc điểm của vùng miền. Chương trình Lễ hội Đất Phương Nam (Lễ hội văn hóa dân gian vùng Đồng bằng Nam bộ), Du lịch Điện Biên (Lễ hội văn hóa Tây Bắc kết hợp với sự kiện chính trị: 50 năm chiến thắng Điện Biên Phủ), Con đường Di sản miền Trung (Lễ hội dân gian kết hợp tham quan những di sản văn hóa được UNESCO công nhận)...là những hoạt động của du lịch văn hóa, thu hút nhiều khách du lịch trong và ngoài nước. Trong số đó, Festival Huế được xem là hoạt động du lịch văn hóa đặc sắc nhất Việt Nam. Lễ hội được tổ chức thường xuyên 2 năm một lần, với sự hỗ trợ của Chính phủ Pháp, vì vậy Festival Huế có dịp giới thiệu với du khách về lễ hội dân gian của miền Trung, đặc biệt là Nhã nhạc cung đình Huế - một di sản phi vật thể vừa được UNESCO công nhận; và Lễ tế đàn Nam Giao - một lễ hội vương triều thất truyền từ hàng chục năm nay. Ngoài ra, lễ hội dân gian này còn có sự tham gia của các nước Pháp, Trung Quốc...

- Theo báo cáo của APEC, du lịch cộng đồng (CBT) là một loại hình du lịch bền vững thúc đẩy các chiến lược vì người nghèo trong môi trường cộng đồng.

Các sáng kiến CBT nhằm vào mục tiêu thu hút sự tham gia của người dân địa phương vào việc vận hành và quản lý các dự án du lịch nhỏ như một phương tiện giảm nghèo và mang lại thu nhập thay thế cho cộng đồng, đồng thời còn khuyến khích tôn trọng các truyền thống và văn hóa địa phương cũng như các di sản thiên nhiên.

Như vậy, với cách hiểu của các loại hình du lịch nêu trên thì việc phát triển LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế là hoàn toàn phù hợp, trong đó hình thức kết hợp khả thi và thuận lợi nhất đó là kết hợp với hình thức du lịch cộng đồng.

Có 3 mô hình để phát triển du lịch cộng đồng tùy thuộc vào quyết định

của cộng đồng, dựa trên các điều kiện và khả năng hiện tại của cộng đồng, gồm:

- Cộng đồng địa phương tự tổ chức toàn bộ các khâu cung ứng các sản phẩm du lịch.
- Các hãng lữ hành tổ chức bán tour và ký kết hợp đồng với các nhóm cộng đồng cung cấp các dịch vụ du lịch.
- Cộng đồng địa phương liên kết với các công ty du lịch để tổ chức, thực hiện các chương trình du lịch.

Với việc lựa chọn một trong 3 mô hình nói trên thì các hộ gia đình cũng như người dân tại LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế phải đảm bảo 100% số hộ tham gia CBT có nhà vệ sinh chung 100%, các địa điểm dừng chân phải có thùng rác. Đồng thời, một ban quản lý du lịch cộng đồng được thành lập với 4 nhóm chính: nhóm hướng dẫn, nhóm nghệ thuật, nhóm phục vụ ăn uống và nhóm trung tâm thông tin du khách. Nhìn chung, du khách quan tâm đến CBT thường thích tìm kiếm những trải nghiệm chân thực hơn những du khách ở trong những thành phố lớn hay những resort.

Đối với LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế thì ba nhóm thị trường khách chủ yếu và phù hợp là: khách tìm kiếm sự trải nghiệm đích thực, khách du lịch khám phá văn hóa, khách du lịch khám phá lịch sử văn hóa (bao gồm cả thị trường khách nội địa và quốc tế). Theo đó, các tour cụ thể được thiết lập để cho du khách chọn lựa đến các LNTT phục vụ DL như sau:

- Tour khám phá không gian văn hóa LNTT phục vụ DL.
- Tour đạp xe tham quan LNTT phục vụ DL.
- Tour đi bộ tham quan LNTT phục vụ DL.
- Tour trải nghiệm một ngày cuộc sống người dân LNTT phục vụ DL.

Với sự thiết lập đa dạng các hình thức tour như vậy sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho du khách khi đến LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế, từ đó tính hấp dẫn của các LNTT phục vụ DL cũng được nâng lên đáng kể.

Tóm lại, đẩy mạnh phát triển du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái, du lịch văn hóa trong quá trình phát triển LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế là

một giải pháp cần thiết và có tính khả thi cao. Nhờ vào các loại hình du lịch này mà các giá trị truyền thống và vai trò của cộng đồng được phát huy đầy đủ nhất, khai thác được tiềm năng du lịch cộng đồng sẵn có của mình, vừa tăng nguồn thu nhập, cải thiện đời sống người dân, bảo tồn và gìn giữ các giá trị văn hóa truyền thống, vừa đa dạng hóa các hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế, đảm bảo phát triển du lịch bền vững trong tương lai.

4.2.5. Tăng cường quan hệ hợp tác giữa làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch ở địa phương khác và ngoài nước

Thứ nhất, tiến hành đẩy mạnh xã hội hóa, đa dạng hóa các thành phần kinh tế tham gia vào quá trình phát triển LNTT phục vụ DL trên địa bàn tỉnh.

- Đối với hộ gia đình sản xuất trong LNTT phục vụ DL thì đây là loại hình phù hợp với quy mô sản xuất nhỏ, trong quá trình sản xuất không đòi hỏi phân công lao động cao, có thể huy động các hộ tham gia sản xuất bằng cách làm vệ tinh, hoặc đảm nhận sản xuất theo công đoạn nào đó cho các doanh nghiệp lớn để huy động một phần vốn đầu tư của thành phần kinh tế này như tận dụng nhà xưởng, mặt bằng sản xuất, một số thiết bị, công cụ sản xuất khác...

- Đối với loại hình hợp tác xã và tổ hợp tác thì phát triển các hình thức liên kết tự nguyện của các hộ trong làng nghề để thực hiện một số khâu một số công đoạn trong sản xuất nhằm bổ sung những thiếu hụt về vốn, thiết bị, kinh nghiệm tổ chức sản xuất. Đặc biệt là đa dạng hóa các loại hình dịch vụ cho các hợp tác xã sản xuất nông nghiệp hiện có ở các địa phương để mở thêm các dịch vụ cung ứng nguyên vật liệu, đào tạo nghề, thu mua sản phẩm hoặc vận chuyển sản phẩm trong LNTT phục vụ DL.

- Phát triển mạnh các loại hình sản xuất của thành phần kinh tế tư nhân như công ty trách nhiệm hữu hạn, công ty cổ phần...đây là loại hình phù hợp với phương thức sản xuất hàng hóa lớn, có khả năng thu hút những người có tiềm lực về kinh tế, tài chính, trình độ tổ chức quản lý và những người am hiểu về thị trường hiện ở LNTT phục vụ DL và những nơi khác đến để đầu tư

phát triển làng nghề. Đồng thời tranh thủ thêm việc thu hút vốn đầu tư của các công ty nước ngoài hoặc những Việt kiều để thành lập những công ty liên doanh với các công ty, cơ sở ở các LNTT phục vụ DL để tranh thủ tiếp cận trình độ quản lý và kỹ thuật mới cũng như thị trường.

- Phát triển mạnh các loại hình dịch vụ du lịch ở các LNTT phục vụ DL do các cơ sở, các hộ, các công ty cung cấp để phát triển mạnh các làng nghề truyền thống phục vụ du lịch trên địa bàn tỉnh.

Thứ hai, tạo điều kiện để mặt bằng sản xuất cho các cơ sở sản xuất trong các làng nghề truyền thống phục vụ DL phát triển nhằm thực hiện việc hợp tác với các làng nghề ở các địa phương khác cũng như nước ngoài thuận lợi hơn. Hầu hết các cơ sở sản xuất ở LNTT phục vụ DL đều xen kẽ trong khu dân cư, các hộ làm nghề đa phần vừa kết hợp làm nghề với sản xuất nông nghiệp, do đó nhà ở vừa là nơi cư trú vừa là nơi hành nghề. Tuy nhiên do nhu cầu phát triển của thị trường và các quy định về bảo vệ môi trường nên một số ngành nghề không thể tiếp tục phát triển xen kẽ trong khu dân cư như sản xuất gạch ngói, chế biến tinh bột sắn, chế biến thủy sản quy mô lớn... mà phải có giải pháp di dời đến khu sản xuất tập trung. Để thực hiện việc này chính quyền cần sớm lập quy hoạch chi tiết xây dựng đầu tư hạ tầng cho các cụm công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp hoặc cụm làng nghề tập trung, xây dựng trước một số công trình chủ yếu như san lấp mặt bằng, hệ thống điện và đường giao thông, tìm địa điểm phù hợp cho một số ngành nghề gây ô nhiễm nặng trong khu dân cư để làm nơi di dời cho nó với phương thức là nhà nước và nhân dân cùng làm.

