

LỜI MỞ ĐẦU

Lịch sử phát triển văn hóa cũng như lịch sử phát triển kinh tế nước nhà luôn gắn liền với lịch sử phát triển của làng nghề Việt Nam. Làng nghề không chỉ là nơi sản xuất ra những sản phẩm thủ công truyền thống mang nét riêng độc đáo, đặc sắc của Việt Nam mà còn là không gian văn hóa, kinh tế, xã hội và công nghệ truyền thống lâu đời. Nó bảo lưu những tinh hoa nghệ thuật và kỹ thuật truyền từ đời này sang đời khác, được thể hiện qua bàn tay, khối óc của các thế hệ nghệ nhân tài năng với những sản phẩm mang bản sắc riêng của mình nhưng lại tiêu biểu cho cả dân tộc Việt Nam qua từng giai đoạn lịch sử. Làng nghề truyền thống là tài nguyên du lịch (văn hóa) có giá trị và đã được khai thác phục vụ phát triển du lịch.

Trên thế giới, du lịch làng nghề là loại hình du lịch văn hóa phát triển mạnh mẽ gắn với xu hướng bảo tồn các giá trị truyền thống và đem lại lợi ích cho cộng đồng dân cư. Ở Việt Nam trong nhiều năm trở lại đây, du lịch làng nghề là loại hình du lịch được quan tâm phát triển.

Một trong những làng nghề truyền thống nổi tiếng ở vùng đồng bằng Bắc bộ nói chung và Hà Nội nói riêng đã được đưa vào khai thác du lịch đó là làng gốm Bát Tràng. Làng nghề gốm Bát Tràng đã trở thành một trong những điểm du lịch quan trọng tại Hà Nội trong nhiều năm trở lại đây. Làng nghề Bát Tràng đã được đầu tư một số hạng mục về cơ sở vật chất, cơ sở hạ tầng cũng một số dịch vụ, tour tuyến để phát triển du lịch như: dịch vụ ăn uống, chương trình tập làm gốm, bán hàng lưu niệm, thăm quan xưởng nghề.

Tuy nhiên, một số vấn đề trong hoạt động sản xuất tại làng nghề như: ô nhiễm môi trường, khí thải... và chất lượng dịch vụ chưa thực sự hấp dẫn, công tác tuyên truyền quảng bá, liên kết giữa làng nghề và công ty lữ hành để phát triển tuyến điểm du lịch còn chưa chặt chẽ; đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên tại điểm, văn hóa ứng xử chưa được quan tâm đầu tư..., yếu tố văn hóa làng nghề truyền thống chưa khai thác nên hoạt động du lịch tại làng nghề Bát Tràng chưa thực sự hiệu quả, thì cần phải có sự nghiên cứu chuyên sâu hơn nữa, đầu tư, quy hoạch phát triển du lịch làng nghề một cách cụ thể, phải làm mới sản phẩm, làm

cho sản phẩm hấp dẫn hơn, cải thiện môi trường và phát triển làng nghề theo hướng bền vững; bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch; xúc tiến quảng bá...

Chính vì những lí do như trên nên mà em đã chọn đề tài nghiên cứu "**Nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống Bát Tràng - Hà Nội**" với mong muốn sẽ đóng phần vào ý tưởng cho việc nâng cao hơn nữa sức hấp dẫn cho hoạt động du lịch tại làng nghề Bát Tràng trong tương lai.

2. Mục đích và nội dung nghiên cứu

a. Mục đích

- Tìm hiểu các giá trị tiêu biểu có thể phục vụ cho hoạt động du lịch và thực trạng khai thác hoạt động du lịch ở làng nghề Bát Tràng

- Đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao sức hấp dẫn của du lịch làng nghề Bát Tràng

b. Nội dung nghiên cứu

- Khóa luận nghiên cứu về những nét đặc sắc và thực trạng khai thác tại làng nghề truyền thống Bát Tràng. Qua đó nêu lên một số ý kiến góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động du lịch tại làng nghề.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

a. Đối tượng nghiên cứu

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

b. Phạm vi nghiên cứu

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

4. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp thu thập và xử lý số liệu: Trong quá trình làm khóa luận em đã tham khảo các tài liệu như: du lịch và kinh doanh du lịch, Làng nghề truyền thống Việt Nam, trang web: Battrang.info.. các thông tin trên báo đài internet..

- Phương pháp tổng hợp phân tích: Khóa luận đã sử dụng phương pháp này để đánh giá, tổng hợp, đưa ra nhận xét dựa trên các tư liệu đã thu thập được. Từ đó có cái nhìn tổng quát hơn về vấn đề nghiên cứu và đưa ra kết luận.

5. Bộ cục khóa luận

Chương 1: Du lịch làng nghề và tài nguyên du lịch làng nghề tại Bát Tràng

Chương 2: Thực trạng khai thác hoạt động du lịch ở làng nghề Bát Tràng

Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống Bát Tràng - Hà Nội

PHẦN 2: NỘI DUNG KHÓA LUẬN

Chương 1: Du lịch làng nghề và tài nguyên du lịch làng nghề Bát Tràng

1.1 Du lịch làng nghề

1.1.1 Khái niệm làng nghề, đặc điểm và phân loại

1.1.1.1 Khái niệm làng nghề

Cùng với sự phát triển của nền văn minh nông nghiệp từ hàng ngàn năm, nhiều nghề thủ công cũng đã ra đời tại các vùng nông thôn Việt Nam. Làng nghề bắt đầu hình thành từ những nghề thủ công ban đầu được cư dân tranh thủ làm lúc nông nhàn, những lúc không phải là vụ mùa chính. Sau đó, nhờ những lợi ích khác nhau do các nghề thủ công đem lại mà mỗi làng bắt đầu có sự phân hóa. Nghề đem lại lợi ích nhiều thì phát triển mạnh dần, ngược lại những nghề mà hiệu quả thấp hay không phù hợp thì dần bị mai một. Từ đó hình thành nên những làng nghề chuyên sâu vào một nghề duy nhất nào đó như: làng nghề gốm Bát Tràng, Làng mây tre đan lát Phú Vinh, làng đúc đồng, làng làm lụa, làng làm chiếu, khám Chuyên Mỹ, v.v...

- ☞ Khái niệm Làng nghề truyền thống : Cho đến nay vẫn chưa có khái niệm chính thống về “làng nghề”. Trong cuốn Văn hoá Việt Nam tìm tòi và suy ngẫm, GS. Trần Quốc Vượng đã "thử đưa ra một định nghĩa về làng nghề" nhưng thực chất đây là một định nghĩa đầy đủ nhất từ trước đến nay. Theo Giáo sư Trần Quốc Vượng thì “làng nghề là một làng tuy vẫn còn trồng trọt theo lối tiểu nông và chăn nuôi nhưng cũng có một số nghề phụ khác như đan lát, gốm sứ, làm tương... song đã nổi trội một nghề cổ truyền, tinh xảo với một tầng lớp thợ thủ công chuyên nghiệp hay bán chuyên nghiệp, có phường (cơ cấu tổ chức), có ông trùm, ông cả... cùng một số thợ và phó nhỏ, đã chuyên tâm, có quy trình công nghệ nhất định “sinh ư nghệ, tử ư nghệ”, “nhất nghệ tinh, nhất thân vinh”, sống chủ yếu được bằng nghề đó và sản xuất ra những mặt hàng thủ công, những mặt hàng này đã có tính mỹ nghệ, đã trở thành sản phẩm hàng và có quan hệ tiếp thị với một thị trường

là vùng rộng xung quanh và với thị trường đô thị và tiến tới mở rộng ra cả nước rồi có thể xuất khẩu ra cả nước ngoài”¹. Định nghĩa này hàm ý về các làng nghề truyền thống, đó là những làng nghề nổi tiếng từ hàng nghìn năm.

Làng nghề truyền thống gắn liền với quy trình sản xuất ra sản phẩm, gắn bó với nghệ nhân, không gian sản xuất, các vấn đề về truyền thống trong làng nghề (thờ ông tổ làng nghề, lễ giỗ tổ làng nghề...). Làng nghề truyền thống tồn tại trong không gian và trải qua thời gian, những giá trị tinh hoa của làng nghề truyền thống trở thành di sản văn hóa (vô hình và hữu hình) độc đáo và có giá trị đặc biệt trong đời sống hiện đại.

Tiến trình công nghiệp hóa và hiện đại hóa và cùng với xu thế hội nhập kinh tế quốc tế của đất nước, đã đem lại những thuận lợi và khó khăn thách thức đối với các làng nghề truyền thống. Mở cửa, hội nhập, các làng nghề có cơ hội giới thiệu sản phẩm của mình với khách nước ngoài. Là một nước đang phát triển, nền kinh tế còn phụ thuộc chủ yếu vào nông nghiệp và công nghiệp nhẹ, việc thúc đẩy ứng dụng khoa học công nghệ vào hiện đại hóa nông thôn, trong đó bao gồm cả việc bảo tồn và phát triển làng nghề truyền thống ở Việt Nam là việc làm rất cần thiết. Trong quá trình phát triển kinh tế đất nước, làng nghề đóng vai trò hết sức quan trọng, đóng góp của các làng nghề tạo ra nhiều nét khởi sắc cho kinh tế địa phương cũng như đất nước.

Tuy nhiên làng nghề truyền thống là nghề đã được hình thành từ lâu đời, tạo ra những sản phẩm độc đáo, có tính riêng biệt, được lưu truyền và phát triển đến ngày nay và đang có nguy cơ bị mai một, thất truyền do nhu cầu của xã hội thay đổi, đứt gãy về truyền thống do công nghệ sản xuất không được truyền lại đời sau, không có lớp nghệ nhân kế cận, ô nhiễm môi trường, đô thị hóa.

* Năm 2006, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã ban hành Thông tư số 116/2006/TT-BNN ngày 18 tháng 12 năm 2006 quy định nội dung và các tiêu

¹ Trần Quốc Vượng, Văn hóa Việt Nam tìm tòi và suy ngẫm, Nhà Xuất bản Văn hóa dân tộc và Tạp Chí Văn hóa nghệ thuật, Hà Nội 2000, Trang 372

chỉ dùng để công nhận nghề truyền thống, làng nghề, làng nghề truyền thống. Theo đó:

- Nghề được công nhận là nghề truyền thống phải đạt 03 tiêu chí sau: (a) nghề đã xuất hiện tại địa phương từ trên 50 năm tính đến thời điểm đề nghị công nhận; (b) nghề tạo ra những sản phẩm mang bản sắc văn hóa dân tộc; (c) nghề gắn với tên tuổi của một hay nhiều nghệ nhân hoặc tên tuổi của làng nghề.

- Làng nghề được công nhận phải đạt 03 tiêu chí sau: (a) có tối thiểu 30% tổng số hộ trên địa bàn tham gia các hoạt động ngành nghề nông thôn; (b) hoạt động sản xuất kinh doanh ổn định tối thiểu 02 năm tính đến thời điểm đề nghị công nhận; (c) chấp hành tốt chính sách, pháp luật của Nhà nước

- Làng nghề truyền thống được công nhận phải đạt tiêu chí làng nghề và có ít nhất một nghề truyền thống theo quy định tại Thông tư này. Đối với những làng chưa đạt tiêu chí công nhận làng nghề (theo tiêu chí (a) và (b) trên đây) nhưng có ít nhất một nghề truyền thống được công nhận theo quy định của Thông tư này thì cũng được công nhận là làng nghề truyền thống.

1.1.1.2 Đặc điểm và phân loại

a) Đặc điểm

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

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

Nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống Bát Tràng - Hà Nội

không nhiều nghề có khả năng cơ giới hoá được một số công đoạn trong sản xuất sản phẩm.

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

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

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

thêu... tất cả đều mang vóc dáng dân tộc, quê hương, chứa đựng ảnh hưởng về văn hoá tinh thần, quan niệm về nhân văn và tín ngưỡng, tôn giáo của dân tộc.

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

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

b) Phân loại

Làng nghề theo cách phân chia về thời gian gồm có: làng nghề truyền thống và làng nghề mới.

- Làng nghề truyền thống đã phát triển trong quá khứ nhưng đến nay không tồn tại hoặc không phát triển. Nhưng không phải làng nghề truyền thống nào cũng có thể khai thác để phát triển du lịch

- Những loại làng nghề truyền thống có tiềm năng để phát triển du lịch: đó là làng nghề thủ công truyền thống, tồn tại trong không gian xác định, có sản phẩm là hàng thủ công, sản phẩm có tính cách riêng biệt được nhiều nơi biết đến, duy trì và gìn giữ được những nét truyền thống văn hóa dân tộc đã được bao nhiêu thế hệ người Việt Nam hun đúc lên...

1.1.2 Du lịch làng nghề

1.1.2.1 Khái niệm

Nhìn chung khái niệm làng nghề truyền thống còn khá mới mẻ ở nước ta. Du lịch làng nghề truyền thống thuộc loại hình du lịch văn hóa. Do vậy khi xem xét khái niệm du lịch làng nghề truyền thống, trước tiên phải đi từ khái niệm du lịch văn hóa.

Theo tiến sĩ Trần Nhật trong : “Du lịch và kinh doanh du lịch” thì “Du lịch văn hóa là loại hình du lịch mà du khách muốn thâm nhập bề dày lịch sử, di tích văn hóa, những phong tục tập quán còn hiện diện... Bao gồm hệ thống đình chùa, nhà thờ, lễ hội, các phong tục tập quán về ăn, ở, giao tiếp...”¹.

Còn trong Luật Du lịch Việt Nam có định nghĩa về du lịch văn hóa như sau : “Du lịch văn hóa là hình thức du lịch dựa vào bản sắc văn hóa dân tộc với sự tham gia của công đồng, nhằm bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống”².

Các loại hình du lịch văn hóa gồm có :

Du lịch tham quan, nghiên cứu

Du lịch lễ hội

Du lịch làng nghề

Du lịch làng bản

Du lịch tôn giáo, tín ngưỡng

Du lịch phong tục

Làng truyền thống mang tính chất văn hóa vô thể và văn hóa hữu thể :

Tính chất văn hóa vô thể thể hiện ở : làng nghề truyền thống là nơi chứa đựng kho tàng kinh nghiệm, kỹ thuật, bí quyết nghề nghiệp từ việc sử dụng nguyên liệu, kỹ thuật chế tác đến chủ đề sáng tác trong việc tạo ra một sản phẩm thủ công truyền thống, là lối sống của làng nghề...

Còn tính chất văn hóa hữu thể tiêu biểu như : đình, chùa các di tích có liên quan trực tiếp đến các làng nghề, các sản phẩm thủ công của làng nghề thủ công truyền thống, vật dụng trang trí, hoa văn, màu sắc, chất liệu...

Khách du lịch đến đây chính là để tìm hiểu các giá trị văn hóa. Vì vậy mà du lịch làng nghề truyền thống được xếp vào loại hình du lịch văn hóa. Từ đó du lịch làng nghề truyền thống được định nghĩa như sau :

¹ Trần Nhật, Du lịch và kinh doanh du lịch, Nhà xuất bản Văn hoá thông tin Hà Nội 1996, Trang 78

² Luật du lịch Việt Nam, Nhà xuất bản Chính trị Quốc Gia 2005, Trang 11

“ Du lịch làng nghề truyền thống là một loại hình du lịch văn hóa mà qua đó du khách được thẩm nhận các giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể có liên quan mật thiết đến một làng nghề cổ truyền của một dân tộc nào đó”¹.

1.1.2.2 Đặc điểm của loại hình du lịch làng nghề truyền thống

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

Hoạt động của loại hình du lịch này rất đa dạng và phong phú : Khách du lịch có thể tham gia tìm hiểu một số công đoạn sản xuất ra sản phẩm, tham quan làng nghề hiểu được về đặc trưng của sản phẩm là gì, được giao lưu tiếp xúc với các nghệ nhân của làng, đồng thời qua loại hình du lịch này có thể hướng khách du lịch mua sản phẩm mang về làm quà cho người thân và bạn bè...

Đối tượng khách của loại hình du lịch này chủ yếu là những người có học thức như : học sinh, sinh viên, cán bộ công nhân viên chức, các chuyên gia, các nhà nghiên cứu, doanh nhân...

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

¹ Trần Nhuận. Du lịch và kinh doanh du lịch, Nhà xuất bản Văn hoá thông tin Hà Nội 1996, Trang 13

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

Bên trong các làng nghề truyền thống luôn chứa đựng những nét văn hóa thuần Việt, không gian văn hóa truyền thống, những nét văn hóa tinh hoa của dân tộc, khiến cho du khách ghé thăm đều có cảm giác thư thái. Có thể nói rằng du lịch làng nghề sẽ là địa chỉ lý tưởng để du khách tham quan tìm hiểu các giá trị văn hóa, các phong tục tập quán lễ hội... Đặc biệt du khách sẽ thích thú khi bắt gặp những sản phẩm thủ công độc đáo và có thể mua những món đồ lưu niệm tinh tế có một không hai...

1.1.2.3 Điều kiện phát triển du lịch làng nghề truyền thống

Ngày nay du lịch làng nghề đã trở thành một tiềm năng lớn cho phát triển du lịch văn hóa nói riêng và phát triển ngành du lịch ở nước ta nói chung. Làng nghề truyền thống là nguồn tài nguyên du lịch nhân văn vô cùng quý giá, để phát triển loại hình du lịch làng nghề truyền thống cần có những điều kiện nhất định cho làng nghề như :

- Điều kiện về tài nguyên : Bao gồm tài nguyên du lịch nhân văn và tài nguyên du lịch tự nhiên. Trong đó tài nguyên du lịch nhân văn chiếm vị trí quan trọng và có số lượng lớn hơn. Bởi du lịch làng nghề chính là một phần của du lịch văn hóa. Các di sản văn hóa độc đáo vô hình và hữu hình còn tồn tại trải qua thời gian và tồn tại trong không gian. Đây chính là tiềm năng vô cùng quan trọng và cần thiết để đưa khách du lịch đến với làng nghề.

Nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống Bát Tràng - Hà Nội

- Điều kiện về kinh tế xã hội : đây là một nhân tố có tác động không nhỏ đến hoạt động du lịch tại các làng nghề. Đặc biệt là các sản phẩm thủ công truyền thống cùng lịch sử phát triển lâu đời sẽ đem đến cho du khách những sản phẩm độc đáo về văn hóa của địa phương, cũng như những kỹ thuật chế tác từng hiện hữu một thời trong quá khứ. Bên cạnh đó, hình ảnh làng nghề hiện tại với một nền kinh tế, xã hội ổn định phát triển chắc chắn sẽ tạo được những ấn tượng khó quên cho du khách và họ sẽ có nhu cầu quay trở lại.

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

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

- Cầu đối với du lịch làng nghề : Xu hướng ngày nay con người đi du lịch hướng về các giá trị văn hóa cổ xưa, việc phát triển du lịch làng nghề là thực sự cần thiết vì nó sẽ mang lại rất nhiều thuận lợi cho cả hoạt động du lịch và phát triển của làng nghề. Để phát triển du lịch làng nghề, chúng ta phải “đáp ứng” được nhu cầu của du khách. Muốn vậy, các cơ sở sản xuất tại làng nghề phải đầu tư nghiên cứu thị trường từng đối tượng khách để sản xuất ra những sản phẩm có mẫu mã, màu sắc phù hợp. Trước mắt là tổ chức bán hàng sản phẩm thủ công truyền thống tại các điểm du lịch. Còn lâu dài, muốn làng nghề trở thành điểm du lịch, chúng ta

cần có quy hoạch, đầu tư về hạ tầng giao thông, cơ sở đón tiếp khách, điểm trình diễn; đào tạo nguồn nhân lực, xúc tiến quảng bá.

- Có cảnh quan môi trường, gần các danh lam thắng cảnh để có thể kết nối tour du lịch.

- Làng nghề đó phải có sản phẩm độc đáo đặc trưng.

- Làng nghề phải có giá trị văn hoá độc đáo

Trong cuốn sách “Làng nghề du lịch Việt Nam” do nhà xuất bản Thống kê Hà Nội năm 2007 đã nêu lên những điều kiện để trở thành một làng nghề du lịch:

Thứ nhất: các giá trị văn hóa của làng nghề thể hiện thông qua tính truyền thống của công nghệ và kỹ thuật sản xuất, đó là kết quả của một quá trình kết tinh truyền tải và tiếp nối từ thế hệ này đến thế hệ khác. Đặc thù sản phẩm của làng nghề truyền thống không phụ thuộc vào dây chuyền sản xuất hiện đại, năng suất cao mà chủ yếu dựa vào kinh nghiệm, bí quyết tài hoa của người thợ chế tác đồ thủ công. Sản phẩm sản xuất từng chiếc, do đó huy động dấu ấn tình cảm và cá nhân người thợ. Trong xu thế quốc tế hóa mọi mặt của đời sống, giá trị văn hóa truyền thống có sức hút đặc biệt đối với khách du lịch, bởi vậy du lịch làng nghề là một cách tiếp cận các giá trị truyền thống, tìm hiểu nhân sinh quan, thế giới quan và quan niệm của người Việt.

Thứ hai: là các giá trị lịch sử của các làng nghề phải có tuổi nghề khá cao, sản phẩm thường gắn với đời sống vật chất và tinh thần của nhân dân, lưu giữ cả những yếu tố tín ngưỡng, phong tục tập quán của làng nghề. Bởi vậy các làng nghề thường phải gắn với lễ hội truyền thống, gắn với cảnh quan thiên nhiên truyền thống của làng quê Việt Nam như: bên nước, dòng sông, đình làng..