Thứ ba, khuyến khích và tạo mọi điều kiện thuận lợi trong việc hình thành các hiệp hội nghề hoặc hiệp hội làng nghề ở các địa phương hay giữa địa phương với các cơ sở sản xuất ở các nước trong khu vực và trên thế giới. Việc hình thành và phát triển các hiệp hội làng nghề là một đòi hỏi khách quan trong nền kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế, đặc biệt đối với các ngành nghề và các làng nghề truyền thống phục vụ DL đang phát triển hoặc một số hộ làm nghề lớn sản phẩm có tiềm năng phát triển trong những năm đến. Hiệp hội làng nghề là đại diện cho

các hộ sản xuất, các doanh nghiệp tại các làng nghề truyền thống phục vụ DL trong các mối quan hệ với chính quyền, cơ quan nhà nước, với các tổ chức của nước ngoài nhằm đưa ra những tâm tư, nguyện vọng, những kiến nghị của LNTT phục vụ DL để tham gia cùng chính quyền trong quá trình hoạch định các cơ chế, chính sách về phát triển kinh tế - xã hội của địa phương nói chung và phát triển LNTT phục vụ DL nói riêng, đồng thời đó cũng là một tổ chức đại diện cho LNTT phục vụ DL trong việc tìm kiếm thị trường đầu vào, đầu ra, tiếp nhận những nguồn vốn hỗ trợ của nhà nước cho LNTT phục vụ DL như đào tạo nghề, nhân cấy nghề, xúc tiến thương mại, tham gia xét tặng các danh hiệu như nghệ nhân, thợ giỏi; kêu gọi các hộ sản xuất, các doanh nghiệp trong làng nghề đầu tư ứng dụng những tiến bộ kỹ thuật mới để tăng năng suất lao động, đảm bảo vệ sinh môi trường, quản lý chất lượng sản phẩm thông qua đăng kí và quản lý thương hiệu làng nghề...

Thứ tư, nâng cao trách nhiệm của chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế cũng như vai trò của các đoàn thể, tổ chức xã hội, chính trị trên địa bàn tỉnh trong quá trình phát triển LNTT phục vụ DL ở địa phương. Phải thống nhất quan điểm xem nhiệm vụ khôi phục, phát triển nghề và LNTT phục vụ DL trong nông thôn là một bộ phận hợp thành hữu cơ của chiến lược phát triển kinh tế xã hội địa phương để góp phần tích cực nâng cao đời sống cho nhân dân gắn liền đổi mới bộ mặt địa phương theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Vì vậy, trong quá trình bố trí, cân đối các nguồn lực cho phát triển LNTT phục vụ DL trên địa bàn cần phải được tính toán hợp lý và thống nhất với các cân đối vĩ mô, với định hướng phân bổ các nguồn lực cho các ngành, các lĩnh vực làm sao phải thu hút tối đa các nguồn lực trong thành phần kinh tế, đặc biệt là nguồn lực tài chính và nguồn lực lao động.

4.2.6. Hoàn thiện cơ chế, chính sách của Nhà nước và tỉnh Thừa Thiên Huế đối với làng nghề truyền thống phục vụ du lịch

Để thực hiện tốt giải pháp này, Nhà nước và tỉnh Thừa Thiên Huế cần thay đổi nhận thức cũng như xây dựng các vấn đề cụ thể, thiết thực liên quan đến cơ

chế, chính sách tạo điều kiện phát triển LNTT phục vụ DL như:

- Xây dựng quy chế phân cấp, quy chế phối hợp các cơ quan, ban ngành và địa phương trong việc quản lý, khai thác và bảo tồn các làng nghề. Tăng cường hợp tác phối hợp giữa các địa phương và doanh nghiệp du lịch trong phát triển du lịch làng nghề đầu tư, hình thành các tour, tuyến du lịch gắn với các điểm du lịch trong và ngoài tỉnh.

- Bằng nhiều hình thức, cần tăng cường đầu tư cơ sở vật chất cho phát triển các làng nghề theo hướng khai thác các nguồn vốn trong và ngoài nước, nguồn vốn trong dân và doanh nghiệp. Nhà nước tập trung đầu tư cơ sở hạ tầng thiết yếu để làm bàn đỡ cho phát triển làng nghề như đường giao thông, hệ thống điện, nước sinh hoạt...Khuyến khích doanh nghiệp và nhân dân địa phương đầu tư khai thác dịch vụ gia tăng. Nhà nước có chính sách hỗ trợ một phần kinh phí đối với các dự án xây dựng hạ tầng cơ sở, xử lý môi trường, đầu tư xây dựng nhà truyền thống, nhà sinh hoạt cộng đồng...có sự tham gia của người dân, doanh nghiệp.

- Nhà nước quan tâm phục hồi và phát triển các nghề truyền thống. Đây là lĩnh vực không những đẩy mạnh xuất khẩu tại chỗ và xuất khẩu ra nước ngoài, mà còn kết hợp để mở rộng phát triển du lịch, tạo thêm công ăn việc làm, nâng cao thu nhập cho đời sống nông dân, chuyển dịch cơ cấu lao động tại chỗ.

- Xây dựng cơ chế thông thoáng cho các cơ quan, đơn vị và nhân dân tham gia tổ chức hoạt động LNTT phục vụ DL được tiếp cận chủ trương, chính sách của nhà nước về phát triển ngành nghề nông thôn.

- Xây dựng đề án về đào tạo nguồn nhân lực phục vụ làng nghề cho nhân dân ở LNTT, sao cho để mỗi vùng quê, mỗi làng có đủ năng lực phát triển LNTT phục vụ DL, làm cho nó thật sự trở thành trụ cột có hiệu quả của địa phương.

- Nhà nước dành một nguồn kinh phí nhất định để đào tạo nghiệp vụ văn hóa, nghiệp vụ du lịch cho người lao động trong làng. Bên cạnh đó cần tuyển chọn, bồi dưỡng những lao động có trình độ, để đào tạo học sớm trở thành hạt giống trung tâm phát triển các nhân tố lao động khác của làng. Đào tạo, bồi dưỡng cán bộ quản lý cơ sở ở các làng địa phương, đào tạo về kỹ năng giao tiếp,

tiếp thị, xúc tiến quảng bá...Địa phương cần có chính sách thu hút và đãi ngộ lao động để đảm bảo đủ nguồn nhân lực cho phát triển kinh tế địa phương, hỗ trợ làng nghề phát triển.

Hằng năm, nhà nước từ cấp thành phố đến cấp phường (xã) phải bố trí nguồn ngân sách tương đối cao cho phát triển làng nghề. Thực hiện lồng ghép hiệu quả với các chương trình như: phát triển nông thôn, phát triển làng nghề...Đặc biệt chú ý các nguồn đầu tư khác như: vốn từ nguồn ODA, vốn từ nguồn vay tín dụng, vốn huy động cộng đồng, các nguồn vốn khác.

Để có điều kiện đầu tư cho làng nghề phục vụ DL, trước hết, nhà nước cần thực hiện cho được chủ trương thị trường tín dụng nông thôn. Vận động, hỗ trợ và có chính sách ưu đãi cho các nhà đầu tư tín dụng về nông thôn hoạt động, giúp cho những hộ trong làng có điều kiện vay vốn để sản xuất và sinh hoạt. Có chính sách hỗ trợ lãi suất sau đầu tư đối với các hộ dân có mô hình hoạt động sản xuất tốt lại LNTT phục vụ DL. Quy định mức vay ưu đãi, giải quyết việc làm từ Ngân hàng chính sách đối với hộ nghèo, với mức vay cụ thể, thời gian trả nợ dài hạn, không cần tài sản thế chấp. Tạo điều kiện gắn LNTT phục vụ DL với việc thực hiện xóa đói giảm nghèo và lồng ghép các chương trình phát triển nông thôn.

- Nhà nước cần phân công cơ quan chức năng thực hiện việc đầu tư nghiên cứu mô hình LNTT phục vụ DL. Thực hiện ứng dụng thực tiễn cho các làng, nhất là những mô hình hoạt động du lịch làng nghề đã thành công và mang lại hiệu quả kinh tế thiết thực cho người dân. Nhà nước có chính sách khen thưởng và hỗ trợ thỏa đáng cho các cơ quan, đơn vị và cá nhân có ý tưởng mô hình hoạt động du lịch làng nghề thành công. Tăng cường hỗ trợ kinh phí cho các cơ sở ngành nghề và nghệ nhân có triển vọng phát triển.

Quy hoạch quỹ đất đầu tư hạ tầng tạo điều kiện cho các hộ sản xuất trong LNTT phục vụ DL đầu tư mở rộng. Xây dựng chương trình đào tạo nghề, hỗ trợ kinh phí tham quan, học hỏi kinh nghiệm đối với những làng sản xuất điển hình, tiên tiến. Có cơ chế hỗ trợ đầu tư công nghệ mới, sáng kiến, cải tiến kỹ thuật, các giải pháp hữu ích thích hợp với trình độ, khả năng của người dân địa phương; hỗ

trợ kinh phí để xây dựng thương hiệu sản phẩm làng nghề đối với một số sản phẩm có uy tín trên thị trường.

- Ở phương diện vĩ mô, các cấp chính quyền, quản lý chuyên ngành là đầu mối chính, trong đó các cấp quản lý chuyên ngành xây dựng chiến lược, chương trình kế hoạch quảng bá, tiếp thị sản phẩm, hình ảnh LNTT phục vụ DL sau đó phối hợp với các cơ quan thông tin đại chúng, các hãng du lịch, hãng truyền thông trong và ngoài nước tiến hành quảng bá sản phẩm du lịch này. Ở phương diện vi mô, bản thân các làng cũng tự xây dựng chương trình quảng bá sản phẩm cho làng, địa phương của mình.

Việc tổ chức và quản lý hoạt động tuyên truyền quảng bá phải tạo ra sự đồng thuận, phát huy được nguồn lực tổng hợp của tất cả các thành phần tham gia từ ngân sách nhà nước, các doanh nghiệp, của các địa phương, các nhà đầu tư nước ngoài.

- Tăng cường khai thác các chương trình hỗ trợ hợp tác quốc tế (trong đó có các tổ chức phi chính phủ) đối với phát triển LNTT phục vụ DL như kinh nghiệm, tài chính...Tăng cường hợp tác liên kết trong phát triển du lịch giữa các tỉnh khu vực miền Trung, cũng như khu vực Miền Trung với cả nước và quốc tế. Mở rộng mối liên hệ giữa các hãng du lịch trong nước và quốc tế với các đơn vị hoạt động trong lĩnh vực du lịch ở các vùng nông thôn để tăng lượt khách du lịch, nhận sự hỗ trợ về công nghệ, vốn đầu tư thêm cho phát triển du lịch.

Tập trung hợp tác liên kết, phối hợp hỗ trợ đối với các lĩnh vực như: xúc tiến, quảng bá, tổ chức sự kiện, đầu tư cơ sở hạ tầng giao thông, đào tạo nguồn nhân lực, chia sẻ kinh nghiệm quản lý nhà nước...với phương châm phối hợp hiệu quả cùng phát triển, cùng có lợi cho các địa phương.

Muốn thực hiện được thì nhất định Nhà nước và tỉnh Thừa Thiên Huế cần phải sử dụng các nhóm chính sách cụ thể như sau:

- Nhóm các chính sách, cơ chế về củng cố và phát triển thị trường cho các làng nghề truyền thống phục vụ du lịch nhằm tăng cường khả năng tiếp cận thị trường trong và ngoài nước của các LNTT phục vụ DL; tổ chức nghiên cứu năm

bắt và cung cấp các thông tin kinh tế, thị trường về mẫu mã sản phẩm, hàng hóa, chất lượng sản phẩm...; nghiên cứu và dự báo thị trường nhất là dự báo dài hạn và trung hạn đối với các sản phẩm làng nghề; xây dựng chính sách hỗ trợ tiếp cận thị trường; chính sách hỗ trợ xây dựng vùng nguyên liệu tập trung...

- Nhóm cơ chế chính sách tài chính và tín dụng cụ thể là xây dựng một số cơ chế chính sách tài chính tín dụng nhằm khuyến khích thúc đẩy các thành phần kinh tế tích lũy đầu tư phát triển LNTT phục vụ DL; đa dạng hóa các hình thức huy động vốn cho đầu tư phát triển làng nghề hình thành quỹ hỗ trợ phát triển LNTT phục vụ DL, quỹ bảo lãnh tín dụng cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ của tỉnh; xây dựng cơ chế chính sách hình thành và cơ cấu phân bổ nguồn vốn đầu tư cho phát triển các nghề và LNTT phục vụ DL; cơ chế khuyến khích nhằm hình thành và thu hút thêm các đơn vị làm dịch vụ tư vấn về đầu tư phát triển đến tỉnh Thừa Thiên Huế.

- Chính sách về hỗ trợ phát triển kỹ thuật và công nghệ hiện đại trong sản xuất ở các LNTT phục vụ DL.

- Chính sách và cơ chế về đào tạo nguồn nhân lực và việc làm cho lao động ở các làng nghề truyền thống nhằm nâng cao trình độ tay nghề, giúp người dân biết làm du lịch cho làng nghề của mình và giáo dục được ý thức về bảo tồn giá trị văn hóa dân tộc của người dân đối với phát triển LNTT phục vụ DL.

- Chính sách về phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật cho làng nghề như phát triển hệ thống giao thông nông thôn, hoàn thiện hệ thống cung cấp điện phục vụ sản xuất và sinh hoạt, tăng cường nâng cấp đầu tư hệ thống thông tin liên lạc, phát triển hệ thống cấp thoát nước và giữ gìn vệ sinh môi trường cho các làng nghề, phát triển hệ thống y tế và phúc lợi xã hội cho LNTT phục vụ DL.

- Chính sách về phát triển, đầu tư hạ tầng cho các cụm công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp, cụm làng nghề tập trung để tạo điều kiện về mặt bằng sản xuất cho LNTT phục vụ DL phát triển ổn định và bền vững.

- Chính sách hỗ trợ cho các LNTT phục vụ DL đăng kí chất lượng sản

phẩm và hiệp hội làng nghề.

Hơn thế nữa, các chính sách nói trên phải được thực đồng thời và đồng bộ với quá trình nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý Nhà nước về du lịch, cụ thể là: tiếp tục triển khai có hiệu quả, nâng cao năng lực cạnh tranh về môi trường đầu tư; chỉ đạo đẩy mạnh cải cách hành chính và cơ chế một cửa đối với các dự án đầu tư trên địa bàn tỉnh để đảm bảo thông thoáng cho các nhà đầu tư và đảm bảo thuận tiện cho khách du lịch. Thường xuyên kiện toàn, nâng cao chất lượng hoạt động của Ban chỉ đạo phát triển du lịch tỉnh. Rà soát, bổ sung chức năng, nhiệm vụ, kiện toàn, củng cố nâng cao năng lực hoạt động bộ máy quản lý Nhà nước về du lịch từ tỉnh đến cơ sở, đặc biệt là cán bộ phụ trách du lịch ở các huyện, thị xã trọng điểm du lịch. Nâng cao năng lực hoạt động của Thanh tra du lịch, Trung tâm xúc tiến du lịch và Hội du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế. Triển khai thực hiện Luật Du lịch và các văn bản hướng dẫn, tập trung vào các lĩnh vực lưu trú du lịch, lữ hành, vui chơi giải trí nhằm đảm bảo an ninh chính trị, trật tự an toàn xã hội, giữ gìn cảnh quan môi trường trong điều kiện hội nhập quốc tế. Xây dựng và ban hành quy chế quản lý và khai thác đầu tư du lịch tại hai khu du lịch chuyên đề quốc gia để thu hút các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Đẩy nhanh tiến trình sắp xếp lại các doanh nghiệp Nhà nước trong lĩnh vực du lịch. Tăng cường hợp tác, phát triển du lịch với các tỉnh, thành phố trên cả nước nhất là đối với các tỉnh trong vùng kinh tế trọng điểm miền Trung và các trung tâm du lịch lớn. Đẩy mạnh nghiên cứu khoa học, áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật tiên tiến vào quá trình quản lý, kinh doanh du lịch, công tác thi đua khen thưởng,...

Việc xây dựng và thực hiện các chính sách trên phải phù hợp với pháp luật Việt Nam, đồng thời phù hợp với các thông lệ quốc tế, bảo đảm tính minh bạch, ổn định và nguồn lực để thực hiện chính sách. Đồng thời các chính sách trên phải được thực hiện một cách đồng bộ, cùng lúc thì mới có hiệu quả nhất định đối với phát triển LNTT phục vụ DL trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế.

KẾT LUẬN

Ngành du lịch được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh Thừa Thiên Huế. Để góp phần phát triển ngành du lịch đa dạng, phong phú với những nét độc đáo thì việc khai thác lợi thế từ các LNTT phục vụ DL là một trong những vấn đề cần được nghiên cứu thấu đáo để góp phần cung cấp những luận cứ khoa học cho việc phát triển bản sắc của tỉnh Thừa Thiên Huế trong phát triển du lịch. Với ý nghĩa đó, luận án đã giải quyết được những vấn đề sau:

Thứ nhất, tổng quan được tình hình nghiên cứu về LNTT và LNTT phục vụ DL ở trong và ngoài nước để khái thác và kế thừa các kết quả nghiên cứu, đồng thời chỉ ra được những khoảng trống luận án cần tiếp tục nghiên cứu cả về lý luận và thực tiễn.

Thứ hai, trên cơ sở kế thừa và tiếp thu kết quả nghiên cứu của các công trình khoa học trước đó, luận án đã hệ thống hóa các quan niệm về làng nghề, làng nghề truyền thống, làng nghề truyền thống phục vụ du lịch, đồng thời phân tích những đặc điểm và vai trò của LNTT phục vụ DL trong bối cảnh mới.