Thứ ba: là mức độ tham gia của cộng đồng. Động cơ của khách du lịch khi lựa chọn đến các làng nghề được quan tâm mắt quan sát quá trình sản xuất và mua sắm sản phẩm thủ công, ngoài ra họ còn muốn tham gia vào đời sống sinh hoạt thường nhật của làng quê. Quá trình này đòi hỏi mức độ tham gia của cộng đồng là rất lớn, từ khâu hướng dẫn sản xuất cho thuê cơ sở lưu trữ tại nhà mời khách các món ăn truyền thống, thuyết minh cho khách về phong tục của làng. Bởi vậy du

lịch làng nghề đòi hỏi sự phối hợp đồng bộ giữa khách du lịch, người dân địa phương, đơn vị kinh doanh du lịch.

Các tiêu chí để xây dựng và phát triển làng nghề du lịch: Một làng nghề được coi là làng nghề du lịch hoàn chỉnh... cần đạt được các tiêu chuẩn sau:

1. Có sản phẩm thủ công độc đáo, đặc sắc, tinh xảo gắn liền với đội ngũ nghệ nhân.
2. Có nơi sản xuất sản phẩm thủ công mỹ nghệ để biểu diễn quy trình sản xuất để cho du khách xem.
3. Có gian trưng bày và bán sản phẩm làng nghề.
4. Có công trình văn hóa lịch sử (cây đa, giếng nước, sân đình).
5. Có nhân viên thuyết minh, hướng dẫn khách du lịch có các dịch vụ phục vụ khách du lịch.
6. Có không gian phục vụ ăn uống, đỗ xe tách biệt.
7. Có cơ sở hạ tầng giao thông thuận lợi, bảng chỉ dẫn rõ ràng phục vụ khách tham quan.
8. Môi trường trong sạch, sản xuất không làm ô nhiễm môi trường.
9. Thu nhập về du lịch chiếm ít nhất 25% thu nhập của làng.

1.1.2.4 Xu hướng phát triển du lịch làng nghề trên thế giới

* Xu hướng phát triển du lịch văn hóa :

Theo điều tra được thực hiện bởi Tổ chức Du lịch thế giới (WTO), hai xu hướng đi du lịch quan trọng sẽ thống trị trên thị trường du lịch trong thập kỷ tới :

- Tiếp thị quần chúng đang đưa ra cách để tiếp thị một – một với những chuyến đi du lịch phù hợp với lợi ích của người tiêu dùng cá nhân.
- Một số lượng khách đang tăng là những người khách đi du lịch có mối quan tâm đặc biệt, những người mà xếp hạng nghệ thuật, di sản hoặc các hoạt động văn hóa khác là một trong năm lý do hàng đầu để đi du lịch.

Sự kết hợp của hai xu hướng này đang bị tác động bởi công nghệ, thông qua việc gia tăng nhanh các dịch vụ và các công cụ trực tuyến, tạo điều kiện hơn cho du khách chọn các điểm du lịch và điều chỉnh hành trình của họ dựa trên sở thích

của mình. Đồng thời, các công dân của xã hội “ công nghệ cao” đang khổ công tìm tòi khả năng giao tiếp của con người với một dạng thức mới về “tiếp cận văn minh”, du lịch văn hóa có thể thỏa mãn. Những xu hướng này đại diện cho một thay đổi đáng kể trong các động lực của khách du lịch : du lịch đã được chuyển từ 3S (sun - ánh nắng mặt trời, sex – giới tính, sea - biển) thành 3E (entertainment – vui chơi giải trí, emotion – cảm xúc, education – giáo dục)¹.

Du lịch ngày nay là một yếu tố tác động mạnh trong sự pha trộn dân tộc và hiểu biết lẫn nhau cùng với sự giao lưu có ảnh hưởng quan hệ truyền thống của các nền văn hóa.

Du lịch văn hóa là xu hướng, là sự lựa chọn của các nước vì đem lại giá trị lớn cho cộng đồng xã hội. Bên cạnh những loại hình du lịch như du lịch sinh thái, du lịch khám chữa bệnh, du lịch mạo hiểm, du lịch giáo dục... gần đây du lịch văn hóa được xem là loại sản phẩm đặc thù của các nước, 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. Vì vậy, du lịch văn hóa được coi là một trong những loại hình du lịch có sức cuốn hút khách du lịch nhất hiện nay.

Việt Nam cũng sẽ theo xu hướng này?

"Du lịch văn hóa là xu hướng của nhiều nước. Loại hình du lịch này rất phù hợp với bối cảnh của Việt Nam, rất tốt cho hoạt động xóa đói giảm nghèo quốc gia, vì vậy phải được xem là hướng phát triển của ngành du lịch Việt Nam" - Vụ Hợp tác quốc tế thuộc Tổng Cục Du lịch phát biểu.

Có thể khẳng định rằng, tài nguyên du lịch văn hóa của Việt Nam hết sức phong phú, đa dạng và đặc sắc. Đến nay, cả nước có trên 8000 lễ hội lớn nhỏ và hàng nghìn làng nghề truyền thống. Tuy nhiên, không phải lễ hội nào, làng nghề

¹ Bản tin du lịch, Hội nghị về nghề thủ công và du lịch, Nhà xuất bản Tổng cục du lịch (tài liệu lưu hành nội bộ), Quý I năm 2009, Trang 170

nào, loại hình văn hóa nghệ thuật nào cũng có thể khai thác trong hoạt động du lịch.

* Nhu cầu về du lịch làng nghề ngày càng phát triển :

Trong xu thế hội nhập và mở cửa, làng nghề truyền thống đang dần lấy lại vị trí quan trọng của mình trong đời sống kinh tế, văn hoá, xã hội của mỗi dân tộc mỗi quốc gia. Những làng nghề này như một hình ảnh đầy bản sắc, khẳng định nét riêng biệt, độc đáo không thể thay thế. Một cách giới thiệu sinh động về đất nước và con người của mỗi vùng, miền, địa phương. Du lịch làng nghề truyền thống đang ngày càng hấp dẫn du khách. Phát triển du lịch làng nghề chính là một hướng đi đúng đắn và phù hợp, được nhiều quốc gia ưu tiên trong chính sách quảng bá và phát triển du lịch. Những lợi ích to lớn của việc phát triển du lịch làng nghề không chỉ thể hiện ở những con số tăng trưởng lợi nhuận kinh tế, ở việc giải quyết nguồn lao động địa phương mà hơn thế nữa, còn là một cách thức gìn giữ và bảo tồn những giá trị văn hoá của dân tộc. Đó là những lợi ích lâu dài không thể tính được trong ngày một ngày hai.

Một địa phương muốn thu hút khách du lịch, tạo ra nhiều loại hình du lịch hấp dẫn đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách thì phải bắt tay vào việc xây dựng và phát triển các sản phẩm du lịch gắn liền với việc khai thác có chiều sâu và khai thác đúng tài nguyên du lịch của địa phương đó.

Sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ, đáp ứng các nhu cầu trong quá trình đi du lịch của du khách. Sản phẩm du lịch bao gồm:

+ Sản phẩm du lịch đặc trưng: đó là những sản phẩm hấp dẫn khách du lịch, tạo ra mục đích của khách du lịch tại điểm đến như: danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử văn hóa, nơi nghỉ mát, chữa bệnh, thăm quan ...

+ Sản phẩm du lịch cần thiết: là những sản phẩm phục vụ các nhu cầu thiết yếu trong quá trình đi du lịch như: phương tiện vận chuyển, ăn, nghỉ...

+ Sản phẩm du lịch bổ sung: là những sản phẩm phục vụ các nhu cầu phát sinh trong quá trình đi du lịch như: cắt tóc, giặt là, massage, mua sắm hàng lưu niệm...

Như vậy, làng nghề vừa là sản phẩm du lịch đặc trưng khi làng nghề đó có khả năng hấp dẫn, thu hút khách đến thăm quan. Làng nghề cũng vừa là sản phẩm du lịch bổ sung khi tạo ra những mặt hàng lưu niệm cho du khách. Các sản phẩm của làng nghề truyền thống vốn chứa đựng trong mình những sắc thái văn hóa riêng, độc đáo của mỗi vùng đất, mang dấu ấn của những phong tục tập quán, tín ngưỡng, nếp sống sinh hoạt ... của mỗi làng quê – tất cả được truyền tải từ khối óc sáng tạo và bàn tay tài hoa, khéo léo của các nghệ nhân để thổi “hồn Việt” vào các vật liệu vô tri vô giác.

* Sự liên kết giữa du lịch và nghề thủ công hiện nay :

Du lịch sẽ góp phần quan trọng trong bảo tồn và phát huy giá trị làng nghề. Một trong những giải pháp tối ưu để bảo tồn và phát triển làng nghề chính là sự liên kết chặt chẽ giữa các làng nghề với ngành Du lịch. Phát triển làng nghề truyền thống kết hợp với du lịch là điều kiện để các làng nghề phát triển bền vững, du lịch sẽ khai thác lợi thế của các làng nghề như nét truyền thống văn hóa, lịch sử, nét tài hoa của những người thợ thủ công... Đồng thời sẽ quảng bá, giới thiệu, mở rộng thị trường nhiều mặt hàng thủ công mỹ nghệ của các làng nghề đã xuất khẩu sang thị trường châu Âu, châu Mỹ... Các địa phương có các điểm du lịch làng nghề chính trang công trình văn hóa, vệ sinh cảnh quan môi trường làng nghề, đảm bảo an ninh, an toàn cho du khách, bố trí địa điểm đỗ xe, tổ chức tập huấn kiến thức du lịch cho các hộ gia đình tham gia cung cấp sản phẩm, đón tiếp khách du lịch, phối hợp với các doanh nghiệp lữ hành triển khai, đưa các tour du lịch làng nghề vào hoạt động để du lịch làng nghề thực sự là điểm đến hấp dẫn của du khách trong và ngoài nước.

Du lịch làng nghề truyền thống đã góp phần phát triển loại hình du lịch “du khảo đồng quê”. Đây là loại hình du lịch có thể giúp cho du khách có được sự khám phá mới mẻ, sự trải nghiệm và sự gần gũi với thiên nhiên hoang sơ. Đặc biệt trong loại hình du lịch “du khảo đồng quê” thì làng nghề truyền thống cũng góp phần quan trọng trong việc giúp cho du khách trải nghiệm, tham gia vào hoạt động sản xuất. Mỗi làng nghề truyền thống đều chứa đựng trong đó những yếu tố văn

hóa của mỗi làng nghề. Và chỉ khi tham gia vào những tour du lịch như vậy thì du khách mới có thể cảm nhận được được những yếu tố văn hóa của mỗi vùng miền....

* Xu hướng phát triển bền vững :

Phần lớn hoạt động du lịch văn hóa gắn liền với địa phương - nơi lưu giữ nhiều lễ hội văn hóa và cũng là nơi tồn tại đói nghèo. 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 những nước kém phát triển hoặc đang phát triển, nền tảng phát triển phần lớn không dựa vào những đầu tư lớn để tạo ra những điểm du lịch đắt tiền, mà thường dựa vào nguồn du lịch tự nhiên và sự đa dạng trong bản sắc dân tộc. Những nguồn lợi này không tạo ra giá trị lớn cho ngành du lịch, nhưng lại đóng góp đáng kể cho sự phát triển của cộng đồng xã hội. Những quốc gia phát triển mạnh du lịch văn hóa là Thái Lan, Indonesia, Malaysia, Trung Quốc, và một số nước thuộc khu vực Nam Mỹ....

Phát triển du lịch bền vững gắn với việc giữ gìn và bảo tồn các giá trị văn hóa, xóa đói giảm nghèo, đem lại thu nhập trực tiếp cho cộng đồng địa phương nhờ:

+ Du lịch tạo thêm nhiều công ăn việc làm cho người dân địa phương. Góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế ở nông thôn, chuyển dịch lao động nông nghiệp sang lĩnh vực dịch vụ. Tăng thu nhập và cải thiện đời sống của người dân.

+ Vai trò của hàng thủ công mỹ nghệ là hàng hóa không thể thiếu trong mỗi chuyến đi của du khách, được du khách hướng tới và tiêu dùng.

+ Góp phần làm tăng doanh thu và doanh số bán sản phẩm thủ công truyền thống trong các làng nghề.

+ Hoạt động du lịch phát triển tạo cơ hội đầu tư cho các làng nghề truyền thống.

+ Thông qua việc mua bán sản phẩm của du khách quốc tế khi đến thăm các làng nghề đã tạo cơ hội xuất khẩu các sản phẩm thủ công truyền thống không phải chịu thuế và hạn chế rủi ro.

- + Tạo cơ hội giao lưu văn hóa bản địa với du khách nước ngoài.
- + Kích thích phát triển cơ sở hạ tầng thông qua hoạt động du lịch.

1.2 Tài nguyên du lịch làng nghề Bát Tràng

1.2.1 Vị trí địa lý

Bát Tràng nằm ở tả ngạn dòng sông Hồng – con sông đã bồi đắp nên nền văn minh Sông Hồng và chiếm vai trò quan trọng trong sự hình thành và phát triển của Hà Nội

Xã Bát Tràng gồm hai thôn Bát Tràng và Giang Cao thuộc huyện Gia Lâm - Hà Nội. Xã có hơn 7.000 nhân khẩu, trên diện tích 164ha đất. Dân số: 7200 hộ (con số thống kê năm 2003). Trong đó, 99% dân số tham gia vào làng nghề truyền thống (bao gồm 84% dân số sản xuất đồ gốm sứ, 15% dân số làm dịch vụ cho làng nghề (buôn bán men, đất, hồ, chất đốt...)). Hiện xã Bát Tràng không trồng cấy bất cứ một loại cây nông nghiệp gì.

Cấp hành chính: “xã Bát Tràng” có 2 thôn, 11 xóm, 2 trường học và 3 chợ. Trong đó: Thôn Bát Tràng (làng cổ Bát Tràng) có 5 xóm. Tên gọi lần lượt của các xóm là xóm 1, xóm 2, xóm 3, xóm 4, xóm 5. Trong đó, xóm 1 và xóm 2 là khu vực làng cổ được Nhà nước quy hoạch, bảo tồn và là nơi được lựa chọn đặt cảng du lịch Văn hóa làng Bát Tràng. 2 chợ tại thôn Bát Tràng gồm chợ Sáng (phục vụ nhu cầu sinh hoạt của người dân) và chợ Gốm Làng cổ Bát Tràng (phục vụ nhu cầu thăm quan, du lịch, mua sắm, đầu mối bán buôn bán lẻ gốm sứ Bát Tràng đi khắp mọi miền đất nước và xuất khẩu)

Từ Hà Nội, có thể theo đường thủy từ bến Chương Dương hoặc bến Phà Đen, xuôi sông Hồng đến bến Bát Tràng, hoặc có thể theo đường bộ qua cầu Chương Dương (hay cầu Long Biên) rồi theo đê tả sông Hồng (tuyến đê Long Biên - Xuân Quan) đến đóc Giang Cao rẽ xuống Bát Tràng khoảng 15km tới cống Xuân Quan (công trình Đại thủy nông Bắc Hưng Hải) rồi rẽ tay phải khoảng 1km sẽ tới trung tâm làng cổ Bát Tràng, hoặc theo quốc lộ 5 đến Trâu Quỳ rẽ về tay phải theo đường liên huyện qua xã Đa Tốn đến Bát Tràng khoảng hơn 20km. Có thể nói đường bộ là con đường giao thông chính của làng. Vì vậy nó rất thuận lợi cho việc

tổ chức các tour du lịch đến từ Hà Nội hay các tỉnh khác. Nằm bên bờ sông Hồng, Bát Tràng được coi như là điểm dừng cho tour du lịch Thăng Long-Phố Hiến trên sông Hồng, làng có bến sông rất tiện cho tàu cập bến và lên thăm làng cổ Bát Tràng, vào các lò gốm thăm quan.

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

1.2.2 Giá trị đặc sắc của làng nghề Bát Tràng

1.2.2.1 Lịch sử hình thành và phát triển

Trong các ngành nghề truyền thống của nước ta, gốm sứ đã nổi lên như một ngành có giá trị tuyệt mỹ, được vun đắp bằng bàn tay, trí tuệ của các thế hệ nghệ nhân. Làng gốm Bát Tràng - làng nghề thủ công sôi động bậc nhất của đất Thăng Long xưa và nay - đã cho ra đời nhiều sản phẩm tinh tế, sống động, áp đầy màu sắc quê hương. Gốm Bát Tràng là tên gọi chung cho các loại đồ gốm được sản xuất tại làng gốm Bát Tràng thuộc xã Bát Tràng (gồm hai thôn Bát Tràng và Giang Cao thuộc huyện Gia Lâm, Hà Nội). Theo nghĩa Hán Việt, chữ Bát nghĩa là chén bát, đồ gốm và chữ Tràng (hay Trường) là chỗ đất dành riêng cho chuyên môn. Đầu tiên, làng có tên Bạch Thổ Phường, rồi đổi tên là Bát Tràng Phường, sau này mới gọi là Bát Tràng.

Câu ca dao chắc nhiều người đã từng nghe:

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

Câu ca dao ấy đã tồn tại từ bao đời nay, không biết nó đi vào lời hát của nhân dân từ bao giờ, chỉ biết rằng người Bát Tràng ngày nay tuy không còn làm gạch nữa nhưng gốm sứ Bát Tràng thì đã nổi tiếng khắp gần xa.

“Chiều Nga Sơn, gạch Bát tràng
Vải tơ Nam Định, lụa làng Hà Đông”

Nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống Bát Tràng - Hà Nội

Quá trình thành lập làng Bát Tràng dường như liên quan đến sự tụ cư và chuyên cư được diễn ra trong một thời gian khá dài. Có rất nhiều giả thiết khác nhau về sự ra đời của làng gồm Bát Tràng:

Theo kí ức và tục lệ dân gian thì dòng họ Nguyễn Ninh Tràng là cư dân bản địa và lâu đời nhất, nên được giữ vị trí tôn trọng trong ngôi thứ cũng như trong lễ hội của làng. Có ý kiến cho rằng, năm 1010 khi mà vua Lý Thái Tổ dời đô từ Hoa Lư (Ninh Bình) về Thăng Long thì dòng họ Nguyễn Ninh Tràng ở trường Vĩnh Ninh (Ninh Bình) đã cùng theo về để sản xuất loại gạch Vĩnh Ninh Trường phục vụ cho công cuộc xây dựng kinh thành mới. Bạch Thổ Phường (phường đất sét trắng) là tên gọi đầu tiên của làng gồm Bát Tràng vào thời sơ khai, hiện nay đình Bát Tràng vẫn còn lưu giữ bức hoành phi “*Bạch thổ danh sơn*” ghi dấu mốc son này. Nếu tính từ cái mốc dòng họ Nguyễn Ninh Tràng di cư ra đất Bát Tràng ngày nay thì làng Bát Tràng đã có gần 1000 năm lịch sử.

Một giả thuyết khác cho rằng, vào thời Lý có 3 vị Thái học sinh là Hứa Vĩnh Cao, Đào Trí Tiên và Lưu Phương Tú được cử đi sứ Bắc Tống. Sau khi hoàn tất sứ mệnh, trên đường trở về nước qua Thiều Châu (nay là Triều Châu - Quảng Đông - Trung Quốc) gặp bão phải nghỉ lại. Ở đây có lò gốm nổi tiếng, ba ông đến học được một số kỹ thuật đem về truyền bá cho dân chúng quê hương. Hứa Vĩnh Cao truyền cho Bát Tràng nước men rạn trắng. Đào Trí Tiên truyền cho Thổ Hà (Việt Yên - Bắc Giang) nước men sắc màu vàng đỏ. Lưu Phương Tú truyền cho Phù Lãng (Quế Võ - Bắc Ninh) nước men màu đỏ vàng thẫm. Câu chuyện này cũng được lưu truyền ở Thổ Hà và Phù Lãng với ít nhiều sai biệt về tình tiết. Nếu đúng vậy thì nghề gốm ở Bát Tràng đã có từ thời Lý, ngang với thời Bắc Tống nghĩa là trước năm 1127.

Đến nay, chưa tìm thấy tư liệu lịch sử nào xác nhận tiểu sử của 3 nhân vật trên cũng như khẳng định sự hình thành của làng. Theo sử biên niên có thể xem thế kỉ 14 - 15 là thời gian hình thành làng gồm Bát Tràng:

Cái tên Bát Tràng được xuất hiện lần đầu tiên đầy đủ và chính xác như ngày nay là trong tác phẩm "Dư địa chí của Nguyễn Trãi" vào thế kỉ 15. Cái tên này là

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

Đến cuối thời Lê nguồn đất sét để làm đồ gốm đã cạn, người Bát Tràng phải mua đất từ làng Cổ Điền bên Vĩnh Phú hoặc mua từ làng Dâu bên Bắc Ninh. Hàng gốm Bát Tràng thời kì đầu là gốm trắng, mãi sau mới chuyển sang gốm đàn. Gốm đàn là loại gốm “xương” đỏ, miệng loe, mỏng và thấp. Hiện nay Bát Tràng vẫn sử dụng đất của vùng Dâu Canh nhưng đồng thời họ cũng sử dụng cả đất cao lanh Lạc Thủy, đất sét trắng Hồ Lao và Trúc Thôn (Đông Triều - Quảng Ninh) để sản xuất đồ sành trắng.¹

Thế kỉ 15 -16 : chính sách của nhà Mạc trong thời kì này với công thương nghiệp rất cởi mở, không ức thương như trước nên kinh tế hàng hóa có điều kiện phát triển thuận lợi, nhờ đó mà sản phẩm gốm Bát Tràng được lưu thông rộng rãi. Sản phẩm gốm Bát Tràng thời kì này nhiều sản phẩm có minh văn ghi rõ năm chế tạo, tên người đặt hàng và tên người mua hàng. Sản phẩm đã có mặt rộng khắp vùng đồng bằng Bắc Bộ và Bắc Trung Bộ.