Thứ ba, luận án đã xây dựng các tiêu chí cơ bản đánh giá LNTT phục vụ DL, cụ thể là: sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL; lực lượng lao động của LNTT phục vụ DL; nguồn vốn cho phát triển LNTT phục vụ DL; mức độ ứng dụng khoa học công nghệ vào quá trình sản xuất ở các LNTT phục vụ DL; lượt khách du lịch đến LNTT phục vụ DL và trình bày các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển của LNTT phục vụ DL bao gồm hai nhóm: 1) *Nhóm các nhân tố bên ngoài bao gồm*: mối quan hệ giữa các LNTT phục vụ DL với các doanh nghiệp kinh doanh DL; nhu cầu của du khách trên thị trường; sự phát triển của ngành thủ công mỹ nghệ và ngành du lịch ở Việt Nam và chính sách của Chính phủ và chính quyền địa phương đối với LNTT phục vụ DL; 2) *Nhóm các nhân tố bên trong như*: nguồn vốn; trình độ của lực lượng lao động tại các LNTT phục vụ DL; trình độ khoa học công nghệ và mức độ ứng dụng khoa học công nghệ vào quá trình sản xuất; tính độc đáo, riêng có của sản phẩm; điều kiện duy trì quá trình sản xuất và tái sản xuất tại các LNTT phục vụ DL.

Thứ tư, trên cơ sở nghiên cứu những kinh nghiệm của một quốc gia (Nhật Bản, Thái Lan) và một số địa phương trong nước (Hà Nội, Quảng Nam) về phát triển LNTT phục vụ DL, luận án đã rút ra được một số bài học kinh nghiệm có giá trị thực tiễn cho tỉnh Thừa Thiên Huế trong quá trình phát triển LNTT phục vụ DL, cụ thể là: xây dựng các LNTT phục vụ DL theo mô hình "mỗi làng nghề một sản phẩm" gắn kết với phát triển du lịch; chú trọng tôn vinh đội ngũ nghệ nhân và đào tạo lực lượng lao động có khả năng kế thừa nghề truyền thống; chính phủ và chính quyền địa phương cần có các chính sách cụ thể để tạo điều kiện cho LNTT phục vụ DL phát triển. Đây cũng là đóng góp của luận án.

Thứ năm, trên cơ sở thu thập, phân tích và xử lý số liệu, luận án đã phân tích thực trạng LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế trong giai đoạn 2008 - 2012. Đồng thời luận án chỉ ra những thành tựu, hạn chế và nguyên nhân trong quá trình phát triển LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế.

Thứ sáu, trên cơ sở những vấn đề lý luận và thực trạng LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2008 - 2012, luận án đã đưa ra những dự báo và phương hướng phát triển LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2020. Đồng thời đề xuất 6 nhóm giải pháp cơ bản để giải quyết các vấn đề về thị trường, đầu tư, nguồn nhân lực, giải quyết mối quan hệ giữa phát triển trong nội tỉnh, tỉnh khác và nước ngoài, các cơ chế, chính sách của Nhà nước Trung Ương và chính quyền địa phương (tỉnh Thừa Thiên Huế) đối với phát triển LNTT phục vụ du lịch, cụ thể: một là, phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm du lịch của LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế; hai là, đầu tư phát triển LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế; ba là, đào tạo lực lượng lao động cho LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế; bốn là, phát triển LNTT phục vụ DL gắn liền với các hình thức du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế; năm là, tăng cường quan hệ hợp tác giữa LNTT phục vụ DL ở tỉnh Thừa Thiên Huế với các doanh nghiệp kinh doanh DL ở địa phương khác và ngoài nước và cuối cùng là phải hoàn thiện cơ chế, chính sách của Nhà nước và tỉnh Thừa Thiên Huế đối với LNTT phục vụ DL.

**DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN
ĐÃ ĐƯỢC CÔNG BỐ**

1. Nguyễn Lê Thu Hiền (2010), "Phát triển làng nghề truyền thống trong chuyển dịch cơ cấu kinh tế ở tỉnh Thừa Thiên Huế", *Tạp chí Lý luận chính trị*, tr 74-77.
2. Nguyễn Lê Thu Hiền (2010), *Vai trò làng nghề truyền thống trong phát triển ngành du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế*, Kỷ yếu hội nghị Tổng kết nghiên cứu khoa học 2006 - 2010, Đại học Kinh tế Huế, tr.44-52.
3. Nguyễn Lê Thu Hiền (2011), *Nâng cao năng lực cạnh tranh mặt hàng thủ công mỹ nghệ của làng nghề truyền thống ở tỉnh Thừa Thiên Huế*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp trường, Đại học Kinh tế Huế, (chủ nhiệm đề tài).
4. Nguyễn Lê Thu Hiền (2013), "Quỹ tín dụng phát triển làng nghề - Kênh tín dụng quan trọng nhằm phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế", *Tạp chí Giáo dục lý luận*, (200), tr.39-42
5. Nguyễn Lê Thu Hiền (2013), "Người của làng nghề", *Tạp chí Sông Hương*, (8), tr.11, 59-60.
6. Nguyễn Lê Thu Hiền (2013-2015), *Phát triển thị trường sản phẩm thủ công mỹ nghệ của tỉnh Thừa Thiên Huế*, đề tài nghiên cứu khoa học cấp Đại học Huế (Chủ nhiệm đề tài), đang thực hiện.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

* Tiếng Việt

- [1]. Bạch Thị Lan Anh (2010), *Phát triển bền vững làng nghề truyền thống vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ*, Luận án tiến sĩ kinh tế, Hà Nội.
- [2]. Đào Thế Anh (2005), "*Phát triển cụm công nghiệp nông thôn từ làng nghề truyền thống*", Tạp chí Xưa và nay.
- [3]. Đinh Văn Ân (2004), *Phát triển các loại hình doanh nghiệp trong nền kinh tế nhiều thành phần*, Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương.
- [4]. Ban Thường vụ tỉnh ủy Bắc Ninh (2010), *Nghị quyết 12/NQ - TW về xây dựng, phát triển khu công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp*.
- [5]. Bùi Quang Bình (2010), *Kinh tế Phát triển*, NXB Giáo dục.
- [6]. Nguyễn Thị Ngọc Cẩm (2013), *Nghiên cứu phát triển bền vững du lịch làng nghề tỉnh Thừa Thiên Huế*, Kỷ yếu "hội thảo Festival Nghề và làng nghề truyền thống Huế", Huế, trang 12 - 16.
- [7]. Bộ Công nghiệp (2006), *Tác dụng của gia nhập WTO đối với phát triển kinh tế Việt Nam*.
- [8]. Bộ Kế hoạch đầu tư (2004), *Phát triển cụm công nghiệp làng nghề - Trục trặc và giải pháp*, Kỷ yếu hội thảo khoa học, Hà Nội.
- [9]. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2005), *Bốn năm thực hiện Quyết định B2/2000/QĐ - TTg của Thủ tướng chính phủ về một số chính sách khuyến khích phát triển làng nghề nông thôn*.
- [10]. Bộ Tài chính (2004), *Chính sách tài chính về đầu tư cơ sở hạ tầng nông thôn và phát triển ngành nghề nông thôn*, Tham luận.
- [11]. Bộ Thương mại (8/2003), *Tiếp tục đổi mới chính sách và giải pháp đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm của các làng nghề truyền thống ở Bắc Bộ thời kỳ đến năm 2010*.
- [12]. Bộ Thương mại (2006), *20 năm đổi mới cơ chế chính sách thương mại Việt Nam, những thành tựu và bài học kinh nghiệm*, NXB Thế giới Hà Nội 2006.

- [13]. Hoàng Văn Châu - Phạm Thị Hồng Yến - Lê Thị Thu Hà (2007), *Làng nghề du lịch Việt Nam*, NXB Thống kê, Hà Nội.
- [14]. Trần Minh Châu (2007), *Về chính sách khuyến khích và đầu tư ở Việt Nam*, NXB Chính trị quốc gia Hà Nội.
- [15]. Chính phủ (2000), *Quyết định số 132/2000/ QĐ-TTg) ngày 24/11/2000 của Thủ tướng Chính phủ về một số chính sách khuyến khích phát triển ngành nghề nông thôn*.
- [16]. CIEM - Công ty 7 (2006), *6 năm thi hành Luật Doanh nghiệp*, Viện Nghiên cứu kinh tế Trung ương.
- [17]. CIEM - SIDA (2006), *Doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
- [18]. Nguyễn Trí Dĩnh (Chủ nhiệm) (2005), *Những giải pháp nhằm phát triển làng nghề ở một số tỉnh đồng bằng sông Hồng*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, Hà Nội.
- [19]. Phan Tiến Dũng (2013), *Bảo tồn và phát huy làng nghề truyền thống góp phần thúc đẩy du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế phát triển bền vững*, Kỷ yếu "Hội thảo Festival Nghề và làng nghề truyền thống Huế", Huế, trang 05 – 11.
- [20]. Nguyễn Văn Đại, Trần Văn Luận (1997), *Tạo việc làm thông qua khôi phục và phát triển ngành nghề truyền thống*, NXB Nông nghiệp, Hà Nội.
- [21]. Đảng Cộng sản Việt Nam (1996), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VII*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
- [22]. Đảng Cộng sản Việt Nam (2001), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ IX*, NXB chính trị quốc gia, Hà Nội.
- [23]. Đảng Cộng sản Việt Nam (2006), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
- [24]. Đảng Cộng sản Việt Nam (2011), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.

- [25]. Nguyễn Văn Đính, Trần Thị Minh Hòa (2006), *Giáo trình Kinh tế du lịch*, Trường đại học Kinh tế quốc dân, Nhà xuất bản Lao động - Xã hội.
- [26]. Vũ Văn Đông (2010), "*Mỗi làng một sản phẩm, là giải pháp để phát triển du lịch bền vững - kinh nghiệm từ các nước và Việt Nam*", Tạp chí Phát triển và hội nhập, số 3, trang 34 – 37.
- [27]. Vũ Thị Hà (2002), *Khôi phục và phát triển làng nghề ở nông thôn vùng đồng bằng sông Hồng - thực trạng và giải pháp*, Luận văn Thạc sĩ kinh tế, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
- [28]. Hữu Hải, "Làng nghề Hội An: cơ hội và thách thức", *Diễn đàn nhân dân Quảng Nam*, số 25, http://www.qn_hdnhqua.gov.vn.
- [29]. Vũ Thế Hiệp (2008), "*Tiềm năng phát triển làng nghề du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế*", Tạp chí Khoa học và Giáo dục, Trường Đại học Sư phạm Huế, (4), tr.120-123.
- [30]. Nguyễn Xuân Hoàn, Đào Thế Anh (2013), *Tiềm năng phát triển du lịch nông thôn và sự tham gia của các công ty du lịch lữ hành vào việc phát triển du lịch nông thôn ở Việt Nam*, Kỷ yếu "Hội thảo Festival Nghề và làng nghề truyền thống Huế", Huế, trang 57 - 76.
- [31]. Mai Thế Hồn (2000), *Phát triển làng nghề truyền thống trong quá trình CNH, HĐH ở vùng ven thủ đô Hà Nội*, Luận án Tiến sĩ kinh tế Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
- [32]. Mai Thế Hồn, Hoàng Ngọc Hòa, Vũ Văn Phúc (2003), *Phát triển làng nghề truyền thống trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
- [33]. Tô Duy Hợp, Lương Hồng Quang (2000), *Phát triển Cộng đồng - Lý thuyết và vận dụng*, NXB Văn hoá Thông tin, Hà Nội.
- [34]. Phạm Thúy Hồng (2004), *Chiến lược cạnh tranh cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam hiện nay*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.

- [35]. Lê Mạnh Hùng (2005), *Định hướng và những giải pháp kinh tế chủ yếu nhằm phát triển các ngành tiểu thủ công nghiệp trong nông thôn tỉnh Hà Tây*, Luận án Tiến sĩ kinh tế, trường Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
- [36]. Vũ Trọng Hùng (2006), *Quản trị Marketing - Philip Kotler*, Người dịch, NXB Thống kê, Hà Nội.
- [37]. Bùi Văn Hưng (2006), *Công nghiệp hóa nông thôn Trung Quốc thời kỳ cải cách và mở cửa*, NXB Thống kê Hà Nội.
- [38]. Huỳnh Đình Kết (2005), *Tổng quan nghề thủ công truyền thống Huế, giá trị, thực trạng, giải pháp*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học "Di sản ngành nghề thủ công truyền thống trong bối cảnh thành phố Festival", Huế.
- [39]. An Vân Khanh (2013), *Phát triển làng nghề, ngành nghề gắn với du lịch*, Kỷ yếu "Hội thảo Festival Nghề và làng nghề truyền thống Huế", Huế, trang 39 - 47.
- [40]. Nguyễn Hữu Khải, Đào Ngọc Tiến (2006), *Thương hiệu hàng thủ công mỹ nghệ truyền thống*, NXB Lao động - Xã hội.
- [41]. Trần Thị Mai, Vũ Hoài Phương, Phan Thị Thu Hằng (2013), *Kinh nghiệm, thực trạng và giải pháp phát triển du lịch làng nghề tại Thừa Thiên Huế*, Kỷ yếu "hội thảo Festival Nghề và làng nghề truyền thống Huế", Huế, trang 192 – 199.
- [42]. Vũ Văn Nhiên, Nguyễn Minh Thắng, Đậu Xuân Luận (2010), *Hỏi đáp về các làng nghề truyền thống Hà Nội*, Nxb Quân đội nhân dân, Hà Nội.
- [43]. Trung tâm Triển lãm Văn hóa nghệ thuật Việt Nam (2000), *Làng nghề, phố nghề Thăng Long*, Bộ Văn hóa thông tin, Hà Nội.
- [44]. Liên hiệp các hội khoa học và kỹ thuật Việt Nam (2003), *Thực trạng và những giải pháp nhằm phát triển LN tỉnh Bắc Ninh*, Kỷ yếu hội thảo khoa học, Hà Nội.

- [45]. Trần Viết Lực (2011), *Những vướng mắc trong công tác đầu tư phát triển sản phẩm du lịch gắn với làng nghề và những giải pháp tháo gỡ*, Kỷ yếu "Hội thảo Festival Nghề và làng nghề truyền thống Huế", Huế, trang 32 - 38
- [46]. Lê Nguyễn Lưu (2/2013), *Làng nghề cổ truyền xứ Huế*, Tạp chí Huế xưa và nay, Huế.
- [47]. Micheal E.Porter (1996), *Chiến lược cạnh tranh*, NXB Khoa học kỹ thuật Hà Nội.
- [48]. Nguyễn Văn Phát (2001), *Các giải pháp kinh tế chủ yếu nhằm phục hồi và phát triển các làng nghề truyền thống ở nông thôn Thừa Thiên Huế*, Báo cáo Khoa học, Đề tài cấp Bộ, Đại học Huế.
- [49]. Vũ Huy Phúc (1999), *Xây dựng tiêu chí làng nghề và phát triển làng nghề Hà Tây hiện nay*, Sở Nông nghiệp Hà Tây.
- [50]. Dương Bá Phượng (2000), "Làng nghề - thành phố quan trọng của công nghiệp nông thôn cần được bảo tồn và phát triển", *Tạp chí Nghiên cứu kinh tế*, số 266, tháng 7/2000.
- [51]. Hồ Xuân Phương, Đỗ Minh Tuấn, Chu Minh Phương (2002), *Tài chính hỗ trợ phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ*, NXB Tài chính, Hà Nội.
- [52]. Dương Bá Phượng (2001), *Bảo tồn và phát triển các làng nghề trong quá trình CNH, HĐH*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội.
- [53]. Nguyễn Phước Quý Quang (2013), "Du lịch làng nghề ở Đồng bằng sông Cửu Long - Một lợi thế văn hóa để phát triển du lịch", *Tạp chí Phát triển và Hội nhập*, số 10, trang 62 - 66.
- [54]. Trần Công Sách chủ trì (2003), *Tiếp tục đổi mới chính sách và giải pháp đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm của làng nghề truyền thống ở Bắc Bộ thời kỳ đến năm 2000*, Đề tài khoa học, Viện nghiên cứu thương mại, Bộ Công thương, Hà Nội.
- [55]. Phạm Côn Sơn (2004), *Làng nghề truyền thống Việt Nam*, Nxb Văn hóa dân tộc, Hà Nội.

- [56]. Sở Công thương tỉnh Thừa Thiên Huế (2012), *Các báo cáo về tình hình làng nghề truyền thống trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế từ 2000-2012*.
- [57]. Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Thừa Thiên Huế (2012), *Báo cáo về phát triển nghề và làng nghề tỉnh Thừa Thiên Huế*, Huế.
- [58]. Sở Văn hóa-Thể thao-Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế (2012), *Báo cáo tổng quan về kinh tế - xã hội tỉnh Thừa Thiên Huế qua các năm*, Huế.
- [59]. Sở Văn hóa-Thể thao-Du lịch thành phố Hà Nội (2012), *Báo cáo tổng quan về kinh tế - xã hội tỉnh Thừa Thiên Huế qua các năm*, Hà Nội.
- [60]. Tạp chí Kinh tế và Phát triển (2008), *Nâng cao khả năng cạnh tranh vấn đề sống còn đối với doanh nghiệp Việt Nam khi tham gia AFTA*.
- [61]. Trần Hậu Yên Thế (2006), *Tạo lập thương hiệu du lịch, điểm đến các làng nghề một phần phát triển chiến lược du lịch Việt Nam*, Hội thảo khoa học "Sản phẩm văn hóa và phát triển du lịch bền vững", Huế.
- [62]. Nguyễn Hữu Thông (2004), *Huế nghề và làng nghề thủ công truyền thống*, NXB Thuận Hóa, Huế.
- [63]. Nguyễn Hữu Thông (2013), *"Thực trạng ngành nghề thủ công ở Huế "Nghĩ mở - nói thẳng""*, Kỷ yếu "Hội thảo Festival Nghề và làng nghề truyền thống Huế", Huế, trang 139 - 143.
- [64]. Chu Thị Thủy (2003), *Một số giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam*, Luận văn Tiến sĩ kinh tế, trường Đại học Thương mại, Hà Nội.
- [65]. Nguyễn Thế Thư (2005), *Cho vay vốn để hỗ trợ các làng nghề truyền thống một hướng đi đúng góp phần đẩy mạnh CNH, HĐH nông thôn Bắc Ninh*, Tạp chí Giáo dục lý luận, Hà Nội.
- [66]. Đỗ Hoàng Toàn - Nguyễn Kim Truy (2005), *Quản trị kinh doanh*, NXB Thống kê, Hà Nội.
- [67]. Trung tâm biên soạn từ điển Bách khoa Việt Nam (1995), *Từ điển Bách khoa Việt Nam*, Hà Nội.