Thế kỉ 16 - 17: Sau các cuộc phát kiến địa lí vào thế kỉ 15, nhiều nước phát triển của Tây Âu tràn sang phương Đông. Hoạt động mậu dịch khu vực Đông Nam Á phát triển rất sôi động. Trong khi đó ở Trung Quốc nhà Minh chủ trương bế quan tỏa cảng tạo điều kiện cho gốm Bát Tràng mở rộng thị trường ở vùng Đông Nam Á và Nhật Bản. Thế kỉ 15 - 17 là giai đoạn phát triển mạnh mẽ của ngành sản xuất gốm xuất khẩu Việt Nam với hai trung tâm quan trọng và nổi tiếng là Bát Tràng và Chu Đậu (Nam Sách - Hải Dương). Với hai đô thị, hai trung tâm mậu dịch lớn ở hàng ngoài là Thăng Long và Phố Hiến (Hưng Yên), sản phẩm gốm Bát Tràng đã có mặt tại nhiều nước trong khu vực và trên thế giới.

Cuối thế kỷ 17 đầu thế kỷ 18: Việc buôn bán và xuất khẩu gốm sứ Việt Nam bị giảm sút nhanh chóng là do lúc này triều Thanh (Trung Quốc) đã bãi bỏ chính

¹ Làng nghề, phố nghề Thăng Long – Hà Nội, Bộ văn hóa thông tin, trung tâm triển lãm văn hóa nghệ thuật Việt Nam, Hà Nội, năm 2000, Trang 89

Nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống Bát Tràng - Hà Nội

sách bế quan tỏa cảng, buôn bán với nước ngoài, nên gốm sứ của ta nói chung và gốm sứ Bát Tràng nói riêng phải cạnh tranh khốc liệt với đồ gốm Trung Quốc.

Thế kỷ 18 - 19: Thời kỳ này chính quyền Trịnh, Nguyễn thực hiện chính sách hạn chế ngoại thương làm cho quan hệ mậu dịch đối ngoại của Việt Nam bị giảm sút trong đó có các mặt hàng gốm sứ. Điều này đã khiến cho một số làng nghề gốm bị gián đoạn sản xuất như làng gốm Chu Đậu, gốm Bát Tràng tuy cũng bị ảnh hưởng nhưng vẫn giữ được sức sống bền bỉ nhờ thị trường tiêu thụ trong nước rộng lớn với các đồ gia dụng, đồ thờ, đồ trang trí, gạch xây. Làng gốm Bát Tràng vẫn là một trung tâm sản xuất gốm truyền thống có tiếng trong nước.

Từ thế kỷ 19 đến nay: Trong thời Pháp thuộc, các lò gốm Bát Tràng tuy bị một số xí nghiệp gốm sứ và hàng ngoại nhập cạnh tranh nhưng vẫn duy trì được hoạt động bình thường.

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

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

Hiện nay, sản phẩm gốm, sứ Bát Tràng ngày càng phong phú và đa dạng. Ngoài mặt hàng truyền thống, các lò gốm còn sản xuất nhiều sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước cũng như các đơn đặt hàng xuất khẩu. Sản phẩm gốm Bát Tràng có mặt tại nhiều nước trên thế giới từ Á sang Âu.

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

Nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống Bát Tràng - Hà Nội

trình phát triển nghề gốm Bát Tràng có sự giao lưu, tiếp nhận một số ảnh hưởng của gốm sứ Trung Quốc.

Hàng Bát Tràng đã đi vào tiềm thức của người Việt Nam với tư cách là một thứ đồ quý, một sản vật được làm nên từ đôi bàn tay khéo léo tài hoa của con người. Là mặt hàng quý vì nó làm bằng tay, khối óc của người thợ thủ công – từ tạo hình, tạo dáng, đến nét vẽ khắc hoa văn, các loại men từ men rạn, men ngà, men búp dong... được nung ở nhiệt độ cao, gốm không bị ngâm nước. Gốm bát Tràng được coi như là của báu gia truyền từ đời này sang đời khác.

Trong bối cảnh nền kinh tế thị trường mở của hội nhập như hiện nay thì những sản phẩm như lọ hoa, ấm, chén... của Bát Tràng được làm thủ công với những màu men giản dị như trắng, xanh tím, nét hoa văn thô sơ dường như đã lùi lại để nhường chỗ cho những sản phẩm đẹp mang tính nghệ thuật cao, đã đem lại vẻ đẹp rất riêng cho vẻ đẹp gốm sứ Bát Tràng

Nhân dịp kỉ niệm 1000 năm Thăng Long - Hà Nội, UBND thành phố Hà Nội tổ chức Triển lãm “Bát Tràng – cổ truyền và hiện đại”. Nhằm giới thiệu về lịch sử, quá trình hình thành và phát triển làng nghề từ thế kỷ 14 - 15 đến nay. Triển lãm cũng là nơi tôn vinh các giá trị văn hóa, nghệ thuật, các nghệ nhân, thợ thủ công Bát Tràng thông qua các sản phẩm tinh xảo, độc đáo, được kết hợp nên từ tâm hồn, sự sáng tạo và đôi tay tài hoa của nhân dân Bát Tràng qua các thời kỳ.

Trên bình diện quan hệ giao lưu văn hóa quốc tế, gốm sứ Bát Tràng đã góp phần công sức tạo nên dấu ấn về con người và văn hóa Việt nam đối với bạn bè thế giới. Gốm Bát Tràng đã được coi là biểu tượng của gốm Việt, văn hóa Việt để giới thiệu với bạn bè quốc tế. Những “hòn đất biết nói” ấy có sức lan tỏa mạnh mẽ, cho đến ngày nay thì thương hiệu gốm sứ Bát Tràng với 1.000 năm tuổi đã được khẳng định.

Đồ gốm Bát Tràng không những có mặt trên khắp mọi miền của đất nước mà còn nổi tiếng ở thị trường nước ngoài. Các sản phẩm của làng gốm Bát Tràng được xuất khẩu sang Châu Âu, Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan... với tổng kim ngạch xuất khẩu lên đến hơn 40 triệu USD. Sự phát triển của làng gốm Bát Tràng

Nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống Bát Tràng - Hà Nội

đã giải quyết được vấn đề thất nghiệp và đặc biệt giải quyết được tình trạng thiếu việc làm tại nông thôn hiện nay. Tại làng nghề hầu hết tất cả mọi người thậm chí cả người già và trẻ nhỏ đều có việc để làm. Hơn 80% người dân trong làng sinh sống bằng nghề sản xuất gốm sứ. Sự phát triển sản xuất nhanh chóng tại làng gốm Bát Tràng không chỉ góp phần tạo đủ việc làm cho người dân địa phương mà còn thu hút khoảng 3000 - 5000 lao động ở những khu vực lân cận đến làm việc hàng ngày. Hoạt động sản xuất ở làng nghề có vai trò to lớn góp phần xóa đói giảm nghèo cho người dân đồng thời mang lại nhiều ý nghĩa xã hội quan trọng.

Tháng 11- 2004 thương hiệu Bát Tràng - Việt Nam được công bố và chính thức quảng bá thương hiệu cho làng gốm sứ lâu đời của Việt Nam trên thị trường thế giới. Sự kiện này là một bước tiến quan trọng trong quá trình phát triển của làng gốm Bát Tràng. Đó là một sự khẳng định vị thế và tiềm năng phát triển mạnh mẽ của gốm Bát Tràng trong quá trình phát triển và hội nhập quốc tế.

Gốm Bát Tràng hiện nay theo thống kê đã phát triển ra thành cả xã và cả một vùng, gần chục ngàn gia đình đang chuyên sống bằng nghề gốm và phục vụ cho nghề gốm. Có hàng trăm mẫu gốm tinh xảo nhiều màu sắc được bày bán, các loại men quý như : men ngọc, men ngà, men búp dong nay đã trở thành những mặt hàng phổ biến (Xưa kia là loại quý hiếm). Men rạn đủ kiểu, màu thật, tinh xảo. Men hồng kết tinh đá nâu đen, thô... đã được đưa vào sản xuất đại trà.

Ngoài những tiến bộ về men, về loại hình, về chất liệu, về tay nghề thì một bước nhảy vọt của làng gốm là thay lò than bằng lò gas. Tuy giá thành lò gas có cao hơn nhưng số lượng hàng thu được nhiều hơn và chất lượng hơn lò than. Điều này giúp cho người thợ sản xuất được các mặt hàng đa dạng hơn về chủng loại, đáp ứng được yêu cầu cao của khách hàng, đồng thời góp phần giảm đáng kể ô nhiễm môi trường. Nhờ chất lượng ngày càng tốt nên khách hàng trong nước và quốc tế đều ưu thích sản phẩm của Bát Tràng, từ các nước Châu Á, Châu Âu đến Châu Mỹ Châu Đại Dương đều có hợp đồng mua gốm Bát Tràng. Ước tính mỗi năm Bát Tràng xuất khẩu từ 400 – 500 xe container hàng đi khắp nơi, giá khoảng 4 – 5 triệu đô la Mỹ. Ngày nay ẩm chén, bát đĩa của Bát Tràng vừa đẹp vừa bền, có

thể cạnh tranh trong và ngoài nước với giá cả phải chăng, làng nghề sẽ dự định tham gia các hội chợ quốc tế, tung các sản phẩm mang thương hiệu Bát Tràng tới các điểm bán lẻ cao cấp và triển khai các sản phẩm du lịch làng nghề Bát Tràng tới các nhà tổ chức du lịch trong và ngoài nước.

Sự thăng trầm, thịnh suy của việc kinh doanh gốm sứ cũng giống như sự chìm nổi của đời người đã làm cho người dân Bát Tràng nhận ra và thêm yêu những giá trị tinh túy của nghề “nặn đất”. Họ quyết tâm trân trọng giữ gìn, truyền lại cho các thế hệ nối tiếp những kỹ năng “gia truyền” để lớp trẻ mãi thời hồn cho đất như tổ tiên.

1.2.2.2 Đặc trưng về sản phẩm hàng thủ công

Những thành tựu sáng chế đặc sắc nhất trong lịch sử nghề gốm sứ Việt Nam phần lớn đều xuất hiện từ Bát Tràng, hoặc được thợ gốm Bát Tràng thử nghiệm rồi sản xuất hàng loạt. Những loại gốm quý và độc đáo nhất của nước ta, nổi tiếng trong và ngoài nước, đó là: Gốm men ngọc thời (Lý - Trần), gốm hoa nâu hay gốm men nâu (cuối Trần đầu Lê), gốm men rạn (thời Lê - Trịnh), gốm men trắng ngà (thế kỉ 17 - 19). Có thể xác nhận đều được sản xuất ở Bát Tràng, trừ gốm men nâu do làng gốm Thổ Hà (Bắc Ninh) làm là chính.

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

Các sản phẩm làm từ gốm Bát Tràng rất phong phú. Ngoài đồ gia dụng từ thông dụng đến cao cấp các loại bát, đĩa, chậu hoa, âu, thạp, ang, khay trà, ấm, điếu, bình vôi, nậm rượu, bình, lọ, chóa, hũ ... Bát Tràng còn làm nhiều mặt hàng khác như đồ lưu niệm, đồ thờ tự, các đồ cho trang trí nội, ngoại thất....

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

Gốm Bát Tràng có 5 dòng men đặc trưng thể hiện qua mỗi thời kỳ khác nhau để tạo nên những dòng sản phẩm đặc trưng khác nhau. Trên sản phẩm người thợ không chỉ tạo dáng uyển chuyển mà còn trang trí rỗng uồn khúc, đắp nổi những hoa lá tinh tế, những đồ án hoa văn khắc chìm trở thủng rất sinh động tế nhị như đồ ren bằng tơ sợi muôn màu.

1.2.2.3 Quy trình sản xuất gốm

Ở Bát Tràng cũng như các làng nghề gốm khác, quy trình này đã được đúc kết thành phong cách truyền thống riêng. Người Bát Tràng lưu truyền một quan niệm quý báu được đúc kết thành câu ca dao:

"Nhất xương, nhì da, thứ ba dạc lò"

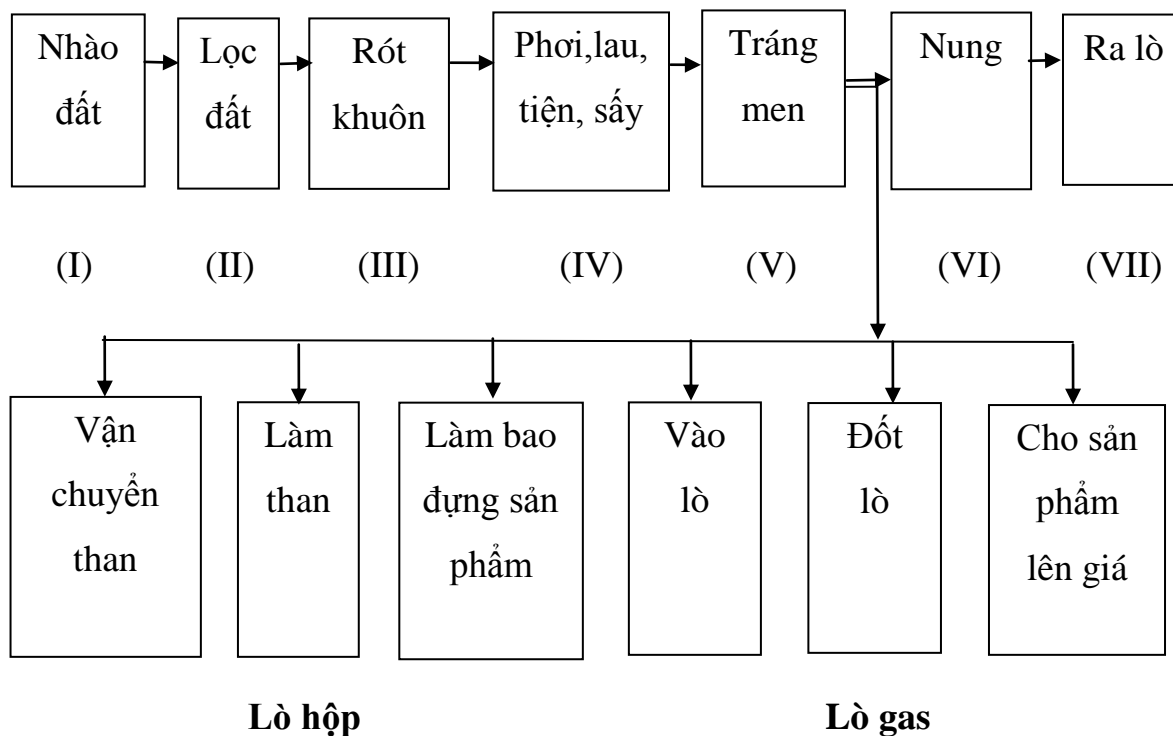
Quy trình sản xuất gốm ở Bát Tràng trải qua 3 khâu chính: tạo cốt gốm, trang trí và tráng men, nung gốm. Trong từng khâu lại có rất nhiều công đoạn nhỏ khác nhau.

Khâu tạo cốt gốm (hay còn gọi là tạo xương gốm) bao gồm các công đoạn chọn đất, xử lí và pha chế đất, tạo dáng, phơi sấy và sửa cốt gốm mộc. Trong khâu này thì kỹ thuật và phương pháp của các công đoạn hầu như không có gì thay đổi trừ công đoạn tạo dáng sản phẩm. Xưa kia, gốm Bát Tràng chủ yếu sử dụng kỹ thuật vuốt tay be trạch, đắp nặn bằng bàn xoay nhưng hiện nay kỹ thuật này đã mai một mà thay vào đó là kỹ thuật đúc bằng khuôn in. Sản phẩm sau khi dỡ khuôn chỉ cần sửa sang một chút như bỏ bavie hay vẽ lại những đường miệng sản phẩm là xong phần cốt. Làm theo cách này thì thời gian sẽ ngắn hơn, chi phí sẽ thấp hơn nhưng giá trị thẩm mỹ của sản phẩm không hề giảm đi. Đối với những sản phẩm yêu cầu cần phải đắp nổi, khắc tạo hình hay sản phẩm không thể tạo khuôn được thì người thợ gốm vẫn phải dùng tay để vẽ, nặn vuốt trực tiếp trên sản phẩm còn chưa se mặt. Sản phẩm dùng khuôn in gọi là hàng làm hàng bộ còn dùng bàn xoay thì gọi là hàng làm bàn.

Khâu trang trí và tráng men: Trang trí gồm có trang trí đắp nổi, khắc chìm, tro thủng và trang trí vẽ, bôi quét men trên sản phẩm. Tráng men gồm có chế men, tráng men, sửa hàng men.

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

Sơ đồ các công đoạn sản xuất gốm:



Trước đây người thợ gốm Bát Tràng chuyên sử dụng các loại lò như lò ếch (hay lò cóc), lò đàn và lò bầu để nung gốm, sau này, xuất hiện thêm nhiều loại lò nung khác, càng ngày càng hiện đại và đơn giản trong việc thao tác hơn. Lò ếch là kiểu lò gốm cổ nhất được sử dụng một cách phổ biến ở khắp mọi nơi, hiện nay mất hết dấu tích nhưng qua các nguồn tư liệu gián tiếp vẫn có thể hình dung được lò có hình dáng giống như một con ếch dài khoảng 7 mét, bề ngang chỗ rộng nhất khoảng 3-4 mét, cửa lò rộng khoảng 1,2 mét, cao 1 mét. Đáy lò phẳng

Nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống Bát Tràng - Hà Nội

nằm ngang, vòm lò cao khoảng từ 2 mét đến 2,7 mét. Bên hông lò có một cửa ngách rộng 1 mét, cao 1,2 mét phục vụ cho việc chông lò và dỡ sản phẩm. Lò có 3 ống khói thẳng đứng cao 3-3,5 mét. Trong mỗi bầu lò người ta chia thành 5 khu vực xếp sản phẩm là: hàng dàn, hàng gáy, hàng giữa, hàng chuột chạy và hàng mặt.

Trong quá trình lâu dài sử dụng lò ếch, để khắc phục nhược điểm của lớp đất gia cố bên trong và sàn lò, người ta thay vào đó lớp gạch mộc và vữa ghép lại.

Lò đàn xuất hiện vào giữa thế kỉ 19. Lò đàn có bầu lò dài 9 mét, rộng 2,5 mét, cao 2,6 mét được chia thành 10 bích bằng nhau. Vị trí phân cách giữa các bích là hai nổng (cột). Cửa lò rộng 0,9 mét, cao 1 mét. Bích thứ 10 gọi là bích đậu thông với buồng thu khói qua 3 cửa hẹp. Để giữ nhiệt, bích lò kéo dài và ôm lấy buồng thu khói. Lớp vách trong ghép gạch Bát Tràng, lớp vách ngoài xây bằng gạch dân dụng. Mặt dưới của cột lò gần như bằng phẳng còn mặt trên hình vòng khum. Hai bên cột lò từ bích thứ 2 đến bích thứ 9 người ta dấu mở hai cửa nhỏ hình tròn, đường kính 0,2 mét gọi là các lỗ giới để ném nhiên liệu vào trong bích. Riêng bích đậu người ta mở lỗ đậu (lỗ giới rộng hơn nửa mét). Nhiệt độ lò đàn có thể đạt được 1250–1300°C.

Lò bầu, hay lò rộng, xuất hiện vào đầu thế kỉ 20. Lò bầu chia ra làm nhiều ngăn, thường có từ 5 đến 7 bầu (cũng có khi đến 10 bầu). Bầu lò có vòm cuốn liên tiếp vuông góc với trục tiêu của lò tựa như những mảnh vỏ sò úp nối với nhau. Người ta dùng gạch chịu lửa để xây dựng vòm cuốn của lò. Lò dài khoảng 13 mét cộng với đoạn để xây ống khói ở phía đuôi dài 2 mét thì toàn bộ độ dài của lò tới 15 mét. Độ nghiêng của trục lò khoảng 12-15°. Nhiệt độ của lò bầu có thể đạt tới 1300°C.

Lò hộp hay lò đứng: khoảng năm 1975 trở lại đây người Bát Tràng chuyển sang xây dựng lò hộp để nung gốm. Lò thường cao 5 mét rộng 0,9 mét, bên trong xây bằng gạch chịu lửa giống như xây tường nhà. Lò mở hai cửa, kết cấu đơn giản, chiếm ít diện tích, chi phí xây lò không nhiều, tiện lợi cho quy mô gia đình. Vì thế hầu như gia đình nào cũng có lò gốm, thậm chí mỗi nhà có đến 2, 3 lò. Nhiệt độ lò có thể đạt 1250°C.

Lò con thoi (hay lò gas), lò Tuynen (lò hầm, lò liên tục): Trong những năm gần đây, Bát Tràng xuất hiện thêm những kiểu lò hiện đại là lò con thoi, hoặc lò tuynen, với nhiên liệu là khí đốt hoặc dầu. Trong quá trình đốt, nhiệt độ được theo dõi qua hỏa kế, việc điều chỉnh nhiệt độ mà thực chất là quá trình tăng giảm nhiên liệu được thực hiện bán tự động hoặc tự động, công việc đốt lò trở nên đơn giản hơn nhiều. Tuy nhiên, đây không phải là những lò truyền thống của Bát Tràng.

Trước đây, các lò gốm Bát Tràng dùng một loại gạch vuông ghép lại làm bao nung. Loại gạch này sau hai ba lần sử dụng trong lò đạt đến độ lửa cao và cứng gần như sành (đó chính là gạch Bát Tràng nổi tiếng). Gần đây bao nung thường được làm bằng đất sét chịu lửa có màu xám sẫm trộn đều với bột gạch hoặc bao nung hỏng nghiền nhỏ (gọi là sa môt) với tỉ lệ 25–35% đất sét và 65 - 75% sa môt. Người ta dùng một lượng nước vừa đủ để trộn đều và đánh nhuyễn chất hỗn hợp này rồi đem in (dập) thành bao nung hay đóng thành gạch ghép ruột lò. Bao nung thường hình trụ để cho lửa có điều kiện tiếp xúc đều với sản phẩm. Tùy theo sản phẩm mà bao nung có kích thước không giống nhau nhưng phổ biến hơn cả là loại có đường kính từ 15 đến 30 cm, dày 2–5 cm và cao từ 5 đến 40 cm. Một bao nung có thể dùng từ 15 đến 20 lần. Nếu sản phẩm được đốt trong lò con thoi hoặc lò Tuynen, thường không cần dùng bao nung.