- [68]. Trang Thị Tuyết (2006), *Một số giải pháp hoàn thiện nhà nước đối với doanh nghiệp*, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [69]. UBND thành phố Hội An (10/2010), *Báo cáo tham luận về phát triển làng nghề thủ công truyền thống gắn với hoạt động du lịch trên địa bàn thành phố Hội An*.
- [70]. UBND thành phố Hội An (2010), *Quy hoạch phát triển kinh tế xã hội thành phố Hội An giai đoạn 2011-2020*.
- [71]. UBND thành phố Huế, *Nghề và làng nghề-Huế qua các năm 2005, 2007, 2009, 2011, 2013*.
- [72]. UBND tỉnh Thừa Thiên Huế (2007), *Đề án khôi phục và phát triển làng nghề truyền thống, làng nghề và ngành nghề tiểu thủ công trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2007-2015*.
- [73]. UBND tỉnh Thừa Thiên Huế (2007), *Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh, các huyện và thành phố Huế*.
- [74]. Tôn Thất Viên (2009), *Các giải pháp tài chính thúc đẩy phát triển các làng nghề trên địa bàn thành phố Đà Nẵng trong giai đoạn hiện nay*, Luận án tiến sĩ kinh tế, Hà Nội.
- [75]. Viện Ngôn ngữ học (1998), *Từ điển Tiếng Việt*, NXB Đà Nẵng.
- [76]. Viện Văn hóa - Bộ Văn hóa thông tin (1996), *Phát huy bản sắc văn hóa Việt Nam trong bối cảnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa*, NXB Văn hóa Thông tin, Hà Nội.
- [77]. Viện Khoa học xã hội Việt Nam và Viện nghiên cứu Đông Bắc Á (2004), *Vấn đề bảo tồn và phát triển làng nghề thủ công truyền thống ở Nhật Bản*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội.
- [78]. Bùi Văn Vượng (2002), *Làng nghề thủ công truyền thống Việt Nam*, NXB Văn hóa thông tin.

- [79]. Trần Minh Yển (2003), *Phát triển làng nghề truyền thống ở nông thôn Việt Nam trong quá trình CNH-HĐH*, luận án Tiến sĩ kinh tế, Viện Kinh tế học, Trung tâm Khoa học xã hội và nhân văn Quốc gia.

*** Tiếng Anh**

- [80]. Che Zhenyu, Bao Jigang (2006), "Research on Tourism Development of Traditional Villages and the Change of Form", *Tạp chí Planners*, số 6, Trung Quốc, tr.13.
- [81]. G. Michon, F. Mary (1994), "Conversion of traditional village gardens and new economic strategies of rural households in the area of Bogor, Indonesia", *Tạp chí Agroforestry Systems tập 25*, số 1, NXB Kluwer Academic, Indonesia, tr.31-38.
- [82]. Kirsty Blackstock (2005), "A Critical look at Community Based Tourism", *Tạp chí Phát triển cộng đồng*, số 1, NXB Oxford Univ Press, tr.39 - 49.
- [83]. Liu Peilin (1998), "To Establish a Protection System for "China's Famous Villages of Historic and Cultural Interest", *Tạp chí Đại học Bắc Kinh*, số 1, Trung Quốc.
- [84]. LU Song, LU Lin (2004), "Temporal Characteristics of Tourist Flows to Ancient Villages - A Case Study of Two World Cultural Heritages, Xidi Village and Hongcun Village", *Tạp chí Scientia Geographica Sinica*, số 2, Trung Quốc, tr.21.
- [85]. LU Song, Trương Jie (2009), "Study System about Residents' Perceptions and Attitudes to the Tourism Impacts and its Reflection on Tourism Development in Ancient Villages", *Tạp chí Khoa học tự nhiên*, số 02, Trung Quốc.
- [86]. MA Hang (2006), "Persistence and Transformation of Chinese Traditional Villages - Rethinking the Planning of Traditional Settlements", *Tạp*

chí Diễn đàn quy hoạch đô thị, số 1, Trung Quốc, tr.20.

- [87]. Sally Asker, Louise Boronyak, Naomi Carrard and Michael Paddon (2010), *Effective Community Based Tourism: A Best Practice Manual*, NXB Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC).
- [88]. T. Sonobe, K. Otsuka, Vu Hoang Nam (2010), "An Inquiry into the Development Process of Village Industries: The Case of a Knitwear Cluster in Northern Vietnam", *The Journal of Development*, số 2, NXB Taylor & Francis Online, tr.312 - 330.

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1

PHIẾU THU NHẬP THÔNG TIN

Điều tra về các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch

ở làng nghề truyền thống phục vụ du lịch của tỉnh Thừa Thiên Huế

Phần giới thiệu

Thưa quý vị !

Chúng tôi đang thực hiện một nghiên cứu về đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch của làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở địa phương. Bảng câu hỏi được thiết kế để thu nhập thông tin cho nghiên cứu. Xin hãy điền thông tin vào ô thích hợp. Thông tin mà quý vị cung cấp sẽ được chúng tôi sử dụng duy nhất cho mục đích nghiên cứu và sẽ được bảo mật hoàn toàn.

Chân thành cảm ơn sự hợp tác của quý vị !

Phần 1: Thông tin cá nhân

Xin hãy đánh dấu (✓) vào ô vuông (□) mà quý vị cho là thích hợp

Xin hãy cho biết giới tính quý vị?

☐ Nam ☐ Nữ

Xin hãy cho biết quý vị thuộc nhóm tuổi nào?

☐ Dưới 20 tuổi ☐ 21-30 tuổi

☐ 31-40 tuổi ☐ 41-50 tuổi

☐ 51-60 tuổi ☐ Trên 60 tuổi

Xin hãy đánh dấu vào ô thích hợp quốc tịch của quý vị?

☐ Việt Nam.....Tỉnh, thành:.....

☐ Nước ngoài.....Quốc gia:.....

Thu nhập hàng tháng của quý vị (ghi rõ)

Nghề nghiệp hiện tại của quý vị (xin ghi rõ):

Quý vị đã tới thăm làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế bao nhiêu lần? (xin hãy đánh dấu vào ô thích hợp)

☐ 1 lần ☐ 2 lần ☐ 3 lần ☐ trên 3 lần

Quý vị đã tới thăm làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế như là một điểm đến dành cho khách qua các hình thức nào dưới đây (có thể lựa chọn nhiều hơn một ý kiến)

- ☐ Qua báo, đài
- ☐ Quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng
- ☐ Internet
- ☐ Lời đồn đại, truyền miệng
- ☐ Bạn bè
- ☐ Hình thức khác (xin nói rõ).....

Phần 2: Các vấn đề liên quan đến các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế.

Hãy cho biết ý kiến của quý vị đối với các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế bằng cách khoanh tròn vào con số diễn tả chính xác nhất ý kiến cá nhân mà quý vị cho là thích hợp đối với từng phát biểu đưa ra dưới đây.

Giải thích

- | | |
|--|-----------------------------------|
| 1 Nghĩa là “ Hoàn toàn bất đồng” | 5 Nghĩa là “ Phần nào đồng ý” |
| 2 Nghĩa là “ Nói chung là bất đồng” | 6 Nghĩa là “ Nói chung là đồng ý” |
| 3 Nghĩa là “ Phần nào bất đồng” | 7 Nghĩa là “ Hoàn toàn đồng ý” |
| 4 Nghĩa là “ Không bất đồng cũng không đồng ý” | |

**TẠI LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG PHỤC VỤ DU LỊCH
Ở TỈNH THỪA THIÊN HUẾ:**

1	Việc chấp hành và thực thi các quy định, chính sách nhằm thúc đẩy phát triển du lịch LNTT PVDL rất tốt	1	2	3	4	5	6	7
2	Các quy định về bảo vệ môi trường nhằm phát triển du lịch ở LNTT PVDL một cách bền vững đã được tuân thủ một cách nghiêm ngặt	1	2	3	4	5	6	7
3	An ninh trật tự được đảm bảo tốt, không có các tệ nạn xã hội và tội phạm do đó làm cho du khách rất yên tâm	1	2	3	4	5	6	7
4	Vấn đề vệ sinh công cộng đã được đảm bảo tốt làm hài lòng du khách	1	2	3	4	5	6	7
5	Nhìn chung, vấn đề an toàn và vệ sinh thực phẩm đã được đảm bảo tốt	1	2	3	4	5	6	7
6	Việc sử dụng các dịch vụ du lịch chứng tỏ LNTT PVDL đã đi đúng hướng trong việc lựa chọn ưu tiên để phát triển du lịch với một tầm nhìn dài hạn	1	2	3	4	5	6	7
7	Cơ sở hạ tầng về đường hàng không nối liền với LNTT PVDL được xây dựng hiện đại, không gây nên một mối lo ngại nào cho du khchs khi đặt tour tham quan LNTT PVDL	1	2	3	4	5	6	7
8	Cơ sở hạ tầng về đường sá của thành phố và LNTT PVDL đã xây dựng một cách tuyệt vời, tạo điều kiện thuận lợi cho du khách di chuyển trong quá trình tham quan.	1	2	3	4	5	6	7
9	Các khách sạn của LNTT PVDL được xây dựng hoàn hảo và phù hợp với điều kiện lưu trú của du khách	1	2	3	4	5	6	7
10	Các hoạt động du lịch và các tour dành cho khách du lịch được thực hiện một cách có tổ chức và tỏ ra chuyên nghiệp	1	2	3	4	5	6	7