1.2.2.4 Nghệ nhân

Để làm nên những tác phẩm nghệ thuật từ gốm Bát Tràng không thể không nói đến vai trò đặc biệt quan trọng của các nghệ nhân làm gốm. Thời nay, Bát Tràng có những nghệ nhân xứng đáng với truyền thống mà thế hệ di trước đã để lại như các ông Trần Văn Giàng, Nguyễn Văn Côn, Lê Văn Cam, hoặc những nghệ nhân rất trẻ như Vương Mạnh Tuấn, Lê Xuân phổ, Trần Độ... Các nghệ nhân của làng, có người tinh tế về men, có người chuyên sâu về tạo dáng, có người lại tài về vẽ hoa văn... Thời trước nói đến gốm sứ, giá trị của sản phẩm đã được gói gọn trong câu “nhất dáng, nhì men, sau đó mới đến nét khắc, vẽ”. Giờ đây gốm sứ Bát Tràng nổi tiếng đã và đang tiếp tục chinh phục người tiêu dùng, bởi các nghệ nhân Bát Tràng đã biết chú ý kết hợp tất cả các mặt nhằm tạo nên cái đẹp tổng thể cho

đồ gốm sứ. Dáng gốm thì thoáng nhìn mát mắt, men màu thì tự nhiên phóng khoáng tạo được độ trong và sâu.. vẽ trang trí, nếu dùng nét khắc chìm thì với loại men có độ cháy cao ta sẽ làm nổi bật hình vẽ... Những thành quả lao động sáng tạo của lớp nghệ nhân già cùng sức trẻ của Bát Tràng đã làm nên các sản phẩm gốm rất riêng và độc đáo.

Từ năm 2002, các nghệ nhân Bát Tràng bắt đầu liên kết để sản xuất và tiêu thụ sản phẩm thông qua Hiệp hội gốm sứ Bát Tràng. Những thành viên của hiệp hội không chỉ là những gia đình sản xuất gốm mà còn có cả các công ty kinh doanh gốm sứ. Thông qua hiệp hội, người Bát Tràng có cơ hội tìm hiểu, nắm bắt thông tin về thị trường, các kiến thức mới trong công nghệ sản xuất gốm sứ, phương thức buôn bán thời thượng mại điện tử và cách nâng cao năng lực cạnh tranh.

1.2.2.5 Lễ hội của làng

Hàng năm, làng gốm Bát Tràng tổ chức lễ hội làng từ 14 đến 16 tháng 2 Âm lịch. Lễ hội làng gốm Bát Tràng còn có sự tham gia của 3 làng xung quanh: Nam Dư thượng, Nam Dư hạ, Thủy Lĩnh. Lễ hội gồm có phần lễ và phần hội với rất nhiều các nghi lễ và trò chơi dân gian độc đáo.

Phần lễ gồm các nghi thức tế lễ theo phong tục truyền thống như lễ rước nước, tắm bài vị, rước bài vị ra đình. Theo nghi thức này thì nước được rước từ giữa sông Hồng về đền Mẫu ở ven sông để làm lễ Mộc Dục cho các bài vị đặt tại đền, sau đó mới rước bài vị về sân đình tế lễ. Ngoài ra, còn có nghi lễ dâng cúng thành hoàng một con trâu tơ béo, thui vàng, đặt cả con lên chiếc bàn lớn, kèm theo sáu mâm cỗ và bốn mâm xôi. Sau khi lễ xong, phẩm vật được hạ xuống chia đều cho các hộ cùng hưởng lộc.

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

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

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

1.2.2.6 Các công trình kiến trúc văn hóa tại Bát Tràng

- Đình làng Bát Tràng

Đình nằm trong quần thể di tích của làng gồm Bát Tràng, được xây dựng vào năm 1720 dưới đời vua Lê Dụ Tông, với kiến trúc nguy nga, bề thế. Đình quay về hướng Tây nhìn ra dòng sông Hồng. Đình có kiến trúc kiểu chữ Nhị: Phía sau là hậu cung - nơi thờ 6 vị thần được suy tôn là Lục Vị Thành Hoàng, phía trước là tòa Đại Bái gồm 5 gian 2 chái. Trong Đình còn lưu giữ bức đại tự: "Hiếu nghĩa cấp công" - đây là tấm biển vua Tự Đức ban cho dân làng Bát Tràng khi nhà Nguyễn xây thành Hà Nội vì nghĩa lớn dân làng Bát Tràng đã cạy gạch sân đình đem nộp cho triều đình.

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

Bốn mái đình cong vút, lượn sóng, phía trên đắp hình nghệ vừa mềm mại, vừa khỏe khoắn, uy nghiêm. Trên cửa chính bước vào tòa Đại Bái treo bức hoành phi 4 chữ "*Bạch thổ danh sơn*", gợi nhớ cái khung cảnh sơ khai của vùng đất sét trắng - Bạch Thổ phường (Bát Tràng ngày nay) khi dòng họ Ninh Tràng mới theo vua Lý Công Uẩn dời đô từ Hoa Lư ra thành Đại La.

- Chùa Kim Trúc:

Chùa còn có tên gọi khác là chùa Bát, ngôi chùa chính của làng Bát Tràng. Chùa có kiến trúc kiểu nội công ngoại quốc với 74 chiếc cột đá, trong chùa có bức tượng hộ pháp cao hơn 5m. Năm 1958, hưởng ứng lời kêu gọi của nhà nước cả làng Bát Tràng đã di dời chùa đến một vị trí khác để nhường đất cho công trình đại thủy nông lớn nhất thời bấy giờ để tưới tiêu cho 3 tỉnh - công trình đại thủy nông Bắc Hưng Hải.

- Trung tâm trưng bày giới thiệu sản phẩm gốm sứ Bát Tràng (còn gọi là chợ gốm).

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

Ngoài ra, chợ gốm còn có tòa nhà hội trường 2 tầng, trong đó không gian tầng 2 là giành riêng cho những du khách muốn thử tài làm một thợ gốm với một số khâu đơn giản trong quá trình sản xuất gốm như đắp nặn, tô vẽ.

- Bảo tàng gốm Vạn Vân

Địa chỉ: Số 4 Giang Cao - Bát Tràng - Gia Lâm - Hà Nội.

Đây là bảo tàng tư nhân đầu tiên tại Hà Nội do ông Trần Ngọc Lâm - hội viên hội sưu tập gốm và cổ vật Thăng Long - lập ra vào tháng 2/2006. Hiện nay, bảo tàng trưng bày và giới thiệu khoảng 400 hiện vật gốm cổ Bát Tràng thế kỷ 15 - 19 trong một ngôi nhà gỗ 200 tuổi mua từ Thái Bình chuyển lên.

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

Tiểu kết chương 1

Ngày nay du lịch làng nghề đã trở thành một trong số những loại hình du lịch văn hóa được ưu chuộng nhất. Có lẽ bởi làng nghề truyền thống không chỉ sản xuất ra các sản phẩm thủ công độc đáo, mà còn chứa đựng giá trị lịch sử, tinh hóa văn hóa lịch sử dân tộc. Đến với làng nghề du khách không chỉ được chiêm ngưỡng những sản phẩm thủ công truyền thống được tạo ra từ đôi bàn tay tài hoa, óc sáng tạo không mệt mỏi của người thợ, mà qua đó còn thấy được một nền văn hóa và kinh tế đã từng hiện hữu trong quá khứ cách đây hàng ngàn năm. Bởi lịch sử phát triển văn hóa, cũng như lịch sử phát triển kinh tế của dân tộc luôn gắn liền với lịch sử phát triển của làng nghề Việt Nam.

Du lịch làng nghề truyền thống là một loại hình du lịch văn hóa hấp dẫn góp phần làm phong phú cho sản phẩm du lịch. Du lịch làng nghề truyền thống có vai trò to lớn đối với các làng nghề, góp phần làm thay đổi bộ mặt của nông thôn Việt Nam, cải thiện đời sống nhân dân tại các vùng nông thôn còn lạc hậu.

Làng nghề truyền thống Bát Tràng mà khóa luận nghiên cứu có rất nhiều tiềm năng để phát triển du lịch và đã được khai thác trong nhiều năm qua. Qua một thời gian dài sản xuất tuy có lúc thăng lúc trầm nhưng làng gốm vẫn tồn tại phát triển. Bát tràng hiện nay đã tạo dựng cho mình một vị thế vững chắc trong đời sống sinh hoạt cũng như văn hóa của dân tộc. Ngày nay, du khách đến với Bát Tràng có thể tìm thấy nhiều nét văn hóa đặc trưng của một làng nghề truyền thống đang trên đà phát triển mạnh mẽ.

Trong tương lai du lịch làng nghề truyền thống sẽ ngày càng phát triển mạnh mẽ hơn nữa để đáp ứng nhu cầu di du lịch ngày càng cao của khách du lịch trong và ngoài nước. Tuy nhiên phát triển du lịch làng nghề truyền thống phải có quy hoạch tổng thể, theo hướng phát triển du lịch bền vững, khai thác đi đôi với bảo tồn môi trường văn hóa xã hội, môi trường tự nhiên để không làm mai một các giá trị văn hóa, giữ cho môi trường tự nhiên trong sạch, môi trường xã hội ổn định, văn minh. Bởi vì làng nghề truyền thống là sự kết tinh những nét đẹp dân tộc thuần phát, chứa đựng cả suy nghĩ tình cảm lối sống cha ông ngàn đời truyền lại.

Chương 2: Thực trạng khai thác hoạt động du lịch ở làng nghề Bát Tràng

2.1 Lượng khách du lịch đến Hà Nội và làng nghề Bát Tràng trong những năm gần đây

2.1.1 Lượng khách du lịch đến Hà Nội

Hà Nội là thủ đô, trung tâm kinh tế văn hóa, xã hội của cả nước, trong những năm qua lượng khách du lịch trong và ngoài nước đến Hà Nội không ngừng tăng lên.

Bảng 1 : Thống kê lượng khách du lịch đến Hà Nội

Năm	2007	2008	2009	2010
Lượng khách quốc tế (triệu lượt)	1,1	1,3	1,013	1,7
Khách du lịch nội địa (triệu lượt)	3,35	9	9,200	10,6

Nguồn : Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thành phố Hà Nội

Mặc dù vậy, các thống kê cho thấy du lịch Hà Nội không phải là một thành phố du lịch hấp dẫn. Với nhiều du khách quốc tế, thành phố chỉ là điểm chuyển tiếp trên hành trình khám phá Việt Nam của họ. Năm 2007, Hà Nội đón 1,1 triệu lượt khách du lịch ngoại quốc, gần bằng một nửa lượng khách của thành phố Hồ Chí Minh. Năm 2008, trong 9 triệu lượt khách của thành phố, có 1,3 triệu lượt khách nước ngoài. Năm 2009 Hà Nội đón 1,013 triệu lượt khách du lịch quốc tế (giảm 20% so với cùng kỳ năm 2008). Trong đó, khách “ngoại” giảm mạnh nhưng khách “nội” lại tăng 3,1%. Một trong những nguyên nhân khiến lượng khách quốc tế tới Hà Nội giảm là do ảnh hưởng của suy thoái kinh tế và dịch cúm A/H1N1 bùng phát mạnh ở nhiều nơi, trong đó có nước ta. Theo đó, nhiều khách sạn cao cấp công suất phòng cũng đã giảm khoảng 20-30% so cùng kỳ 2008. Năm 2010,

Nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống Bát Tràng - Hà Nội

số khách quốc tế ước đạt 1,7 triệu lượt, tăng 62% so với năm 2009. Ngoài ra, có 10,6 triệu lượt khách nội địa đến Hà Nội, tăng 10% so với năm trước. Đặc biệt, chỉ trong 10 ngày đại lễ đã có trên 30.000 lượt khách quốc tế và 1,2 triệu khách nội địa đến thủ đô.

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

Thành phần cơ cấu khách: hiện nay khách du lịch quốc tế đến Hà Nội chủ yếu mang quốc tịch Hàn Quốc, Trung Quốc, Pháp, Nhật Bản, Bắc Âu, Ôxtraylia, Đài Loan, Mỹ, Tây Ban Nha... Khách du lịch Trung Quốc chiếm vị trí lớn nhất trong tổng số lượt khách đến Hà Nội.

Bảng 2 : Các thị trường hàng đầu đến Hà Nội năm 2010

Thị phần	Năm 2009 (lượt khách)	Ước tính năm 2010 (lượt khách)	Tỷ lệ (%)
Tổng số	1.013.334	1.200.000	118,42
Trung Quốc	122.972	136.849	133,34
Pháp	99.320	116.034	116,83
Úc	88.005	92.939	105,61
Hàn Quốc	49.945	48.832	97,77
Nhật Bản	94.907	117.475	123,78
Mỹ	67.834	68.358	100,77
Đài Loan	36.997	34.648	93,65
Đức	50.233	132.010	262,79

Nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống Bát Tràng - Hà Nội

Malaysia	37.124	37.250	100,34
Anh	58.848	68.540	116,87

Nguồn : Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thành phố Hà Nội

Nhìn chung hoạt động du lịch Hà Nội trong những năm gần đây đang trên đà khởi sắc. Năm 2009 là năm khó khăn cho ngành du lịch Việt Nam nói chung và du lịch Hà Nội nói riêng, tuy nhiên bất chấp nền kinh tế thế giới đang trên đà suy thoái, hoạt động du lịch vẫn phát triển ngoạn mục với tổng doanh thu 22,7 ngàn tỷ đồng, đây là con số ấn tượng đối với kinh tế - xã hội của thủ đô. Bước sang năm 2010, sự phục hồi kinh tế trong nước cùng với việc tổ chức thành công Đại lễ 1000 năm Thăng Long – Hà Nội và năm du lịch quốc gia 2010... đã tác động tích cực tới hoạt động du lịch thủ đô. Tổng doanh thu du lịch năm 2010 tăng 21% so với năm 2009 với trên 30 ngàn tỷ đồng¹.

2.1.2 Khách du lịch đến với làng gốm Bát Tràng

Khách quốc tế đến với Hà Nội năm 2009 và 2010 chủ yếu là khách Châu Á với hơn 50% tổng lượng khách và ít nhất là khách Châu Phi với chưa đến 1%.

Trong số khách quốc tế đến Hà Nội thì lượng khách đến với Bát Tràng chiếm khoảng 6 - 7%. Mỗi năm làng gốm Bát Tràng đón khoảng 6000 - 7000 khách quốc tế đến đây để chiêm ngưỡng các sản phẩm và thực hiện các giao dịch thương mại với các nhà sản xuất và người bán lẻ. Và hàng vạn khách du lịch nội địa đến đây tham quan mua sắm, nghiên cứu tìm hiểu. Theo Ban quản lý chợ gốm sứ Bát Tràng cho biết: trung bình hàng tháng, chợ gốm Bát Tràng đón 25 - 30 nghìn lượt khách trong nước, 5 - 6 nghìn lượt khách quốc tế².

Khách nội địa chủ yếu là học sinh, sinh viên; các chuyên gia, nhà nghiên cứu tìm hiểu về gốm Bát Tràng chiếm khoảng 60% và các doanh nhân, một số khách đến tham quan mua sắm đơn thuần chiếm 40%.

Khách quốc tế đến với Bát Tràng cũng vô cùng đa dạng với nhiều quốc tịch khác nhau chủ yếu là Châu Âu (Anh, Pháp, Đức...) Nhật Bản và Trung Quốc.

¹ Theo Tạp chí du lịch Việt Nam, số 4/ năm 2011, Trang 48,49

² Theo <http://www.baomoi.com/Home/DuLich/www.ktdt.com.vn/Phat-trien-du-lich-lang-nghe-Bat-Trang>

Khách du lịch Châu Á (như Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc, Đài Loan...) họ ưa chuộng những sản phẩm tinh tế, hoa văn cầu kỳ, chi tiết. Khách châu Âu lại thích những sản phẩm đơn giản, họa tiết gọn ghẽ, thẳng thắn, sang trọng và đặc biệt quan tâm đến độ an toàn của sản phẩm, như chất liệu có độc hại không, sản phẩm có dễ bong tróc trong điều kiện thời tiết lạnh không...

Khách quốc tế đến đây chủ yếu là tham quan làng nghề gốm sứ truyền thống đơn thuần kết hợp mua sắm đồ gốm sứ như một mặt hàng lưu niệm chiếm 85%. Khách đến đây tham quan tìm hiểu đặt quan hệ làm ăn bằng các đơn đặt hàng chiếm khoảng 25%.

Tùy vào mục đích của khách mà họ có thể đến và lưu lại tại Bát Tràng với thời gian dài ngắn khác nhau. Hầu hết, khách du lịch đến với Bát Tràng trong chương trình du lịch kéo dài nửa ngày (chủ yếu vẫn là thăm quan các xưởng làm gốm sứ, bảo tàng gốm sứ và mua sắm đồ lưu niệm), một số ít khách du lịch tham gia vào chương trình học và nặn, vẽ đồ gốm sứ dưới sự hướng dẫn của các nghệ nhân. Khách du lịch đến Bát Tràng thường tập trung đông vào dịp cuối tuần, các ngày lễ, tết và có thể diễn ra vào các ngày trong tuần tùy thuộc vào chương trình du lịch. Lượng khách lưu lại qua đêm hoặc sử dụng dịch vụ lưu trú, ăn uống tại Bát Tràng không đáng kể do dịch vụ du lịch ở đây chưa đáp ứng được nhu cầu và do khoảng cách từ trung tâm Hà Nội đến Bát Tràng quá gần, nên Bát Tràng chỉ là điểm thăm quan thuần túy còn các dịch vụ khác được phục vụ khách tại Hà Nội. Do đó, chi tiêu của khách tại Bát Tràng chủ yếu vẫn là mua sắm đồ gốm sứ thủ công, thăm quan hoặc chi tiêu cho các chương trình học nặn vẽ đồ gốm sứ....

2.2 Thực trạng khai thác du lịch tại làng nghề Bát Tràng

2.2.1 Thực trạng chính sách phát triển của làng gốm Bát Tràng

Năm 2001 UBND thành phố Hà Nội đã quyết định phê duyệt “*bản quy hoạch chi tiết làng nghề truyền thống Bát Tràng*”. Kế hoạch gồm có: Cải tạo và nâng cấp đường liên xã qua Bát Tràng (gắn với thoát nước và chiếu sáng); cải tạo và nâng cấp hệ thống điện, nước và xây dựng cảng Bát Tràng. Thực tế là đoạn đường từ đê qua làng Giang Cao và UBND xã đến làng cổ Bát Tràng mới được

hoàn thành khoảng 3/4 còn đoạn từ đê qua làng Giang Cao đến Bát Tràng thì vẫn chưa được hoàn thành, đường điện chiếu sáng ở địa phận xã Bát Tràng cũng chưa được tiến hành xây lắp.

Thành phố đã quyết định đầu tư cải tạo đường, vỉa hè, thoát nước, điện chiếu sáng (giai đoạn 1) với số vốn 8.345 triệu đồng, trong đó ngân sách cấp 6.820 triệu đồng. Giữa tháng 12/2001, dự án chính thức khởi công, hoàn thành cuối tháng 6/2002. Đây cũng là dự án làng nghề du lịch quy mô lớn của cả nước. Đồng thời xã cũng đang triển khai lập dự án cấp nước sạch khoảng 6,6 tỷ đồng; dự án cải tạo nâng cấp điện hạ thế trên 2 tỷ đồng; dự án xây dựng hạ tầng kỹ thuật (giai đoạn 2) khoảng 4 tỷ đồng. Tổng số các dự án đầu tư vào Bát Tràng trên 20 tỷ đồng sẽ tạo cho làng nghề này bộ mặt mới, cải thiện điều kiện môi trường phục vụ cho hoạt động phát triển kinh tế - văn hóa và tham quan du lịch của làng gốm sứ¹.

Nằm trong các hệ thống thống các làng nghề truyền thống tại Hà Nội, trong năm 2008, làng gốm Bát Tràng cũng đã được thành phố ưu tiên đầu tư để xây dựng và phát triển thương hiệu. UBND thành phố đã ban hành quyết định số 22 nhằm bảo tồn và phát triển làng nghề truyền thống. Theo nghị quyết này sự trợ giúp của thành phố bao gồm :

Theo quyết định này, sự trợ giúp của thành phố sẽ bao gồm: đưa ra tên thương hiệu cho làng nghề, thiết kế lôgô, đăng kí thương hiệu độc quyền, tư vấn về việc xây dựng và quản lý thương hiệu, xây dựng quy định sử dụng thương hiệu, và thiết lập tiêu chuẩn quản lý chất lượng. Sự trợ giúp này áp dụng cho tất cả các quy mô sản xuất trong các làng nghề: các tổ chức lớn, cơ sở kinh doanh với quy mô vừa và nhỏ, và đặc biệt là cơ sở kinh doanh mặt hàng thủ công truyền thống.

Để khuyến khích làng nghề thủ công truyền thống mở rộng thị trường tiêu thụ, thành phố sẽ giúp cơ sở kinh doanh trong các làng nghề thủ công tiếp cận tốt hơn thông tin thị trường. Thành phố cũng giúp các làng và các cơ sở kinh doanh phát triển website dựa trên website chính của thành phố.

¹ Theo <http://battrang.info>

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

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

Đề du lịch Bát Tràng không còn là tiềm năng trong những năm qua, một hành trình văn hóa kết nối các làng gốm cổ truyền tại vùng đông bắc châu thổ sông Hồng đã được thiết lập, nhằm giới thiệu những nét văn hóa đặc sắc thông qua du lịch. Đây là nỗ lực của Cục di sản văn hóa nước ta và cơ quan di sản của cộng đồng Bỉ nói tiếng Pháp (Wallonie – Bruxelles) trong khuôn khổ chương trình “Hành trình văn hóa qua các làng nghề truyền thống”¹.