11	Việc cung cấp điện là đáng tin cậy cho các hoạt động du lịch tại đây	1	2	3	4	5	6	7
12	Hệ thống điện thoại và Internet có chất lượng và độ tin cậy cao	1	2	3	4	5	6	7
13	Chất lượng các cơ sở hạ tầng cho phát triển du lịch của LNTT PVDL được chuẩn bị rất tốt	1	2	3	4	5	6	7
14	Mức độ cạnh tranh giữa các doanh nghiệp và cơ sở kinh doanh trong lĩnh vực du lịch của LNTT PVDL là rất cao	1	2	3	4	5	6	7
15	Chính quyền đã đưa ra nhiều sáng kiến để phát triển du lịch ở LNTT PVDL	1	2	3	4	5	6	7
16	Chính quyền đã tạo điều kiện về mặt thể chế và các điều kiện pháp lý thuận lợi cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch ở LNTT PVDL phát triển tốt	1	2	3	4	5	6	7
17	Chính quyền địa phương có tầm nhìn và chiến lược rõ ràng đối với việc phát triển du lịch của LNTT PVDL ở địa phương	1	2	3	4	5	6	7
18	Các công chức chính quyền địa phương nhìn chung là có trình độ nghiệp vụ	1	2	3	4	5	6	7
19	Chính quyền địa phương hoạt động rất có hiệu quả trong việc khuyến khích LNTT PVDL phát triển du lịch	1	2	3	4	5	6	7
20	LNTT PVDL có nhiều tiềm năng phát triển du lịch	1	2	3	4	5	6	7
21	LNTT PVDL có bề dày lịch sử	1	2	3	4	5	6	7
22	LNTT PVDL có nhiều tiềm năng giá trị văn hóa truyền thống rất hấp dẫn du khách	1	2	3	4	5	6	7
23	Người dân LNTT PVDL nói chung rất thân	1	2	3	4	5	6	7

	thiện và dễ mến đối với du khách							
24	Các tệ nạn xã hội như bán vé số, ăn xin, cò môi, chèo kéo du khách là hoàn toàn không có	1	2	3	4	5	6	7
25	LNTT PVDL có nhiều sự kiện và lễ hội được tổ chức rất hấp dẫn du khách	1	2	3	4	5	6	7
26	Các địa điểm di sản văn hóa của LNTT PVDL được UNESCO công nhận đã được bảo tồn rất tốt	1	2	3	4	5	6	7
27	Các địa điểm di sản văn hóa của thành phố được UNESCO công nhận chính là thế mạnh của thành phố trong việc phát triển du lịch so với các địa phương khác	1	2	3	4	5	6	7
28	Giá cả sinh hoạt nói chung tại LNTT PVDL là khá rẻ đối với du khách	1	2	3	4	5	6	7
29	Giá cả các hoạt động du lịch, tham quan, tổ chức tour cho du khách là chấp nhận được	1	2	3	4	5	6	7
30	Đội ngũ lao động ttrong lĩnh vực du lịch nói chung của LNTT PVDL được đào tạo bài bản và lành nghề	1	2	3	4	5	6	7
31	Đội ngũ lao động trong lĩnh vực du lịch nói chung của LNTT PVDL có phong cách phục vụ chuyên nghiệp	1	2	3	4	5	6	7
32	Có nhiều cơ sở đào tạo nguồn nhân lực trong lĩnh vực du lịch đóng trên địa bàn	1	2	3	4	5	6	7
33	Có nhiều cơ sở y tế khám chữa bệnh để du khách dễ dàng tiếp cận khi cần thiết	1	2	3	4	5	6	7
34	Chất lượng dịch vụ của các cơ sở y tế chăm sóc sức khỏe du khách khi đến LNTT PVDL	1	2	3	4	5	6	7
35	Có nhiều địa điểm mua sắm tại các LNTT	1	2	3	4	5	6	7

PVDL								
36	Hàng lưu niệm có xuất xứ từ LNTT PVDL thực sự là một trong những lý do làm cho du khách hài lòng khi đến đây tham quan	1	2	3	4	5	6	7

Một cách tổng quát, các nhân tố nêu trên ảnh hưởng như thế nào đến phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế? (xin hãy đánh dấu chỉ một ô mà quý vị cho là thích hợp nhất)

☐ Rất ít ☐ Ít ☐ Trung bình ☐ Cao ☐ Rất cao

Hãy cho biết 03 (ba) hạn chế lớn nhất mà quý vị cho rằng đã làm cản trở việc phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Hạn chế 1.....

Hạn chế 2

Hạn chế 3

Xin hãy đưa ra 03 (ba) giải pháp mà quý vị cho là phù hợp nhất để khắc phục những hạn chế vừa nêu lên nhằm giúp tỉnh Thừa Thiên Huế phát triển làng nghề truyền thống phục vụ du lịch.

Giải pháp 1

Giải pháp 2

Giải pháp 3.....

Xin chân thành cảm ơn!

PHỤ LỤC 2

Danh mục LNTT PVDL trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế

Tên nhóm sản phẩm của LNTTPVDL	Tên làng nghề truyền thống phục vụ du lịch gắn liền với tên huyện/xã có làng nghề
1. Mây tre đan	1. Làng tre đan Bao La ở xã Quảng Phú, huyện Quảng Điền 2. Làng tre đan Thủy Lập ở xã Quảng Lợi, huyện Quảng Điền 3. Làng tre đan Lai Thành ở xã Hương Vân, huyện Hương Trà 4. Làng tre đan Hà Thanh ở xã Vinh Thanh, huyện Phú Vang
Cộng	04 làng nghề
2. Nón lá	1. Làng nón lá Thanh Tân ở xã Phong Sơn, huyện Phong Điền 2. Làng nón lá Phú Lễ ở xã Quảng Phú, huyện Quảng Điền 3. Làng nón lá Hạ Lang ở xã Quảng Phú, huyện Quảng Điền 4. Làng nón lá Hương Cầm ở xã Hương Toàn, huyện Hương Trà 5. Làng nón lá Đông Đổ ở xã Phú Hồ, huyện Phú Vang 6. Làng nón lá An Lưu ở xã Phú Mỹ, huyện Phú Vang 7. Làng nón lá Mỹ Lam ở xã Phú Mỹ, huyện Phú Vang 8. Làng nón lá Truyền Nam ở xã Phú An, huyện Phú Vang 9. Làng nón lá Thanh Thủy Chánh ở xã Thủy Thanh, huyện Hương Thủy 10. Làng nón lá Lang Xá Cầm ở xã Thủy Thanh, huyện Hương Thủy 11. Làng nón lá Vân Thê Đập ở xã Thủy Thanh, huyện Hương Thủy 12. Làng nón lá Vân Thê ở xã Thủy Thanh, huyện Hương Thủy 13. Làng nón lá Xá Bần ở xã Thủy Thanh, huyện Hương Thủy
Cộng	13 làng nghề
3. Tranh giấy và hoa giấy	1. Làng tranh giấy Sinh (Lại Ân) ở xã Phú Mậu, huyện Phú Vang 2. Làng hoa giấy Thanh Tiên ở xã Phú Mậu, huyện Phú Vang
Cộng	02 làng nghề
4. Gốm nung	1. Làng gốm Phước Tích ở xã Phong Hòa, huyện Phong Điền
Cộng	01 làng nghề
5. Mộc mỹ nghệ	1. Làng mộc Mỹ Xuyên ở xã Phong Hòa, huyện Phong Điền 2. Làng mộc Dương Nỗ ở xã Phú Dương, huyện Phú Vang 3. Làng mộc An Bình ở xã Hương Hồ, huyện Hương Trà.
Cộng	03 làng nghề
6. Đúc đồng	1. Đúc đồng ở Thủy Xuân, thành phố Huế 2. Đúc đồng ở Phường Đúc, thành phố Huế
Cộng	02 làng nghề
Tổng cộng	25 (làng nghề)

(Nguồn: Kết quả tính toán của NCS từ [56])