Hiện nay thành phố Hà Nội nói chung và huyện Gia Lâm nói riêng mới chỉ có những chính sách cho phát triển làng nghề, chưa có chính sách cho phát triển du lịch Bát Tràng.

Bên cạnh đó chính quyền xã Bát Tràng thì chưa thật sự vào cuộc, chưa có những biện pháp, việc làm cụ thể để thúc đẩy du lịch làng gốm Bát Tràng phát triển.

2.2.2 Thực trạng về quy hoạch và đầu tư cơ sở hạ tầng tại Bát Tràng

2.2.2.1 Về quy hoạch và cơ sở hạ tầng

Đoạn đường bộ từ chân cầu Chương Dương đến làng gốm dài khoảng 10km đã được trải nhựa nhưng còn nhỏ hẹp và hiện nay đã bị xuống cấp nặng, xuất hiện rất nhiều ổ gà tương đối khó đi. Mùa khô thì bụi, mùa mưa thì bẩn và lầy lội. Đường làng ngõ xóm đã được bê tông hóa nhưng ngoài một số trục đường chính lớn thì các đường ngõ còn rất nhỏ chỉ khoảng một sải tay chạy vòng vèo sâu hun

¹Theo <http://www.hrpc.com.vn>, bài Hà Nội ưu tiên phát triển thương hiệu các làng nghề truyền thống, ngày 30-11-2008

hút rất khó cho việc đi lại của người dân, đặc biệt rất dễ gây ra lạc đường cho người lạ nhất là khách du lịch.

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

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

Bát Tràng đã xây dựng được trung tâm trưng bày giới thiệu sản phẩm gốm sứ (hay còn gọi là chợ gốm) để trưng bày, giới thiệu một cách có hệ thống và khoa học các sản phẩm của làng để từ đó giúp du khách có thể tham quan, chiêm ngưỡng và mua sắm. Tuy nhiên, chợ gốm còn nhỏ hẹp, các hộ kinh doanh tại chợ thì mạnh ai lấy làm chưa có sự liên kết với nhau và Ban quản lý chợ thì chủ yếu mới tập trung vào quản lý hoạt động kinh doanh còn hoạt động quản lý thu hút khách du lịch của làng thì chưa thật sự có hiệu quả.

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

Hiện nay, tại Bát Tràng có hơn 300 doanh nghiệp và hơn 200 cơ sở sản xuất, kinh doanh. Nhưng các xưởng sản xuất còn nhỏ bé, đơn điệu thiếu quy hoạch trong tổ chức sản xuất, tiêu thụ và giới thiệu sản phẩm tới khách hàng. Các cơ sở sản xuất này cũng là nơi ăn, ở và sinh hoạt của các hộ gia đình, vì vậy vừa không đảm

Nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống Bát Tràng - Hà Nội

bảo cho đời sống của người dân vừa thiếu không gian phục vụ cho sản xuất kinh doanh. Công nghệ trong sản xuất gốm tại làng còn lạc hậu chủ yếu là các kỹ thuật thủ công, đã có sự ứng dụng của các thiết bị máy móc hiện đại nhưng không đáng kể. Đặc biệt là công nghệ trong quá trình nung sản phẩm gốm chủ yếu vẫn là dùng than gây ra tình trạng ô nhiễm khá nặng nề cho làng gốm với lượng khói bụi lớn, số lượng các lò dùng gas còn rất hạn chế.

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

Cả xã Bát Tràng mới có một trung tâm y tế là trạm y tế xã, ở làng nghề Bát Tràng hiện nay chưa có một trung tâm y tế khám chữa bệnh nào tư nhân, chỉ có một vài hiệu thuốc do tư nhân mở chưa thật sự phục vụ được nhu cầu của người dân cũng như của khách du lịch.

Xã Bát Tràng được quy hoạch tổng thể từ năm 2001 nên có thể coi nơi đây có hệ thống cơ sở hạ tầng tương đối khá.

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

Khi các tour du lịch Bát Tràng bằng đường thủy được lập ra du khách sẽ được ngắm nhìn dòng sông Hồng, các làng ven sông, nghe thuyết minh về dòng sông cùng các dấu tích lịch sử mà nó mang trong mình, sau đó là ghé thăm làng gốm Bát Tràng. Đây chính là một tiềm năng góp phần thúc đẩy du lịch tại làng gốm Bát Tràng phát triển đặc biệt khi mà cảng du lịch ở Bát Tràng được hoàn thành vào năm 2009.

Làng cổ Bát Tràng có diện tích là 5,31 ha gồm dân cư hai xóm 1 và 2 của thôn Bát Tràng cổ. Trong bản quy hoạch chi tiết về làng nghề năm 2001 UBND thành phố Hà Nội đã phê duyệt khu làng cổ này sẽ được bảo tồn về không gian, mạng lưới đường, trong quy hoạch đã xác định các công trình kiến trúc nhà ở có giá trị và công trình di tích như đình, đền, chùa. Trong Làng cổ Bát Tràng còn lại duy nhất một lò bầu truyền thống, được giữ lại để phục vụ thăm quan du lịch. Xây dựng thêm các công trình văn hoá, thương mại - dịch vụ, tạo thành một khu trung tâm có ý nghĩa về lịch sử - văn hoá - du lịch - thương mại, góp phần tôn tạo giá trị di sản của làng nghề truyền thống.

Mặc dù còn một số hạn chế, nhưng nếu so sánh với các làng nghề khác thì hệ thống cơ sở hạ tầng tại Bát Tràng hơn hẳn về mọi mặt và đã phát triển hoạt động du lịch được nhiều năm qua. Tuy nhiên, để nâng cao hiệu quả khai thác du lịch, hệ thống cơ sở hạ tầng tại đây cũng cần được quy hoạch lại, nâng cấp và nâng cao vai trò quản lý để đảm bảo mục tiêu phát triển bền vững của làng nghề, khai thác các giá trị của làng nghề cho phát triển du lịch đồng thời bảo tồn văn hóa truyền thống và phong cảnh nông thôn đặc hữu của Bát Tràng.

2.2.2.2 Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch và Dịch vụ du lịch phục vụ khách

Hệ thống cơ sở vật chất phục vụ trực tiếp cho du lịch còn rất yếu kém. Tại đây chỉ có duy nhất cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống. Nhưng dịch vụ phục vụ ăn uống chỉ có nhà hàng Lan Anh là có đủ khả năng phục vụ các đoàn khách du lịch và tối đa cũng chỉ phục vụ được khoảng 100 khách một lúc. Còn một số cửa hàng ăn uống khác như cửa hàng “Phở 139” thì chỉ phục vụ các khách lẻ và người dân trong làng. Bên cạnh đó chất lượng phục vụ và trình độ chuyên môn của nhân viên ở nhà hàng còn thấp. Rất ít nhà hàng và gần như không có nhà nghỉ, khách sạn. Nhưng quanh khu vực công chợ và bến xe, các hàng ăn uống bình dân, không có sự quản lý về chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm lại mọc lên như nấm, tranh nhau chèo kéo du khách. Hệ thống các nhà hàng giải khát, quán cafe có trang bị internet, wifi phục vụ du khách hầu như chưa có hoặc chưa có định hướng phục vụ khách du lịch mà chỉ phục vụ nhu cầu bình dân của cư dân trong làng.

Nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống Bát Tràng - Hà Nội

Hệ thống cơ sở lưu trú và các cơ sở phục vụ vui chơi giải trí thì chưa có. Nhiều khi khách muốn tham quan tìm hiểu sâu hơn, khám phá văn hóa làng nghề, mong muốn được lưu trú tại làng nghề thì Bát Tràng không thể đáp ứng được mà du khách phải quay trở về thành phố Hà Nội để lưu trú. Mặt khác, một số khách đến đây ngoài mục đích chính là tham quan, mua sắm, nghiên cứu tìm hiểu họ cũng có những nhu cầu khác về vui chơi giải trí nhưng Bát Tràng chưa hề có những cơ sở phục vụ nhu cầu này của khách.

Dịch vụ du lịch phục vụ khách tại Bát Tràng mới chỉ tập trung vào tổ chức hoạt động thăm quan một số xưởng làm gốm, thăm quan bảo tàng gốm, tham gia chương trình tập làm gốm, kết hợp với mua sắm đồ gốm thủ công làm quà lưu niệm... Các dịch vụ du lịch kèm theo ở Bát Tràng còn yếu kém, thiếu phong phú và không có tính độc đáo. Hầu như các giá trị văn hóa lịch sử, truyền thống tinh hoa của làng nghề gốm Bát Tràng, đội ngũ nghệ nhân, cũng như yếu tố cảnh quan vị trí lợi thế của một làng nghề cổ truyền ngay sát sông Hồng chưa được khai thác cho hoạt động du lịch.

Các điểm thăm quan, xưởng gốm, bảo tàng gốm chưa được chọn lọc và đầu tư một cách bài bản, khoa học để trở thành điểm du lịch có tính hấp dẫn và đặc sắc. Tại Làng nghề chưa chú trọng việc trưng bày sự hình thành và phát triển của làng nghề gốm tại các điểm thăm quan và bảo tàng thông qua việc phục dựng thành các bộ phim 3D, 4D với nhiều thứ tiếng để phục vụ du khách ; hoặc kết hợp với ngành khảo cổ học để phục dựng các lò gốm cổ để trở thành điểm thăm quan hấp dẫn du khách. Nội dung thuyết minh về làng gốm, xưởng gốm chưa được quan tâm để đưa vào chương trình phục vụ khách thăm quan. Chương trình giới thiệu xưởng gốm, đặc trưng đồ gốm, chương trình giao lưu với nghệ nhân chưa được chú trọng...

Rải rác cả làng có vài chục điểm “vuốt - nặn - vẽ” cho du khách thử sức làm gốm trên bàn xoay với giá vào cửa 10 ngàn đồng. Đi kèm với đó là tô tượng, vẽ lọ, vẽ bát – giá thành tùy thuộc vào vật phẩm mà khách lựa chọn. Giá cả khá phải chăng nhưng hình thức thì không mới mẻ lắm.

Thật không dễ nếu đi thẳng đến Bát Tràng để đăng ký một tour du lịch xe trâu bởi những chuyến du lịch này thường được các công ty bên Hà Nội đặt kín từ trước. Với mức giá khá "mềm", khoảng 150.000 - 200.000 đồng (ngày lễ, ngày nghỉ) cho một chuyến xe trâu dạo quanh Bát Tràng nên tour du lịch đặc biệt này lúc nào cũng đắt khách. Những chiếc xe trâu bằng gỗ tốt, đủ chỗ cho 10-12 người ngồi được thiết kế khá đẹp và có mái che.

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

Dịch vụ bán hàng lưu niệm: Ở đây chưa có dịch vụ đóng gói vận chuyển hàng lưu niệm cho khách ra nước ngoài. Hình thức thanh toán tiền, đổi tiền, sử dụng thanh toán bằng thẻ visa tại các cửa hàng ở Bát Tràng tương đối phát triển và thuận tiện cho khách.

Sự thiếu thốn và yếu kém về hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật và dịch vụ du lịch là điểm hạn chế lớn của Bát Tràng cần phải khắc phục ngay để thu hút và phát triển du lịch.

2.2.3 Thực trạng về môi trường du lịch

2.2.3.1 Môi trường tự nhiên

Trước đây, trên địa bàn làng gốm Bát Tràng hiện còn có hơn 1.000 lò nung các loại đang hoạt động. Mỗi năm, làng gốm Bát Tràng tiêu thụ khoảng 70.000 tấn than và 100.000 tấn đất vật liệu để sản xuất các sản phẩm gốm sứ. Quá trình sản xuất này đã thải ra khoảng 130 tấn bụi/năm và làm rơi vãi, loại bỏ khoảng 225 tấn đất vật liệu và than. Các lò nung của Bát Tràng còn thải ra khoảng 6.800 tấn tro xỉ/năm. Thêm vào đó, khói từ than và gỗ đốt lò đã gây ô nhiễm nghiêm trọng không khí trong làng. Môi trường ở làng gốm Bát Tràng đang bị ô nhiễm khá nặng

nề. Bát Tràng gần như phải oằn mình, ngộp trong bầu không khí ô nhiễm nặng với 70% dân số bị mắc bệnh rối loạn đường hô hấp và hơn 80% bị đau mắt hột. Lượng chất thải sinh ra như xỉ than, bụi và các khí độc hại như SO₂, CO₂, NO₂ ... ở làng gốm Bát Tràng hiện nay đều vượt xa mức cho phép. Nồng độ các chất độc hại lớn hơn tiêu chuẩn cho phép từ 1,8 đến 2 lần¹. Xỉ phế thải chất thành từng đống, lẫn cả đường đi. Gây ảnh hưởng lớn đến sức khỏe của người dân. Và đây cũng là một trong những nguyên nhân làm cho du lịch ở đây chưa thật sự thu hút được khách du lịch.

Không những vậy không gian xanh của làng hầu như không có cộng với nhiệt độ của các lò nung gốm tỏa ra làm cho nhiệt độ trung bình của làng lúc nào cũng cao hơn nhiệt độ trung bình của môi trường tự nhiên từ 2 - 3 độ C.

Hiện nay, ở Bát Tràng, hơn 80% lò gốm sử dụng than, củi hay rơm rạ đã chuyển sang dùng lò công nghiệp đốt bằng gas, nhờ vậy đã hạn chế tối đa ô nhiễm môi trường, đồng thời giảm được lượng phế phẩm. Thành công này có một phần đóng góp không nhỏ của dự án nâng cao hiệu quả sử dụng năng lượng trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa (Bộ Khoa học và Công nghệ) được triển khai tại đây 4 năm trước.

Năm 2006, Ban quản lý dự án nâng cao hiệu quả sử dụng năng lượng trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa phối hợp cùng UBND xã Bát Tràng và Hiệp hội gốm sứ Bát Tràng triển khai dự án “Thúc đẩy ứng dụng lò gas nung gốm tiết kiệm năng lượng” tại làng nghề này. Đến nay, đã có 95 cơ sở sản xuất gốm sứ được thụ hưởng dự án, 35 cơ sở sản xuất khác đang trong giai đoạn hoàn tất. Theo kế hoạch phát triển của dự án đến hết năm 2010 sẽ thực hiện chuyển đổi về cơ bản 150 lò than đang hoạt động tại xã thay thế bằng lò gas tiết kiệm năng lượng.

Với ưu điểm giảm tiêu hao nhiên liệu, chi phí sản xuất và tiết kiệm thời gian nung, lò gas đang là lựa chọn số 1 của các doanh nghiệp gốm tại Bát Tràng. Theo ông Lê Đức Trọng, Giám đốc Công ty cổ phần thiết kế và sản xuất gốm sứ Bát Tràng, nhờ ưu điểm giảm tiêu hao nhiên liệu, giảm chi phí sản xuất 30% và tiết

¹ Theo <http://monre.gov.vn> của Cục Bảo vệ môi trường - Bộ Tài nguyên và Môi trường

kiệm thời gian nung, mỗi năm lò nung gas đã giúp tiết kiệm được khoảng 3.000 tấn dầu quy đổi và giảm phát thải trên 12.000 tấn khí CO₂. Bên cạnh đó sản phẩm gốm từ lò nung gas chất lượng cao hơn và doanh thu tăng 30% so với đốt bằng than đã mang lại hiệu quả kinh tế lớn cho các hộ sản xuất¹.

Lò nung gas đã thực sự mang lại bầu không khí trong lành cho làng nghề Bát Tràng, đến Bát Tràng những ngày này, khách thập phương không phải bước trên những con đường ngập ngụa than, tro xỉ và các phế phẩm đủ kích cỡ, trong bầu không khí ngộp ngộp, nồng nặc khí than đến tức thở, mà thay vào đó những con đường làng sạch sẽ.

Tuy các lò gas có nhiều ưu việt nhưng giá thành cao, nên việc đầu tư vào lò gas vẫn chưa nhiều.

Bát Tràng hiện nay rất thiếu không gian, cảnh quan môi trường của một làng quê. Khách du lịch, đặc biệt khách du lịch quốc tế không chỉ đến đây để tham quan làng nghề một cách đơn thuần, mà họ còn muốn tránh xa không khí ồn ào, náo nhiệt của các đô thị phát triển để thư giãn trong không gian tĩnh lặng, không khí thanh bình của cảnh làng quê. Nhưng đến với Bát Tràng hôm nay họ chỉ thấy nhà cửa san sát, ngõ ngách rất nhỏ lại còn lầy lội, bụi bẩn. Những lối đi chỉ rộng khoảng một sải tay hai bên là tường cao có đắp đầy những than rất mất thẩm mỹ. Không khí trong lành, tĩnh lặng và yên bình của một làng quê nay được thay bằng không khí hối hả tấp nập của một đô thị.

2.2.3.2 Môi trường xã hội

- Ý thức của người dân trong việc phục vụ khách du lịch : thái độ của người dân đối với hoạt động du lịch tại Bát Tràng là tương đối tốt. Các hộ gia đình, các quầy bán hàng và trưng bày sản phẩm ,, cùng người dân làng gốm đa phần có lòng hiếu khách, cởi mở, sẵn sàng giúp đỡ khách thập phương tới đây . Nhưng bên cạnh đó vẫn còn có một số ít người có thái độ thờ ơ, thiếu tôn trọng khách. Điều này gây nên sự mất thiện cảm ở một số khách hàng đối với làng nghề.

¹ Theo <http://battrang.craftb2c.com>

- Nạn chèo kéo khách, nạn chặt chém, nói thách, mang hàng chợ, hàng Trung Quốc giả danh là hàng của làng gồm Bát Tràng bán cho khách du lịch còn khá phổ biến

- Ý thức bảo vệ làng nghề truyền thống, bảo vệ môi trường cảnh quan của người dân còn kém. Họ chưa ý thức được việc bảo tồn làng nghề để phát triển du lịch tại đây.

2.2.4 Thực trạng về nguồn nhân lực

Nguồn nhân lực để phát triển du lịch còn mỏng và yếu đặc biệt là đội ngũ cán bộ nhân viên phục vụ trực tiếp cho ngành du lịch như cán bộ quản lý du lịch, hướng dẫn viên du lịch, thuyết minh viên tại điểm, đội ngũ nhân viên bán hàng, hướng dẫn khách làm gốm.... Hiện nay, Bát Tràng chưa có một cán bộ nào được đào tạo qua các trường lớp, có chuyên môn nghiệp vụ về du lịch, chỉ mới có một vài con em trong làng theo học chuyên ngành du lịch, được đào tạo chính quy, có chuyên môn nghiệp vụ nhưng lại không về công tác, phục vụ tại làng. Do không được đào tạo cơ bản, nên việc phục vụ thuyết minh cho khách yếu đã làm giảm đi đáng kể giá trị văn hóa của làng nghề truyền thống.

Việc sử dụng đội ngũ nghệ nhân am hiểu về văn hóa làng nghề như là những thuyết minh viên hoặc hướng dẫn viên du lịch phục vụ du khách để giúp du khách hiểu rõ hơn về những giá trị đặc sắc của gốm sứ Bát Tràng chưa được chú trọng.

Đội ngũ nhân viên bán hàng tại các cửa hàng gốm sứ chưa được đào tạo về du lịch để phục vụ khách, chưa được bồi dưỡng về kiến thức làng nghề. Trình độ ngoại ngữ thì yếu kém, chỉ mới biết nói bồi được mấy câu tiếng anh, hầu như chưa được qua trường lớp đào tạo.

2.2.5 Hoạt động quảng bá để thu hút khách du lịch tại làng gốm Bát Tràng

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

những trang web của các cơ sở kinh doanh tư nhân lập ra để quảng cáo cho công ty mình, cho các sản phẩm của mình chứ gần như không nói gì đến làng nghề và quảng bá giới thiệu du lịch làng nghề. Có duy nhất trang: **Battrang.info** ra đời năm 2007 là trang thông tin chung của cả làng nhưng thông tin còn quá sơ sài, đặc biệt là những thông tin về du lịch và mới chỉ có một thứ tiếng là tiếng Việt. Chưa có một ấn phẩm sách, báo, tạp chí nào cụ thể và đầy đủ thông tin để giới thiệu về Bát Tràng cho du khách cũng như những người quan tâm muốn tìm hiểu về làng gốm Bát Tràng.

Tuy nhiên nhân dịp kỷ niệm 3 năm của trang: battrang.info với dấu ấn thay đổi giao diện và thay đổi cách thức làm việc. Trong thời gian tới Battrang.info sẽ nâng cấp thêm ngôn ngữ tiếng Anh để hướng tới việc tiếp cận với khách hàng quốc tế.

Mục tiêu trong thời gian tới của battrang.info là:

- 1- Nâng cấp hệ thống giới thiệu về Bát Tràng bằng video và âm thanh
- 2- Xây dựng quyển sách tổng quan về Bát Tràng bằng Audio.
- 3- Xây dựng hệ thống giới thiệu sản phẩm
- 4- Xây dựng hoàn thiện bộ sản phẩm hướng dẫn du lịch tới Bát Tràng bằng Video.

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

Bát Tràng đã xây dựng được những không gian riêng cho du khách có thể tìm hiểu về gốm Bát Tràng đó chính là các xưởng sản xuất gốm trong làng và cả một hội trường tầng 2 của chợ gốm được xây dựng dành riêng cho du khách, để du

khách có thể tự mình thử tài làm một thợ gốm với một số khâu khác nhau của quá trình làm gốm từ vuốt nặn đến tô vẽ sản phẩm gốm.

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

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

Ông Dương Xuân Cảnh, Chủ tịch gốm sứ bát tràng khẳng định: “Để đảm bảo thương hiệu uy tín cho thương hiệu Bát Tràng, chúng tôi có một hội đồng thẩm định, trong đó có các nhà khoa học tự nhiên và xã hội đảm bảo chất lượng và tính thẩm mỹ của những sản phẩm mang thương hiệu Bát Tràng là làng nghề chúng tôi đã quyết tâm chung sức để đảm bảo chất lượng cho sản phẩm”. Đây là cách quản lý chất lượng sản phẩm hữu hiệu, đảm bảo uy tín cho làng gốm và quyền lợi của khách hàng¹.

Nói là vậy nhưng khi mua hàng khách vẫn chưa được đảm bảo quyền lợi, hiện tại chưa có tổ chức hay cá nhân nào trực tiếp đứng ra thẩm định giá trị của các mặt hàng rao bán. Sự tham gia thẩm định của hội đồng như lời ông Cảnh đã nói chưa đi vào thực tế. Giá cả không đồng đều, cùng một loại hàng nhưng có đến 2 - 3 mức giá khiến uy tín của làng nghề giảm sút. Đó là tình trạng phổ biến không chỉ ở làng nghề Bát Tràng mà còn cả ở những làng nghề truyền thống khác. Đó là về giá cả còn về chất lượng thì người mua một số ít người có chuyên môn hay sành sỏi về đồ gốm còn lại là không hiểu biết nhiều. Thậm chí ngay với cả người thợ thủ công

¹ Theo <http://subattrangonline.net/Gốm-Sứ-Bát-Tràng>

lành nghề, chất lượng sản phẩm còn chưa đồng đều giữa các cơ sở sản xuất trong làng gốm. Mẫu mã sản phẩm tuy đa dạng phong phú xong vẫn còn những hàng nhái sản phẩm của nước ngoài và những sản phẩm thông dụng trên thị trường. Đây là những vấn đề cấp bách mà làng nghề Bát Tràng cần có biện pháp hữu hiệu để giải quyết nhằm đảm bảo sức hấp dẫn của du lịch làng nghề mà vẫn tăng được thu nhập cho người dân.

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

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

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

2.2.6 Các tour du lịch khai thác tại làng gốm Bát Tràng

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

Tham quan đình, chùa, đền và văn chỉ của làng: khi tham quan tại các công trình di tích này du khách sẽ được nghe hướng dẫn viên thuyết minh cung cấp

những thông tin về lịch sử hình thành và phát triển của làng cũng như của nghề, những bước đi trong tiến trình lịch sử của làng. Đồng thời sẽ được nghe giới thiệu những nét khái quát chung nhất về các công trình di tích này. Du khách sẽ được tự mình quan sát, ngắm nhìn kiến trúc, cách bài trí trong các công trình kiến này để phần nào hiểu được những giá trị lịch sử, văn hóa, tâm linh tinh thần mà nó mang trong mình.

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

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

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

Tham quan cơ sở sản xuất gốm: Sở dĩ hoạt động tham quan các cơ sở sản xuất gốm gây được hứng thú cho du khách vì tại đây họ mua được hàng của Bát Tràng tận lò với giá rẻ, được nghe giới thiệu, thuyết minh về toàn bộ quy trình sản xuất gốm; được tận mắt quan sát các khâu khác nhau của quá trình tạo ra một sản phẩm; được ngắm nhìn các sản phẩm thô chưa qua quá trình nung; được giao lưu, trò chuyện, trao đổi trực tiếp với những nghệ nhân nổi tiếng, giàu kinh nghiệm trong nghề điều đó rất hữu ích cho những ai thích khám phá, tìm hiểu.

Và điều đặc biệt nhất là du khách sẽ được tự mình tham gia vào một công đoạn nào đó trong quá trình làm ra 1 sản phẩm gốm, họ có thể tự do thể hiện tài năng, óc sáng tạo cùng với trí tưởng tượng của bản thân trên sản phẩm của mình, họ sẽ có cơ hội tự mình thử làm một thợ gốm thực thụ tại các xưởng gốm ở Bát Tràng có thể là thợ vẽ gốm cũng có thể là thợ nặn gốm. Các sản phẩm đó sẽ được nhà lò cho vào nung cho du khách, thời gian nung nếu vượt quá thời gian thăm

viếng của du khách thì sản phẩm đó sẽ được gửi lại cho du khách thông qua đường bưu điện. Và thường các sản phẩm có sự tham gia của du khách sẽ được bán lại cho họ với giá chỉ bằng một nửa giá của sản phẩm nếu du khách mua sản phẩm. Sự thú vị này chỉ có thể tìm thấy khi bạn đến thăm làng gốm Bát Tràng.

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

Bên cạnh đó, hoạt động tham quan mua sắm tại chợ gốm cũng tạo cho du khách nhiều hứng thú vì sau khi xem sản xuất gốm tại các cơ sở, tự tay làm gốm, được ngắm các sản phẩm thô thì khi tham quan chợ gốm họ được ngắm nhìn, chiêm ngưỡng những sản phẩm gốm hoàn thiện để cảm nhận sự khác nhau giữa gốm thô và gốm hoàn thiện. Đồng thời tại đây du khách sẽ được tham quan tất cả các sản phẩm gốm với đủ kích cỡ chủng loại khác nhau. Từ đó họ có thể chọn mua cho mình, cho người thân, bạn bè những sản phẩm gốm mà họ ưng ý, có ý nghĩa và hợp với túi tiền của mình với giá cả phải chăng, hàng hóa đảm bảo chất lượng.

Đặc biệt là có một hoạt động du lịch mới được đưa vào khai thác từ cuối năm 2006 đầu năm 2007 gây được hứng thú cho du khách nhất là du khách quốc tế. Đó là hoạt động du lịch bằng "xe trâu". Tới đây, du khách sẽ có cơ hội ngồi lên những chiếc xe trâu xinh xắn thông dong ngắm quang cảnh làng và ghé thăm các lò gốm trong làng với giá chỉ 45.000 đồng/cuộc với khách Việt còn 5 - 7 USD đối với một khách quốc tế trong vòng 2 giờ đồng hồ.

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

2.2.6.2 Các hoạt động du lịch chính tại Bát Tràng

Du lịch tham quan làng gốm Bát Tràng đơn thuần.

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

Kết hợp tham quan mua sắm tại làng gốm Bát Tràng với việc tham quan một số công trình di tích lịch sử ở các vùng phụ cận.

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

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

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

Chương trình 1: Hà Nội - Làng gốm Bát Tràng - Làng tranh Đông Hồ - chùa Bút Tháp - Hà Nội, (1 ngày).

8h00: Xe đón khách tại điểm hẹn đi Bát Tràng.

9h00: QK tham quan các xưởng sản xuất, giao lưu với các nghệ nhân gốm của làng, mua sắm tại chợ gốm Bát Tràng.

11h30: Nghỉ ngơi ăn trưa tại nhà hàng Lan Anh ở Bát Tràng.

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

15h30: Lên xe trở về Hà Nội, kết thúc CTDL.

Chương trình 2: Hà Nội - đền Dâm - đền Đại Lộ (Hà Tây) - đền Chủ Đồng Tử (Hưng Yên) - Hà Nội, (1 ngày).

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

08h30: QK lên bờ tham quan đền Dâm - đền Đại Lộ (Hà Tây).

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

11h15: Tham quan đền Chủ Đồng Tử (Hưng Yên).

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

Nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống
Bát Tràng - Hà Nội

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

15h30: QK trở về Hà Nội.

16h30: QK kết thúc chuyến đi tại Chương Dương Độ.

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

08h00: Tàu rời bến đưa QK ngược dòng sông Hồng.

10h00: Qk tham quan đình Chèm (nơi thờ Lý Ông Trọng).

11h30: QK ăn trưa trên tàu.

12h40: QK tham quan chùa Bồ Đề (Gia Lâm).

14h30: QK tham quan làng gốm Bát Tràng.

16h30: QK lên tàu trở về Hà Nội.

Chương trình 4: Hà Nội - Bát Tràng - Hà Nội.

a. Chương trình một ngày

Sáng

Khởi hành từ 8h sáng, 8h40 phút đến Bát Tràng, nghỉ ngơi 20 phút.

9h: Tham quan đình Bát Tràng, một trong những ngôi đình cổ qui mô lớn nhất miền Bắc. Đến thăm khu xóm cổ, các xưởng gốm nổi tiếng.

10h30: Về xưởng gốm học lý thuyết do nghệ nhân giảng dạy.

10h45: học nặn gốm.

11h30: Đi ăn trưa.

12h30 – 13h: Nghỉ trưa.

Chiều

13h15: Thực hành nặn, tạo hình dưới sự hướng dẫn của nghệ nhân.

15h30: Kết thúc nặn (sản phẩm của khách sẽ được nung, đốt, hẹn trả tại 52 Hoàng Ngọc Phách sau 04 – 05 ngày).

15h35: Đi mua sắm tại xưởng gốm, hoặc chợ gốm.

17h00: Kết thúc chuyến tham quan. Mọi người tập trung khởi hành về Hà Nội.

Chi phí: 50,000 đ/người.

Chi phí trên bao gồm

Nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống Bát Tràng - Hà Nội

- Chi phí hướng dẫn du lịch của người làng Bát Tràng.
- Chi phí giảng dạy lý thuyết, nặn gốm của nghệ nhân.
- 01 sản phẩm tự nặn.
- Ăn trưa tại Bát Tràng.

Chi phí trên không bao gồm

- Phương tiện đi lại.
- 01 thành phẩm (sản phẩm đã được nung, đốt) gốm sứ mang về.
- Chi phí gửi xe tại làng Bát Tràng.

b. Chương trình nửa ngày

Khởi hành từ Hà Nội từ 7h sáng, 7h40 phút đến Bát Tràng, nghỉ ngơi 20 phút.

8h: Tham quan đình Bát Tràng, một trong những ngôi đình cổ qui mô lớn nhất miền Bắc. Đến thăm khu xóm cổ, các xưởng gốm nổi tiếng.

9h: Về xưởng gốm học lý thuyết do nghệ nhân giảng dạy.

9h15: học nặn gốm.

10h30: Thực hành nặn, tạo hình dưới sự hướng dẫn của nghệ nhân.

11h30: Kết thúc. Mọi người có thể mua sắm tại chợ gốm, ăn trưa tự túc.

Chi phí: 30,000 đ/người.

Chi phí trên đã bao gồm:

- Chi phí hướng dẫn du lịch của người làng Bát Tràng.
- Chi phí giảng dạy lý thuyết, nặn gốm của nghệ nhân.
- 01 sản phẩm tự nặn

Chi phí trên không bao gồm:

- Phương tiện đi lại, ăn trưa.
- 01 thành phẩm gốm sứ (sản phẩm đã được nung, đốt) mang về.
- Chi phí gửi xe tại làng Bát Tràng.

Chương trình 5: Làng gỗ Đồng Kỵ - làng rạn Lê Mật - làng gốm Bát Tràng (1 ngày)

06h30: Xe và HDV đón khách khởi hành đi tham quan làng nghề gỗ Đồng Kỵ (Bắc Ninh).

Nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống
Bát Tràng - Hà Nội

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

09h00: Lên xe về làng rấn Lệ Mật .

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

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

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

14h00: Bắt đầu tham quan tìm hiểu làng gốm Bát Tràng. Nghe các nghệ nhân giới thiệu về lịch sử hình thành và phát triển của nghề gốm ở Bát Tràng.

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

16h30: Lên xe về Hà Nội.

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

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

Ngày 1:

07h00: Xe và HDV đón khách tại điểm hẹn đi tham quan Lăng Bác.

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

10h30: Đoàn tiếp tục tham quan Bảo tàng Hồ Chí Minh. Nghe HDV giới thiệu về Người và quá trình ra đi tìm đường cứu nước của Người.

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

14h00: Lên xe đi thăm Hồ Gươm.

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

15h30: Về khách sạn nghỉ ngơi, tự do ăn tối và ngắm thành phố về đêm.

Ngày 2:

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

Nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống Bát Tràng - Hà Nội

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

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

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

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

15h30: Tự do tìm hiểu các doanh nghiệp sản xuất gốm và mua đồ lưu niệm tại các cửa hàng giới thiệu sản phẩm hoặc tại chợ gốm.

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

Nhìn chung các chương trình du lịch trên đã đáp ứng được nhu cầu của khách du lịch muốn tìm hiểu về làng nghề truyền thống Bát Tràng như:

- Thời gian rất phù hợp với từng đối tượng khách

- Hoạt động chủ yếu trong các chương trình du lịch là tham quan làng gốm Bát Tràng, mua sắm, tham quan các xưởng gốm như: Xưởng gốm Song Hải ở xóm 3 - Bát Tràng. Đây là xưởng gốm của gia đình Bác Hải đã hoạt động được khá lâu, từ thời của cụ cố đã truyền nghề lại cho các thành viên trong gia đình. Tới đây, du khách được thỏa thích tự mình làm nên những sản phẩm gốm, tự mình sáng tạo và đương nhiên sẽ có sự hướng dẫn của thợ trong xưởng dịch vụ này được rất nhiều du khách tham gia.

Sân Chơi Gốm Hoàng Thương Làng cổ Bát Tràng với không gian nhà lá mộc mạc đơn sơ nằm sát bên Chợ Gốm Làng Cổ Bát Tràng, sát đường lớn gần bên xe Bus 47 Long Biên - Bát Tràng từ lâu đã trở thành điểm du lịch trong hành trình tour của các trường tiểu học và trung học cơ sở trên địa bàn thành phố Hà Nội. Không gian rộng rãi thoáng mát, cảnh quan đẹp, tiện đường giao thông, có chỗ nghỉ ngơi ăn uống, hướng dẫn viên nhiệt tình... Đến đây, quý khách có thể yên tâm về chất lượng phục vụ, giá cả. Du khách sẽ có những không gian thoải mái, thoải trí sáng tạo thử tay nghề nặn vẽ gốm. Từ Chợ Gốm Bát Tràng tới Sân chơi Hoàng Thương chỉ mất chưa đầy 1 phút đi bộ. Nằm sát bên Chợ Gốm làng cổ Bát Tràng, với khuôn viên rộng rãi thoáng mát, trang thiết bị hoàn hảo lại nằm sát bên

mặt đường lớn tiện đường đi lại, tiện đường xe Bus số 47 Long Biên - Bát Tràng, Sân Chơi Gốm Hoàng Thương là nơi bạn thỏa sức sáng tạo, cảm nhận công việc làm gốm của các nghệ nhân Bát Tràng.

Hầu hết các xưởng gốm ở Bát Tràng hiện nay đều cho du khách tập làm gốm tại xưởng với giá cả vô cùng hợp lý: du khách chỉ phải trả giá bằng đúng giá sản phẩm mình mang về, theo giá bán trên thị trường. Việc mở ra và ngày càng muốn mở rộng du lịch Bát Tràng không chỉ là mong muốn của riêng người dân nơi đây mà cũng là chủ trương chung của chính quyền.

- Đối tượng phục vụ rất đa dạng chủ yếu là học sinh, sinh viên, cán bộ công nhân viên chức...

- Tuy nhiên các chương trình du lịch trên chưa có tính độc đáo, hấp dẫn chỉ là tham quan làng gốm đơn thuần. Chương trình còn đơn điệu và lặp lại.

2.3 Đánh giá chung hoạt động du lịch tại làng gốm Bát Tràng

- Hoạt động du lịch góp phần quảng bá một cách rộng rãi và có hiệu quả cho hình ảnh làng gốm Bát Tràng và các dòng sản phẩm gốm truyền thống của làng. Khi mà hoạt động du lịch phát triển một cách thật sự có hiệu quả với quy mô, cơ cấu tổ chức khoa học, chất lượng các dịch vụ du lịch đảm bảo, thái độ phục vụ tốt cộng với sự thân thiện của người dân nơi đây sẽ để lại ấn tượng tốt đẹp trong lòng mỗi du khách và khi đó mỗi du khách sẽ trở thành một người tuyên truyền, quảng cáo một cách miễn phí mà đem lại hiệu quả cao nhất cho làng gốm Bát Tràng.

Bát Tràng không chỉ được du khách trong nước biết đến mà nó đã và đang thu hút được ngày càng nhiều du khách quốc tế từ các quốc gia khác nhau đến với mình. Du lịch chính là cầu nối trung gian giữa những người yêu, quan tâm, tìm hiểu những giá trị truyền thống của gốm Bát Tràng. Cũng chính từ sự giao lưu, tiếp xúc, tìm hiểu này mà đã tạo nên những cuộc hội thảo, hội nghị lớn về các giá trị truyền thống của làng nghề, từ đó có những cuộc triển lãm quốc gia, khu vực và quốc tế về gốm sứ Bát Tràng đã được diễn ra như triển lãm tại các hội chợ hàng thủ công mỹ nghệ truyền thống Việt Nam, triển lãm gốm Bát Tràng tại Nhật Bản... Đây chính là một hình thức quảng cáo, tuyên truyền đạt hiệu quả cao trong việc

Nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống Bát Tràng - Hà Nội

giới thiệu hình ảnh của làng gốm Bát Tràng cũng như các sản phẩm gốm của làng tới du khách.

- Góp phần vào sự phát triển kinh tế, văn hóa - xã hội của làng gốm Bát Tràng: khi du lịch được đưa vào khai thác sẽ tạo ra một thị trường khách mới cho làng gốm Bát Tràng - đó là thị trường khách du lịch. Thị trường này tuy nhỏ bé với số lượng sản phẩm bán ra không lớn nhưng giá trị lợi nhuận mang lại sẽ tăng lên (do giá bán lẻ cho khách du lịch bao giờ cũng cao hơn so với giá bán thông thường). Mặt khác, nếu là khách du lịch quốc tế thì khi bán sản phẩm cũng chính là Bát Tràng đã xuất khẩu được một sản phẩm của mình tại chỗ mà không mất một đồng tiền vận chuyển và thuế xuất hàng như sự xuất khẩu thông thường. Đây là một thị trường khách đầy tiềm năng để làng nghề Bát Tràng khai thác phát triển.

Hoạt động du lịch đem lại nguồn thu nhập cho người dân trong làng. Bên cạnh việc bán các sản phẩm gốm làm ra cho du khách để thu lợi nhuận thì cũng có rất nhiều dịch vụ khác được mở ra để phục vụ du khách mà chủ yếu là dịch vụ ăn uống.

Hoạt động du lịch đã gián tiếp góp phần thúc đẩy làng gốm phát triển đi lên. Khi làng nghề được đưa vào khai thác phục vụ cho hoạt động du lịch thì đã có rất nhiều khách đến tham quan, mua sắm cũng như tìm hiểu về các dòng sản phẩm gốm Bát Tràng. Như vậy, sẽ có nhiều ý kiến đánh giá, so sánh về sản phẩm của các cơ sở kinh doanh cũng như giữa gốm Bát Tràng và các dòng sản phẩm gốm khác trên thị trường, qua đó các nhà kinh doanh, các thợ thủ công có thể tiếp thu được những ý kiến đánh giá nhận xét hay, độc đáo để cùng với việc cải tiến về kỹ thuật và công nghệ tạo ra những sản phẩm có chất lượng ngày càng cao, mẫu mã ngày càng phong phú và đẹp. Chỉ có như vậy, thì sản phẩm gốm của Bát Tràng mới đủ sức cạnh tranh với các dòng sản phẩm gốm khác đặc biệt là gốm sứ Trung Quốc để khẳng định vị trí, chỗ đứng của mình trên thị trường trong nước cũng như thị trường quốc tế. Điều này đã gián tiếp thúc đẩy làng gốm Bát Tràng phát triển.

Trong số các du khách đến với Bát Tràng có cả những nhà nghiên cứu tìm hiểu về gốm Bát Tràng nói riêng về gốm Việt Nam nói chung, thông qua các công

trình nghiên cứu, khảo nghiệm này các nghệ nhân sẽ có những cơ sở khoa học cụ thể trong việc khôi phục, gìn giữ và phát triển các dòng gốm cổ có giá trị để từ đó đưa vào sản xuất phục vụ nhu cầu của người dân. Càng những dòng sản phẩm cổ, độc đáo thì càng có giá trị cao về mọi mặt: kinh tế, kỹ thuật, mỹ thuật và các giá trị văn hóa khác.

Du lịch cũng là một trong các nhân tố có tác động không nhỏ tới quá trình đô thị hóa nông thôn ở Bát Tràng. Đường làng ngõ xóm được bê tông hóa, các hoạt động sản xuất đã được cơ giới hóa, điện khí hóa, tự động hóa. Mạng lưới thông tin liên lạc ngày càng phát triển rộng khắp trong làng. Từ khi hoạt động du lịch được đưa vào khai thác thì đã có rất nhiều các dự án đầu tư khác nhau để phát triển cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật như dự án đầu tư hơn 6 tỷ đồng của ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội để thực hiện tôn tạo nâng cấp làng nghề gốm Bát Tràng, hay dự án đầu tư xây dựng cảng du lịch Bát Tràng.

- Tuy nhiên du lịch phát triển đồng nghĩa với việc những tác động xấu của du lịch đối với môi trường sẽ xảy ra. Đặc biệt là vấn đề rác thải do khách du lịch và các cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch thải ra.

Khi du lịch phát triển kéo theo một lượng lớn khách du lịch sẽ đến với làng gốm Bát Tràng, điều này cũng có nghĩa là vấn đề trật tự an ninh an toàn xã hội sẽ phức tạp hơn. Du lịch phát triển sẽ làm mất đi những nét văn hóa truyền thống, làm thương mại hóa làng nghề: khi du lịch phát triển cũng đồng nghĩa với việc hàng loạt các dịch vụ xuất hiện theo điều này đã tạo ra một sự thay đổi trong cơ cấu lao động trước đây nhà nhà làm gốm, người người làm gốm thì nay người dân làng Bát Tràng lại tập trung vào việc kinh doanh buôn bán mỗi hộ sản xuất chỉ còn một đến hai người làm gốm còn thợ thì hầu hết đều là dân ở các vùng lân cận đến làm thuê.