PHỤ LỤC 3

Cơ cấu lao động theo giới tính của LNTT PVDL ở tỉnh Thừa Thiên Huế

Tên nhóm sản phẩm của LNTTPVDL	Tên LNTT PVDL	SL LĐ (người)	LĐ nữ (người)	LĐ nam (người)
1. Mây tre đan	Làng tre đan Bao La	404	340	64
	Làng tre đan Thủy Lập	682	589	93
	Làng tre đan Lai Thành	46	41	5
	Làng tre đan Hà Thanh	88	60	28
Cộng	04	1220	1030	190
Tỷ lệ so sánh với tổng số lao động (%)		24,8	20,9	3,9
2. Nón lá	Làng nón lá Thanh Tân	211	195	16
	Làng nón lá Phú Lễ	186	186	0
	Làng nón lá Hạ Lang	317	275	42
	Làng nón lá Hương Cầm	62	58	4
	Làng nón lá Đông Đỗ	67	67	0
	Làng nón lá An Lưu	335	315	20
	Làng nón lá Mỹ Lam	270	261	9
	Làng nón lá Truyền Nam	242	236	6
	Làng nón lá Thanh Thủy Chánh	267	267	0
	Làng nón lá Lang Xá Cầm	215	213	2
	Làng nón lá Vân Thê Đập	214	211	3
	Làng nón lá Vân Thê	211	207	4
	Làng nón lá Xá Bần	201	198	3
Cộng	13	2798	2689	113

Tỷ lệ so sánh với tổng số lao động (%)		56,9	54,7	2,2
3. Tranh giấy và hoa giấy	Làng tranh giấy Sinh	160	90	70
	Làng hoa giấy Thanh Tiên	165	110	55
Cộng	02	325	200	125
Tỷ lệ so sánh với tổng số lao động (%)		6,6	4,1	2,5
4. Gốm nung	Làng gốm Phước Tích	16	11	5
Cộng	01	16	11	5
Tỷ lệ so sánh với tổng số lao động (%)		0,3	0,2	0,1
5. Mộc mỹ nghệ	Làng mộc Mỹ Xuyên	76	15	61
	Làng mộc Dương Nỗ	60	0	60
	Làng mộc An Bình	243	76	167
Cộng	03	379	91	288
Tỷ lệ so sánh với tổng số lao động (%)		7,7	1,8	5,9
6. Đúc đồng	Đúc đồng ở Thủy Xuân	78	4	74
	Đúc đồng ở Phường Đúc	104	5	99
Cộng	02	182	9	173
Tỷ lệ so sánh với tổng số lao động (%)		3,7	0,2	3,5
Tổng cộng	25	4920	4030	890
Tỷ lệ so sánh với tổng số lao động (%)		100	81,9	18,1

(Nguồn: Kết quả tính toán của NCS từ [56])

PHỤ LỤC 4

Tốc độ tăng vốn đầu tư của LNTT PVDL ở tỉnh Thừa Thiên Huế

ĐVT: triệu đồng

Tên nhóm sản phẩm của LNTT PVDL	Tên LNTT PVDL	Năm 2008	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012
1. Mây tre đan	<i>Làng tre đan Bao La</i>	350,0	395,5	412,0	433,6	446,0
	<i>Làng tre đan Thủy Lập</i>	1.059,7	1.230,0	1.099,6	1.159,0	1.122,0
	<i>Làng tre đan Lai Thành</i>	71,5	90,0	93,7	100,9	118,3
	<i>Làng tre đan Hà Thanh</i>	166,5	150,0	158,2	160,0	178,0
Tổng		1.647,7	1.865,5	1.763,5	1.853,5	1.864,3
2. Nón lá	<i>Làng nón lá Thanh Tân</i>	120,0	122,5	132,0	130,7	133,6
	<i>Làng nón lá Phú Lễ</i>	45,2	48,6	50,7	53,9	57,1
	<i>Làng nón lá Hạ Lang</i>	270,0	300,0	289,0	320,3	328,5
	<i>Làng nón lá Hương Cầm</i>	11,85	15,9	20,0	18,7	22,4
	<i>Làng nón lá Đông Đỗ</i>	57,5	63,8	78,0	73,5	76,7
	<i>Làng nón lá An Lưu</i>	151,5	153,9	160,9	163,2	162,3
	<i>Làng nón lá Mỹ Lam</i>	89,95	96,2	100,2	108,1	107,0
	<i>Làng nón lá Truyền Nam</i>	654,75	598,49	632,7	657,0	672,0
	<i>Làng nón lá Thanh Thủy Chánh</i>	68,9	65,0	70,4	69,0	70,3
	<i>Làng nón lá Lang Xá Cầm</i>	59,7	60,2	62,1	70,3	72,0
	<i>Làng nón lá Vân Thê Đập</i>	61,25	57,7	59,3	64,0	68,9
	<i>Làng nón lá Vân Thê</i>	60,75	67,0	70,6	63,0	65,2
	<i>Làng nón lá Xá Bần</i>	59,45	63,2	67,5	70,2	70,6
Tổng		1.710,8	1.712,49	1.793,4	1.861,9	1.906,6

3. Tranh giấy và hoa giấy	<i>Làng tranh giấy Sinh</i>	150,5	132,0	160,9	147,0	160,2
	<i>Làng hoa giấy Thanh Tiên</i>	80,0	100,0	108,7	99,2	101,4
Tổng		230,5	232,0	269,6	246,2	261,6
4. Gốm nung	<i>Làng gốm Phước Tích</i>	1.600,0	1.570,0	1.607,0	1.532,0	1.630,0
Tổng		1.600,0	1.570,0	1.607,0	1.532,0	1.630,0
5. Mộc mỹ nghệ	<i>Làng mộc Mỹ Xuyên</i>	852,0	1.000,0	1.007,3	978,0	967,0
	<i>Làng mộc Dương Nỗ</i>	365,0	480,0	569,0	597,0	550,0
	<i>Làng mộc An Bình</i>	249,7	230,0	198,0	229,0	257,0
Tổng		1.466,7	1.710,0	1.774,3	1.804,0	1.774,0
6. Đúc đồng	<i>Đúc đồng ở Thủy Xuân</i>	1.810,0	1.650,0	1.830,0	1.826,0	1.930,0
	<i>Đúc đồng ở Phường Đúc</i>	1.770,5	1.730,0	1.620,9	1.721,0	1.798,9
Tổng		3.580,5	3.380,0	3.450,9	3.547,0	3.728,9

(Nguồn: Kết quả tính toán của NCS từ [56])

PHỤ LỤC 5

Kênh thông tin biết LNTT PVDL ở tỉnh Thừa Thiên Huế như là một điểm đến		
Số lần	Số quan sát	Tỷ lệ (%)
Qua báo đài	20	8
Quảng cáo	21	9
Internet	15	6
Truyền miệng	7	3
Bạn bè	24	10
Hình thức khác	60	24
Không nêu lý do	98	40
Tổng	245	100

(Nguồn: Điều tra của nghiên cứu sinh năm 2012)

PHỤ LỤC 6

Những giải pháp đóng góp của du khách và chuyên gia

STT	Tiêu chí	Số ý kiến	Tỷ lệ (%)
1	Chính quyền	33	11.0
2	CSHT - CS vật chất - CSGT	51	17.0
3	Thu hút đầu tư	7	2.3
4	Giải trí - mua sắm	40	13.3
5	Đội ngũ lao động	24	8.0
6	Tệ nạn ăn xin, cò mồi, chèo kéo khách du lịch	20	6.7
7	Ý thức người dân	12	4.0
8	Quy hoạch	12	4.0
9	Quản lý + Năng lực + Liên kết	14	4.7
10	Quảng bá	12	4.0
11	Các loại hình dịch vụ	17	5.7
12	Giá cả	30	10.0
13	Bảo vệ môi trường	21	7.0
14	Bảo vệ di sản	7	2.3
Tổng cộng		300	100

(Nguồn: Điều tra của nghiên cứu sinh năm 2012)

PHỤ LỤC 7

**Những hạn chế ảnh hưởng đến phát triển du lịch của LNTT PVDL ở
tỉnh Thừa Thiên Huế**

STT	Tiêu chí	Số ý kiến	Tỷ lệ (%)
1	Sức hấp dẫn của LNTT PVDL	65	20.5
2	Hạn chế chính quyền địa phương	43	13.6
3	Khai thác tiềm năng du lịch của LNTT PVDL	1	0.3
4	CSHT - CS vật chất - CS giao thông	22	6.9
5	Điểm giải trí - mua sắm ở LNTT PVDL	29	9.1
6	Bảo tồn và phát triển LNTT PVDL	5	1.6
7	Các loại hình dịch vụ ở LNTT PVDL	22	6.9
8	Giá cả sản phẩm và dịch vụ ở LNTT PVDL	15	4.7
9	Tệ nạn xã hội, ăn xin, cò mồi, chèo kéo khách du lịch	42	13.2
10	Tính liên kết các cơ sở sản xuất kinh doanh	6	1.9
11	Khí hậu ở tỉnh Thừa Thiên Huế	7	2.2
12	Quảng bá thông tin về LNTT PVDL	11	3.5
13	Ý thức người dân ở LNTT PVDL	10	3.2
14	Chất lượng dịch vụ và đội ngũ lao động ở LNTT PVDL	39	12.3
Tổng cộng		317	100

(Nguồn: Điều tra của nghiên cứu sinh năm 2012)