Khi mà việc sản xuất một cách đại trà bằng các phương pháp hiện đại như hiện nay sản phẩm gốm thủ công truyền thống đã trở thành một loại hàng hóa phổ biến trên thị trường hàm lượng giá trị văn hóa trong các sản phẩm bị giảm đi một cách nhanh chóng, các sản phẩm đó cũng đã ngày càng bị thương mại hóa để đạt được lợi nhuận tối đa. Chính điều này đã phần nào làm mất đi các giá trị văn hóa

truyền thống, những gì là tinh hoa, tinh túy trong sản phẩm gốm truyền thống. Những gì là bản sắc văn hóa truyền thống của dân tộc ẩn chứa trong các sản phẩm nay hầu như không còn nữa. Nghề truyền thống có nguy cơ bị mai, một, mẫu mã sản phẩm nghèo nàn, phổ nghề biến dạng, lớp trẻ của làng nghề không còn hứng thú với nghề truyền thống của cha ông.

2.4 Những hạn chế mà làng gặp phải

Mặc dù làng Bát Tràng trong những năm qua đã có sự phục hồi và phát triển về kinh tế, có những thành tựu nhất định về cải thiện và nâng cao đời sống của nhân dân, góp phần đa dạng hoá sản phẩm, nâng cao tính cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường trong nước và quốc tế nhưng sản xuất và tiêu thụ sản phẩm của làng vẫn còn nhiều hạn chế và khó khăn cần khắc phục:

- Trước hết, đó là thị trường tiêu thụ sản phẩm. Làng Bát Tràng 100% dân cư làm nghề thủ công và dịch vụ nên có thể nói lượng sản phẩm sản xuất ra là rất lớn. Thị trường tiêu thụ chủ yếu là bán buôn với số lượng lớn cho các nơi nên giá thường rất rẻ. Sản phẩm của Bát Tràng vốn rất nổi tiếng nhưng thị trường xuất khẩu lại có tính ổn định không cao. Còn đối với chính những cửa hàng tại làng, hàng hoá lại không thể bán trực tiếp được do lượng sản phẩm dành cho khách du lịch còn chưa nhiều, chưa đủ hấp dẫn nên lợi nhuận thu được giảm đi rất nhiều. Khi làm hàng theo các đơn đặt hàng của các đại lý hay các công ty nước ngoài, thì họ còn không cho cơ sở sản xuất in biểu tượng hay dấu hiệu riêng của cơ sở mình lên sản phẩm, mà bắt phải ghi tên của công ty đặt hàng, làm cho các sản phẩm của làng không đến được tay khách hàng theo đúng xuất xứ của nó. Làm mất đi thương hiệu của gốm Bát Tràng.

- Vấn đề phát triển sản xuất cũng là vấn đề đang được đặt ra của làng nghề. Làng có lượng lao động dồi dào với vốn nghề truyền thống rất quý báu và thị trường rộng lớn nhưng vốn cho sản xuất hầu hết là vốn tự có, vốn vay ngân hàng và vay tư nhân với lãi suất cao. Việc hỗ trợ cho vay ưu đãi của nhà nước còn quá ít. Cạnh tranh và liên kết kinh tế trong làng nghề còn hạn chế, 70% sản phẩm của làng là do các hộ tư nhân sản xuất ra, mỗi lò làm một loại sản phẩm nên tính cạnh

Nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống Bát Tràng - Hà Nội

tranh vẫn chưa cao và sự liên kết để tạo sự lớn mạnh, uy tín đối với các cơ sở ở phạm vi rộng hơn như về khâu nguyên vật liệu hay tiêu thụ còn chưa nhiều.

- Ô nhiễm môi trường tại Bát Tràng cũng là vấn đề cần quan tâm đặt biệt. Nguyên liệu chính cho sản xuất là đất, than, củi và một số hoá chất. Mà tại xã Bát Tràng nói chung hiện còn 63% các lò vẫn còn đốt lò hộp bằng than cám. Do các lò nung thường xuyên hoạt động, nên nhiệt độ ở làng khá cao, phải hơn $1,5^{\circ}\text{C}$ đến 3°C so với các làng khác. Tác nhân gây ô nhiễm môi trường là các chất thải rắn: xỉ than, than củi, các sản phẩm loại,... và các khí đốt lò, khí thải của các phương tiện vận chuyển v.v...

- Một điểm nữa cũng cần được đề cập đến đó là sự quan tâm, giúp đỡ và đầu tư nâng cấp của nhà nước đối với Bát Tràng là chưa thích đáng. Sự phát triển mạnh về sản xuất và thương mại trong những năm vừa qua của cả xã Bát Tràng là sự phân chia: Bát Tràng thì sản xuất còn Giang Cao làm thương mại. Mặc dù trong chủ trương của Đảng bộ và chính quyền thành phố Hà Nội nói chung và chủ trương của Đảng bộ và chính quyền huyện Gia Lâm nói riêng đã lựa chọn làng Bát Tràng thuộc xã Bát Tràng để xây dựng mô hình làng nghề, xã nghề truyền thống với mục tiêu là: phát triển sản xuất gắn liền với phát triển du lịch thương mại, phát triển kinh tế phải đảm bảo môi trường sống của nhân dân, đổi mới cuộc sống nông thôn đồng thời phải giữ gìn và tôn vinh bản sắc văn hoá làng xã.

- Chất lượng dịch vụ chưa thực sự hấp dẫn, Cơ sở hạ tầng nghèo nàn.

- Công tác tuyên truyền quảng bá, liên kết giữa làng nghề và các công ty lữ hành để phát triển tuyến điểm du lịch còn chưa chặt chẽ.

- Đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên tại điểm, văn hóa ứng xử còn thiếu và yếu kém về chuyên môn.

- Yếu tố văn hóa làng nghề truyền thống chưa được khai thác nên hoạt động du lịch làng nghề chưa thực sự hiệu quả.

- Thị trường bão hòa với hàng giả và các sản phẩm kém chất lượng được xuất sứ từ Trung Quốc được trà trộn vào các sản phẩm của làng nghề. Sản phẩm sản

Nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống Bát Tràng - Hà Nội

xuất theo ý thích bản thân hoặc rập khuôn theo truyền thống mà chưa có sự sáng tạo và tìm hiểu thị hiếu của khách du lịch.

- Gốm Bát Tràng nổi tiếng là thế nhưng vào chợ Bát Tràng thì hỗn tạp hàng tinh thì ít “hàng chợ thì nhiều”. Khách nước ngoài vào chợ chỉ để tham quan chứ không mua được gì.

- Chính sách hỗ trợ khuyến khích phát triển làng nghề Bát Tràng của nhà nước tuy đã được rất quan tâm, song chưa tác động nhiều đến các đơn vị sản xuất. Hoạt động của làng nghề vẫn chịu sự tác động chủ yếu của cơ chế thị trường tự phát.

- Vì chưa có nhận thức, đúng đắn, đầy đủ về du lịch làng nghề, nên chưa thu hút được cộng đồng dân cư địa phương tham gia khai thác tài nguyên du lịch phục vụ cho phát triển du lịch. Hoạt động du lịch ở đây chỉ mới manh nha hình thành, chưa thực sự phát triển.

Chính vì vậy không chỉ Nhà nước quan tâm đầu tư, bảo tồn, phát triển cho làng mà chính mỗi người dân Bát Tràng cũng cần có trách nhiệm giữ gìn vốn cổ, thực hiện quy hoạch thì nơi đây thực sự sẽ là điểm sáng của làng nghề gốm sứ, làng nghề du lịch trong cả nước.

Tiểu kết chương 2

Hoạt động du lịch ở Bát Tràng hiện nay đang diễn ra rất sôi động so với các làng nghề truyền thống khác trong cả nước. Các sản phẩm du lịch ở Bát Tràng hiện nay khá phong phú và đa dạng, có khả năng hấp dẫn cao đối với du khách. Điều này phần nào nhờ vào các điều kiện về vị trí, kinh tế... vốn có cộng với thành quả lao động sáng tạo của người dân làng nghề đem lại. Tuy nhiên theo đánh giá sự phát triển này còn nhiều khó khăn về cơ sở hạ tầng, giao thông yếu kém, phong cách phục vụ không chu đáo thiếu sự chuyên nghiệp. Bên cạnh đó, thuyết minh viên làng nghề vừa thiếu vừa yếu. Các bước triển khai các chính sách, dự án đầu tư của nhà nước và tư nhân cũng còn diễn ra chậm chạp. Lí do này xuất phát từ việc chúng ta chưa sử dụng một cách tối ưu các tiềm năng vốn có, các hoạt động du lịch mới diễn ra một cách tự phát. Bát tràng chưa có các biện pháp hữu hiệu để giải quyết những vấn đề ảnh hưởng xấu đến du lịch như: ô nhiễm môi trường, tính thương mại hóa trong sản xuất hàng hóa truyền thống làm giảm sức hút của du lịch văn hóa. Sau đây em xin đề xuất một số giải pháp nhằm khai thác tốt hơn những tiềm năng phát triển du lịch của làng gốm Bát Tràng

Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống Bát Tràng - Hà Nội

3.1 Một số giải pháp phát triển du lịch tại làng gốm Bát Tràng

3.1.1 Giải pháp quản lý, quy hoạch phát triển du lịch

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

Tiến hành quy hoạch làng gốm Bát Tràng theo dự án “quy hoạch chi tiết làng nghề truyền thống Bát Tràng” đã được đề ra năm 2001 dưới sự phê duyệt của Sở Quy hoạch kiến trúc, Sở Giao thông công chính, Sở Kế hoạch đầu tư thành phố Hà Nội. Dự án bao gồm: Quy hoạch xây dựng làng nghề và khu dân cư tách xa nhau (với diện tích khu sản xuất mới có diện tích 16,4 ha) vừa đảm bảo được môi trường, sức khỏe cho người dân, cho khách du lịch vừa phục vụ tốt nhất cho việc sản xuất cũng như việc áp dụng các công nghệ tiên tiến vào quá trình sản xuất; quy hoạch các công trình kiến trúc có giá trị khu làng cổ (xóm 1 và xóm 2) như nhà cổ, lò gốm cổ, đình, chùa, đền để lưu giữ; bảo tồn những giá trị truyền thống phục vụ cho phát triển kinh tế xã hội cũng như cho du lịch của làng gốm.

3.1.2 Giải pháp xây dựng cơ sở hạ tầng phục vụ cho phát triển du lịch

3.1.2.1 Xây dựng cơ sở hạ tầng

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

Nâng cấp cảng đường sông tại làng gốm Bát Tràng thành cảng du lịch. Dự kiến cảng du lịch Bát Tràng sẽ khởi công xây dựng đầu năm 2008 và hoàn thành vào năm 2009 với tổng vốn đầu tư lên tới 15,7 tỷ đồng từ nguồn vốn ngân sách thành phố. Đây sẽ là cảng du lịch cấp 2 với bến tàu dài 30m có kè bảo vệ và các

công trình phụ trợ đủ khả năng đón tàu chứa 150 khách. Ước tính nếu cảng đưa vào khai thác sẽ đón khoảng 200.000 lượt khách một năm. Cảng Bát Tràng sẽ là một trong những bến đỗ của tour du lịch sinh thái, văn hóa di chuyển bằng tàu thủy trên sông Hồng. Từ trung tâm Hà Nội, nếu theo đường thủy có thể xuất phát từ bến Chương Dương dọc theo sông Hồng đến bến Đình Bát Tràng (nơi xây cảng du lịch Bát Tràng).

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

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

Xây dựng hệ thống xử lý rác thải trong quá trình sản xuất gốm làm giảm mức độ ô nhiễm môi trường tại làng gốm Bát Tràng. Sử dụng các thiết bị chụp hút khí thải và bụi như: Thiết bị lọc tĩnh, lọc túi tùy theo mức độ công suất của làng nghề mà sử dụng công suất hợp lý đảm bảo lượng khí thải không vượt quá $50\text{mg}/\text{m}^3\text{N}$. Xây dựng ống khói hợp lý đảm bảo khí phát tán đều ra môi trường.

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

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

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

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

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

Đề xuất phục dựng lại không gian làng gốm cổ, quy hoạch như hiện nay không thể hiện được nét truyền thống của làng nghề đã có từ thế kỷ 15-16.

Xây dựng hoàn chỉnh một bảo tàng trưng bày gốm hiện đại để lưu giữ lại những sản phẩm độc đáo của làng nghề.

Phục dựng lại một số lò gốm cổ để du khách có thể đến tham quan, tìm hiểu về những giá trị cổ xưa còn lưu giữ đến ngày hôm nay.

Xây dựng, quy hoạch để phát triển tuyến du lịch tham quan làng gốm bằng đường thủy dọc sông Hồng.

3.1.2.2 Xây dựng các cơ sở dịch vụ phục vụ cho phát triển du lịch

Phát triển du lịch làng nghề phải hiệu quả trên các mặt kinh tế, xã hội và môi trường. Tiến hành xây dựng, mở rộng, nâng cấp các cơ sở nhà hàng phục vụ nhu cầu ăn uống của du khách, đảm bảo được số lượng cũng như chất lượng phục vụ.

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

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

Trùng tu tôn tạo, bảo vệ các công trình di tích của làng có ý nghĩa lịch sử, văn hóa, xã hội:

- Phải có chính sách trùng tu, tôn tạo, bảo vệ các công trình di tích như đình, chùa, đền, văn chỉ, một cách cụ thể để vừa giữ được các công trình di tích vừa không làm mất đi những giá trị văn hóa truyền thống mà nó mang trong mình.

- Cần có những chính sách, biện pháp tu sửa, bảo vệ các công trình di tích lịch sử có ý nghĩa khác trong làng như di tích Bác Hồ về thăm làng vào năm 1958 hay di tích nơi in tờ báo “độc lập” đầu tiên và cũng là nơi mà nhạc sĩ Văn Cao đã sáng tác bài Quốc ca của nước ta hiện nay. Đây là những di tích vô cùng có ý nghĩa không chỉ với làng gồm Bát Tràng mà còn có ý nghĩa với cả đất nước ta. Đó là các tài nguyên du lịch nhân văn vô cùng có ý nghĩa cần được trùng tu, tôn tạo để đưa vào khai thác phát triển du lịch tại làng gồm Bát Tràng.

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

3.1.3 Giải pháp xúc tiến quảng bá du lịch tại làng nghề truyền thống Bát Tràng

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

Phát hành những tờ rơi, tập gấp với những hình ảnh minh họa sinh động về làng gốm Bát Tràng để phát cho du khách khi tới tham quan làng nghề. Để họ có được những thông tin, chỉ dẫn khái quát nhất về làng. In ấn sách giới thiệu, bản đồ, tờ rơi, tờ gấp về du lịch làng nghề Bát Tràng bằng nhiều thứ tiếng cung cấp cho khách du lịch tại sân bay, khách sạn....

Đặc biệt là, bên cạnh việc sản xuất các sản phẩm hàng hóa truyền thống Bát Tràng nên chú ý hơn nữa đến việc sản xuất các sản phẩm mang tính du lịch làm quà lưu niệm để bán cho du khách mỗi khi đến tham quan làng và các sản phẩm này chỉ nên phân phối tại làng. Những sản phẩm đó có thể mang hình ảnh của làng, của thủ đô Hà Nội, của đất nước và con người Việt Nam để thông qua các sản phẩm này quảng bá, giới thiệu tới du khách về làng gốm Bát Tràng cũng như về đất nước và con người Việt Nam, lưu lại ấn tượng sâu sắc trong lòng mỗi du khách khi họ đặt chân tới làng gốm Bát Tràng. Đây là một hình thức quảng bá miễn phí nhưng đem lại hiệu quả vô cùng to lớn cho làng gốm Bát Tràng.

Về vấn đề đảm bảo chất lượng sản phẩm cho người tiêu dùng, ngoài việc nâng cao hiệu quả của hội đồng thẩm định giá trị sản phẩm, cần có những hoạt động thiết thực hơn nữa để bảo vệ quyền lợi người mua. Một đề xuất nhỏ là sau khi kiểm định các nhà khoa học nên dán tem chứng nhận chất lượng sản phẩm cho những mặt hàng có phẩm cấp cao, giá trị lớn. Các hộ, người kinh doanh gốm sứ muốn bán được giá phải đem hoặc đăng kí mời các chuyên gia thẩm định sản phẩm. Người mua hàng khi ấy chỉ cần nhìn tem kiểm định chất lượng là có thể biết được thành phẩm thuộc loại nào, chất lượng ra sao có tương thích với giá cả hay không để lựa chọn khi giao dịch. Các hộ nên thống nhất biểu giá chung, nếu yếu tố đầu vào khác nhau thì tốt nhất nên tham khảo giá bản để điều chỉnh cho phù hợp sao cho không có sự chênh lệch quá lớn gây sự khó hiểu cho người mua. Phát triển du lịch chỉ bền vững khi cả công ty du lịch và cộng đồng địa phương coi trọng chất lượng phục vụ khách, mang lại sự hài lòng cho du khách.

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

lich, sở du lịch thành phố, tại các trang báo điện tử khác ...Hoặc dán áp phích quảng cáo ở sân bay hay các công trình giao thông công cộng.

Để tăng cường mối quan hệ giữa hàng thủ công và du lịch bằng cách đầu tư vào hàng thủ công địa phương dành cho đồ dùng trang trí và dùng trong các khách sạn, nhà nghỉ, nhà hàng sẽ được xây dựng ở Bát Tràng trong thời gian tới hoặc phối hợp với các khách sạn nổi tiếng ở Hà Nội có nhiều khách du lịch lưu trú (Như khách sạn: Daewoo, Horison, Hilton Hanoi Opera, Melia, Nikko, Sofitel Metropole, Sheraton, Sofitel Plaza, và Inter Continental) trưng bày và bán hàng lưu niệm, giới thiệu sản phẩm làng nghề đặc sắc của làng gốm Bát Tràng để khách du lịch có thể chiêm ngưỡng khi lưu trú tại khách sạn và biết đến một làng nghề rất nổi tiếng ở Hà Nội đồng thời có chính sách khuyến khích việc sử dụng các phương pháp thủ công đối với các công ty, đại lý lữ hành, khách sạn trong và ngoài nước như bán các sản phẩm làng nghề của mình cho họ với mức giá ưu đãi hay tặng quà kỷ niệm. Đây là một hình thức quảng cáo rất hiệu quả.

Tham gia hội chợ triển lãm hàng thủ công truyền thống được tổ chức hàng năm, tham gia các Festival làng nghề, mở rộng hệ thống bán lẻ, trưng bày và bán hàng trong các lễ hội truyền thống, xây dựng và bảo hộ thương hiệu sản phẩm đặc trưng của làng nghề. Gốm Bát Tràng đã được bình chọn là sản phẩm thủ công truyền thống tiêu biểu tại Festival các làng nghề thủ công truyền thống tổ chức tại Huế. Và làng gốm Bát Tràng được Hiệp hội làng nghề Việt Nam bầu chọn là làng nghề truyền thống tiêu biểu. Đây chính là một phương thức quảng bá thương hiệu gốm Bát Tràng nói riêng và làng gốm Bát Tràng nói chung tới du khách trong và ngoài nước có hiệu quả nhất.

Tại các cửa hàng, đại lý đồ gốm của Bát Tràng tại các địa phương khác cũng cần có những chính sách quảng bá giới thiệu về sản phẩm gốm Bát Tràng và hình ảnh của làng gốm Bát Tràng.

Ở tầm nhỏ hơn cần có một số điểm bán hàng lưu niệm, bán bản đồ du lịch hay đặt các biển chỉ dẫn lối đi trong làng nghề bằng nhiều thứ tiếng thông dụng cho khách du lịch không bỡ ngỡ. Nên tổ chức các hoạt động giao lưu tìm hiểu giữa

du khách với người dân trong làng, nếu khách có nhu cầu thì bố trí cả nơi ở cho họ để họ tìm hiểu về làng nghề, điều này sẽ kéo dài hơn thời gian lưu trú và chi tiêu tại làng nghề của khách du lịch.

Tại các gian hàng, sản phẩm rất đa dạng và phong phú và đa dạng mà không hề thấy có một chút chỉ dẫn, giới thiệu gì đối với từng sản phẩm, nên nếu du khách chỉ muốn tự mình xem và tìm hiểu thì sẽ rất khó, buộc phải hỏi thăm người bán hàng. Nên để du khách hiểu biết được về gốm sứ của Bát Tràng và tự do tham quan thì các ngăn trưng bày cần có những thông tin sơ bộ về hàng hóa như: loại men, màu sắc, nơi sản xuất,... đặt cạnh mỗi sản phẩm hay chung cho cả một dãy hàng.

Trong lĩnh vực kinh doanh Bát Tràng nên thành lập những mô hình kinh tế liên kết giữa các hộ kinh doanh, các cơ sở sản xuất... để có thể đáp ứng những nhu cầu ngày càng cao của thị trường. Vì khi liên kết lại với nhau, các nhà sản xuất sẽ có được nguồn vốn đầu tư lớn hơn, có thể đáp ứng được những đơn đặt hàng lớn của đối tác, đồng thời cũng tránh được tình trạng cạnh tranh không lành mạnh, lừa đảo... Liên kết để tồn tại và phát triển đó là cách làm hữu hiệu cho các cơ sở sản xuất, kinh doanh hiện nay tại làng gốm.

3.1.4 Giải pháp xây dựng các sản phẩm riêng độc đáo biểu tượng cho làng gốm Bát Tràng

Khi vào cuối thế kỷ 20 sản xuất chuyên sang đại trà, ra một loạt các sản phẩm giống nhau thì một điều trở nên hiển nhiên rằng người tiêu dùng đang yêu cầu các sản phẩm độc đáo mang tính biệt lập nhiều hơn. Làng gốm Bát Tràng để hấp dẫn du khách cần xây dựng hệ thống sản phẩm thủ công mang tính đặc trưng, cá biệt hóa, thường xuyên phải cải tiến mẫu mã sản phẩm áp dụng công nghệ tiên tiến song song với việc bảo tồn các công nghệ cổ truyền. Hàng thủ công truyền thống có thể được ví như biểu tượng văn hóa và nghệ thuật của một quốc gia, một dân tộc. Các sản phẩm gốm của Bát Tràng không chỉ thu hút khách du lịch trong nước, mà còn cả khách du lịch quốc tế mỗi khi đến Hà Nội. Chính vì vậy phải xây dựng thương hiệu, đăng ký bản quyền cho các sản phẩm của làng nghề Bát Tràng.

Nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống Bát Tràng - Hà Nội

Để duy trì được các làng nghề này, ngoài việc gắng giữ nét văn hóa độc đáo vốn có bên cạnh đó phải sáng tạo ra được các sản phẩm riêng độc đáo.

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

Một thực tế là các hoa văn, hình ảnh phỏng theo các điển tích cổ sẽ rất khó bán cho khách du lịch vì họ không am hiểu về điển tích đó mà chỉ đơn thuần muốn có một kỷ niệm về nơi mà họ đã đến thăm. Do đó, bên cạnh việc vẫn duy trì một số sản phẩm truyền thống đặc trưng, Bát Tràng cũng cần phải có những sản phẩm mang hình ảnh gắn liền với điểm du lịch. Các sản phẩm đó phải mang tính chất cá biệt, có sắc thái riêng, đặc trưng riêng của làng nghề và phản ánh được quan niệm thẩm mỹ, bản sắc văn hóa của người dân Bát Tràng. Giá trị của mỗi sản phẩm gồm thủ công được khách hàng nhìn nhận chủ yếu dưới góc độ văn hóa, nghệ thuật. Tăng cường phát triển các sản phẩm mang đậm bản sắc văn hóa của làng nghề giữ nguyên những thủ pháp nghệ thuật cổ xưa truyền lại qua các thế hệ. Các sản phẩm đó vừa phải có giá trị sử dụng, vừa có giá trị thẩm mỹ cao.

Do đó để đáp ứng nhu cầu của khách du lịch, các doanh nghiệp phải hiểu rõ khách hàng, phải biết được xu hướng của khách.

Tạo ấn tượng cho du khách: có thể nói đây là một yếu tố quan trọng đảm bảo tính hấp dẫn bền vững của làng nghề truyền thống. Mục tiêu của du khách khi đi du lịch là có được sự vui vẻ, thoải mái, hài lòng. Do đó những người làm du lịch phải đảm bảo cung cấp cho du khách cơ sở hạ tầng và các sản phẩm du lịch gây ấn tượng tốt cho khách.

Trong tương lai làng nghề đang tiếp tục trăn trở cho dự định sản xuất ra nhiều sản phẩm mang hơi thở hiện đại bên cạnh các sản phẩm truyền thống. Nhiều gia

đình trong làng đã cho con em đi học các lớp mỹ thuật công nghiệp để ngày càng sáng tạo nhiều mẫu mã gốm Bát Tràng.

3.1.5 Giải pháp bồi dưỡng nguồn nhân lực cho du lịch và đào tạo lớp nghề nhân kế tục

3.1.5.1 Nguồn nhân lực cho phát triển hoạt động du lịch tại làng

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

Làng gốm cần khuyến khích sự hợp tác giữa các nghệ nhân, các trường dạy nghề, công ty hợp tác với các nghệ nhân để truyền nghề cho lớp trẻ: đào tạo thế hệ trẻ tiếp tục sự nghiệp phát triển nghề gốm truyền thống, khôi phục kỹ thuật sản xuất truyền thống, giữ gìn bản sắc văn hóa của làng nghề. Bên cạnh việc truyền nghề cho con cháu trong dòng họ, trong làng là chính cũng nên khuyến khích truyền dạy nghề cho con em vùng khác - những người yêu thích, đam mê với nghề gốm truyền thống. Đây sẽ là một giải pháp trước mắt giải quyết nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn cho làng gốm Bát Tràng trong quá trình phát triển nghề của mình.

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

3.1.5.2 Đào tạo lớp nghề nhân kế tục trong phát triển nghề truyền thống

Nguồn nhân lực trong quản lý du lịch: Cần phải có những chính sách cụ thể để thu hút nguồn nhân lực có trình độ quản lý du lịch được đào tạo chính quy có bài bản đặc biệt là những con em trong làng về làng công tác. Hoặc có thể phối kết hợp với các trường đào tạo về quản lý du lịch để gửi các cán bộ quản lý của mình theo học. Hoặc có thể phối hợp với các trường này trong việc mời các giảng viên, các chuyên gia trong lĩnh vực quản lý du lịch về giảng dạy tại làng cho những khóa học, những lớp tập huấn ngắn hạn để nâng cao trình độ quản lý cho cán bộ tại địa phương.

Chính quyền xã nên tổ chức một số lớp tuyên truyền, nâng cao ý thức của người dân trong hoạt động kinh doanh dịch vụ, thái độ ứng xử giao tiếp với khách du lịch. Nên chăng Bát Tràng hãy tổ chức đào tạo, bồi dưỡng những người dân địa phương có tâm huyết với làng nghề thành hướng dẫn viên du lịch tại chỗ, vì không ai hiểu và biết nhiều về Bát Tràng bằng chính người dân nơi đây. Điều này sẽ làm cho người dân Bát Tràng sống được bằng du lịch, khá nên nhờ du lịch từ đó người dân có ý thức trách nhiệm đối với việc gìn giữ những giá trị truyền thống – Tài nguyên du lịch của làng nghề. Tạo ra môi trường văn minh lịch sự, hấp dẫn du khách đến tham quan.

- Đội ngũ hướng dẫn viên tại điểm du lịch làng gốm Bát Tràng:

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

Làng cũng có thể tạo điều kiện cho những con em trong làng học ngành khác nhưng có nhu cầu, mong muốn được trở thành thuyết minh viên du lịch tại điểm của làng bằng cách tạo điều kiện cho họ tham gia các khóa học đào tạo

- Tổ chức lớp tập huấn, bồi dưỡng kiến thức du lịch cho đội ngũ nghệ nhân, sử dụng đội ngũ nghệ nhân cho phát triển du lịch tại làng nghề.

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

Trên thế giới và khu vực, giải pháp hữu hiệu được đưa ra để cứu làng nghề là phát triển làng nghề cùng với sự phát triển du lịch: Du lịch trở thành cầu nối gắn nhất đưa mọi người đến với các sản phẩm truyền thống, đồng thời đó là giải pháp hữu hiệu để giới thiệu, quảng bá hình ảnh và đất nước và con người Việt Nam đến với bạn bè quốc tế.

Tại các làng nghề ở Thái Lan, Trung Quốc, Nhật Bản... họ không chỉ dừng lại ở việc sản xuất các sản phẩm thủ công mỹ nghệ để bán lấy tiền, mà mục tiêu còn là phát triển có kế thừa các văn hóa truyền thống cùng với các kinh nghiệm lâu đời truyền lại nên các làng nghề thường nhận được sự ưu tiên và hỗ trợ về kinh tế, nhiều chính sách ưu đãi khác của nhà nước và địa phương. Làm được điều này, bài toán về phát triển kinh tế, tạo việc làm cho người lao động với việc bảo tồn văn hóa truyền thống được giải quyết hài hòa.

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

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

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

Cần có những chính sách thuế cụ thể và những ưu đãi đối với việc sản xuất kinh doanh tại các làng nghề, đặc biệt là các làng nghề đã và đang được đưa vào khai thác phục vụ hoạt động du lịch.

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

Nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống Bát Tràng - Hà Nội

- Các chính sách của thành phố trong việc phát triển du lịch làng gốm Bát Tràng:

Thành phố Hà Nội mà chủ yếu là Sở Hà Nội cần phải quan tâm hơn nữa đến việc khôi phục, phát triển các làng nghề trên địa bàn thành phố đưa nó vào phát triển du lịch, đáng chú ý nhất là làng gốm Bát Tràng.

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

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

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

Tuy là một làng nghề thủ công vào loại phát triển thịnh đạt nhất trong cả nước nhưng phần đông người Bát Tràng còn nghèo. Kiếm sống hàng ngày còn chật vật nên không có điều kiện làm lò gas. Từ khi xuất hiện làm lò gas với bao thứ hơn lần như vậy, những lò gốm nung bằng lò than của họ càng lép vế, khó tiêu thụ ở thành phố. Tiền bán sản phẩm đã chậm thu về, lại chẳng hơn mấy so với tiền mua nguyên vật liệu, than củi. Vì vậy một đề xuất là thành phố nên hỗ trợ vốn một phần cho các hộ sản xuất kinh doanh trong việc chuyển đổi công nghệ từ lò nung bằng than sang lò nung bằng gas vì quá trình chuyển đổi công nghệ này rất tốn kém, mỗi lò nung bằng gas phải đầu tư khoảng 400 triệu đồng. Rất nhiều hộ sản xuất gốm lâu đời, tâm huyết với nghề nhưng không có đủ vốn để áp dụng công nghệ vào sản xuất, để có thể phát huy hết khả năng sáng tạo, sự tài hoa của người thợ thủ công trên sản phẩm. Điều này còn giúp thành phố giải quyết được vấn đề như môi trường đã kéo dài bao nhiêu năm nay. Về với doanh nghiệp làm với Bát Tràng thiết nghĩ cũng nên đầu tư kinh phí, hỗ trợ thêm cho người sản xuất.

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

- Các chính sách khuyến khích của địa phương:

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

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

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

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

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

3.1.7 Có sự liên kết với các công ty du lịch

Phối hợp với các công ty du lịch, các hãng lữ hành xây dựng các chương trình du lịch đến với Bát Tràng mang đậm màu sắc văn hóa làng nghề, thường xuyên cập nhật thông tin và nguồn khách ổn định. Đây là một hình thức quảng cáo trực

tiếp đến tận khách hàng rất có hiệu quả. Sự liên kết và chia sẻ lợi nhuận giữa hãng lữ hành với người dân làng nghề là điều kiện tiên quyết cho việc duy trì và phát triển du lịch làng nghề. Bởi chỉ khi người dân cảm thấy có lợi, thì họ mới yên tâm sản xuất, giữ nghề và có động cơ tích cực để tìm hiểu cách làm du lịch, từ đó mới biết làm du lịch.

Các lò sản xuất trong làng cần kết hợp với các công ty lữ hành để tổ chức đón khách tới làng được chủ động và chu đáo hơn. Những người dân của làng có thể giúp các công ty lữ khách về nghiệp vụ hướng dẫn và các dịch vụ bổ sung khác.

Nếu du khách muốn tự làm cho mình một món đồ lưu niệm thì khi có sự liên kết của công ty lữ hành và làng nghề thì chi phí cho việc gửi trả tới khách hàng sẽ đơn giản và ít tốn kém hơn.

3.1.8 Bảo tồn và tôn vinh nghề tổ

Với các giải pháp trên thì giải pháp khôi phục bảo tồn và phát triển làng nghề là giải pháp quan trọng nhất để có thể giữ gìn nghề, phát huy các giá trị văn hóa truyền thống trong phát triển làng nghề, phát triển du lịch làng nghề. Thông qua hoạt động khôi phục và bảo tồn có thể phục dựng lại nhiều giá trị văn hóa đã bị mai một. Gắn kết giữa bảo vệ và phát huy các giá trị văn hóa với phát triển sản xuất, du lịch góp phần làm phát triển kinh tế - xã hội, nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của cộng đồng dân cư địa phương. Kinh tế của khu vực nông thôn ngày một khởi sắc.

Bảo tồn các di sản văn hóa làng nghề, tổ chức khôi phục lại các lễ hội truyền thống mang bản sắc làng nghề, đặc biệt cần tái hiện lại một cách chân thực quá trình hình thành và phát triển của làng nghề, ông tổ của nghề và những nét đẹp trong bản thân quá trình tạo ra sản phẩm làng nghề đó. Có chính sách tôn vinh tổ nghề, nghệ nhân, những bàn tay vàng. Phát triển làng nghề không thể tách rời việc bảo tồn các yếu tố truyền thống độc đáo của dân tộc đã in đậm trên các sản phẩm thủ công. Đồng thời hỗ trợ phát triển các sản phẩm ấy lên một bước mới bằng cải tiến kỹ thuật sản xuất nhằm đáp ứng nhu cầu và thị hiếu người tiêu dùng thời hiện

đại. Đó cũng chính là nét đặc thù của du lịch làng nghề đang thu hút đông khách du lịch.

Trong thời đại của công nghệ cao, của nền công nghiệp tiên tiến, những sản phẩm truyền thống đã được làm ra ở trình độ nghệ thuật, kỹ thuật và chất lượng cao. Những sản phẩm ấy phản ánh sâu sắc tư tưởng, tình cảm, quan điểm thẩm mỹ của dân tộc Việt Nam. Sản phẩm gốm Bát Tràng cũng vậy, nó chứa đựng trong mình tâm hồn của người Việt, mang đậm bản sắc dân tộc Việt. Nó được du khách trong và ngoài nước đánh giá cao không chỉ bởi giá trị kinh tế mà còn bởi các giá trị văn hóa, nghệ thuật mà nó mang trong mình. Việc bảo tồn và phát triển làng nghề truyền thống có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với sự phát triển kinh tế, chuyển dịch cơ cấu kinh tế ở nông thôn theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa, giữ vững và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc.

Quy hoạch, tổ chức lại hệ thống làng nghề, xây dựng các chương trình bảo tồn và phát triển làng nghề. Đây là một yêu cầu bức thiết hiện nay của Bát Tràng nói riêng và các làng nghề trong cả nước nói chung, của mỗi cơ sở và của từng người dân cũng như tâm huyết của các nghệ nhân, thợ giỏi những người suốt đời gắn bó với nghề, mong muốn giữ gìn được tinh hoa văn hóa và tâm hồn Việt, những vốn quý trong các sản phẩm thủ công truyền thống nói chung và sản phẩm gốm Bát Tràng nói riêng thì chúng ta sẽ khẳng định được mình trên trường Quốc tế, đồng thời chúng ta còn thúc đẩy được hoạt động du lịch tại các làng nghề phát triển sao cho tương xứng với tiềm năng vốn có của từng làng nghề. góp phần đổi mới kinh tế đất nước trong thời kì đổi mới và hội nhập.

3.2 Giải pháp nhằm hạn chế những tác động tiêu cực của du lịch tới làng gốm Bát Tràng

3.2.1 Giải pháp bảo vệ môi trường

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

Xây dựng hệ thống xử lý rác thải mà trước tiên là khâu thu gom rác thải với các thùng rác công cộng, tiếp đến là khâu phân loại rác, sau đó là khâu xử lý rác thải. Với các rác thải dễ phân hủy thì tiến hành bằng các phương pháp thủ công như đốt hoặc chôn, còn những rác thải công nghiệp như túi ni lông, vỏ chai nhựa thì nên xử lý đưa vào tái sử dụng.

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

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

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

3.2.2 Giải pháp giữ gìn những giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp của làng nghề

- *Giữ gìn các giá trị tâm linh, tinh thần.*

Giữ gìn những phong tục tập quán tốt đẹp của làng gốm Bát Tràng như thái độ yêu nghề thể hiện qua việc không ngừng nâng cao chất lượng mẫu mã của các sản phẩm gốm, bên cạnh việc phát triển các sản phẩm gốm truyền thống không ngừng sáng tạo ra những sản phẩm mới đáp ứng được yêu cầu của người tiêu dùng.

Giữ gìn những lễ hội truyền thống của làng gốm Bát Tràng như lễ hội làng từ 14 đến 16 tháng 2 âm lịch và lễ hội đèn Mầu từ 22 đến 24 tháng 9 Âm lịch hàng năm với những nghi lễ thuộc về tôn giáo, tín ngưỡng truyền thống cùng với các trò chơi dân gian đậm đà bản sắc dân tộc, đáng chú ý nhất là nên khôi phục lại cuộc thi làm gốm giữa các thợ gốm trong làng diễn ra vào dịp lễ hội như xưa, vì đây không

chỉ là cuộc thi vui hay thi giành phần thưởng mà ý nghĩa sâu xa của nó là nhằm nâng cao tay nghề cho người thợ, gìn giữ và phát huy những tinh hoa của sản phẩm gốm truyền thống, nâng cao lòng yêu nghề cho mọi người.

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

- Gìn giữ những giá trị văn hóa trong các sản phẩm truyền thống.

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

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

Làng gốm Bát Tràng có thể kết hợp sản xuất với các làng nghề khác để tạo ra một sản phẩm tổng hợp như các sản phẩm gốm kết hợp với các sản phẩm mây tre đan được bao bọc bên ngoài làm nên những sản phẩm vô cùng độc đáo, hay những bức tranh dân gian Đông Hồ, hàng Trống được thể hiện trên chất liệu gốm thay cho các chất liệu truyền thống.

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

Bát Tràng cần phải giữ lại một số lò gốm cổ và quy trình làm gốm theo phương pháp cổ truyền vừa có tác dụng bảo tồn, lưu giữ những giá trị văn hóa truyền thống vừa là nơi tham quan thú vị của khách du lịch.

Tiểu kết chương 3

Nguy cơ tàn lụi của làng gốm Bát Tràng không giống như làng tranh Đông Hồ nhưng cũng không có nhiều khác lạ nếu như con người không có ý thức bảo tồn và phát huy văn hóa cổ truyền. Sự hạn chế và thiếu sót hiện nay của du lịch Bát Tràng nổi lên những vấn đề cơ bản như: ô nhiễm môi trường, giao thông chưa được đảm bảo chất lượng, thái độ thờ ơ với khách của một số cá nhân, tình trạng giá cả không đồng đều và chất lượng chưa được kiểm định... Trước những vấn đề đó khóa luận đã đề một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề Bát Tràng như: đẩy mạnh thực hiện tiến độ các dự án du lịch tại Bát Tràng của Thành phố, hỗ trợ chuyển đổi lò gas cho các hộ sản xuất, cải tạo cơ sở hạ tầng giao thông, tuyên truyền phổ biến giáo dục tầm quan trọng của của du lịch đối với sự phát triển kinh tế làng nghề tới người dân, dán tem kiểm định chất lượng sản phẩm... Sự phát triển kinh tế- xã hội không chỉ có chiều thuận cho tất cả mà còn xuất hiện những nghịch lý, đó là mặt trái của nền kinh tế thị trường. Vấn đề là cần nắm bắt và giải quyết bài toán ấy như thế nào để các làng nghề, ngành nghề truyền thống của các địa phương tiếp tục phát triển thuận theo sự phát triển của xã hội. Nếu làm tốt người dân làng Bát Tràng sẽ tận dụng được tiềm năng vốn có của địa phương vừa có thể phát triển lại vừa có thể truyền cho con cháu những giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp của cha ông. Đó là cách ứng xử với quá khứ, hiện tại và cả tương lai

KẾT LUẬN

Làng gốm Bát Tràng vốn đã rất nổi tiếng trong và ngoài nước về các sản phẩm gốm sứ. Tuy nhiên ngoài những sản phẩm đó, ngôi làng cổ này còn tiềm ẩn một tiềm năng về du lịch vô cùng to lớn nhưng hiện nay vẫn chưa được khai thác hết. Do vậy sau khi nghiên cứu đề tài này có thể rút ra được một số kết luận sau:

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

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

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

Thế nhưng, hiện nay du lịch vẫn chưa thực sự đem lại lợi ích kinh tế và thúc đẩy sự phát triển chung cho làng gốm Bát Tràng như những tiềm năng vốn có của nó. Trong nội dung đề tài nghiên cứu này, em đã mạnh dạn đề xuất một số giải pháp để góp phần nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch ở làng nghề truyền thống Bát Tràng.

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

Du lịch làng nghề là loại hình du lịch tìm hiểu văn hóa truyền thống, kết hợp mua sắm những hàng hóa đặc trưng của mỗi làng nghề truyền thống, kết hợp mua sắm những hàng hóa đặc trưng của mỗi làng nghề truyền thống. Du lịch làng nghề truyền thống đang và sẽ là một loại hình du lịch mang lại lợi ích cao cho nền kinh tế đất nước. Xin mượn lời đánh giá của Tiến sĩ Phạm Trung Lương, Viện phát triển du lịch: “Làng nghề truyền thống được xem như một dạng tài nguyên du lịch nhân văn có ý nghĩa đặc biệt quan trọng. Bởi các sản phẩm du lịch làng nghề luôn bao hàm trong nó cả những giá trị vật thể và phi vật thể. Việt Nam là nước có nhiều tiềm năng để khai thác phát triển du lịch làng nghề, nếu được đầu tư đúng mức, khai thác hợp lý, đây sẽ là phương tiện giao lưu, quảng bá đất nước, con người mạnh mẽ và sâu rộng nhất. Khi văn hoá được giao thoa một cách tích cực thì giới hạn về không gian, địa lý sẽ không còn ý nghĩa, lợi ích kinh tế, văn hoá và vị thế của địa phương, quốc gia sẽ tăng lên gấp bội”. Lợi ích của việc phát triển du lịch làng nghề không chỉ thể hiện lợi nhuận kinh tế, giải quyết việc làm cho lao động

Nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống
Bát Tràng - Hà Nội

địa phương mà còn bảo tồn được giá trị văn hoá ngàn đời của ông cha ta

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

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Làng nghề phố nghề Thăng Long - Hà Nội, Bộ Văn hóa - thông tin, trung tâm triển lãm Văn hóa nghệ thuật Việt Nam, năm 2000, Trang 89.
2. Bùi Văn Vượng. *Làng nghề truyền thống Việt Nam*. NXB Văn hóa thông tin, 2002.
3. Bản tin du lịch, Hội nghị về nghề thủ công và du lịch, NXB Tổng cục du lịch (tài liệu lưu hành nội bộ), Quý I năm 2009, Trang 170
4. Hội thảo phát huy giá trị di sản văn hóa và làng nghề truyền thống trong phát triển du lịch, Bộ văn hóa thể thao và du lịch - Tổng cục du lịch, Hà Nội, 04/10/2010 (tài liệu lưu hành nội bộ).
5. Luật du lịch Việt Nam, NXB Chính trị Quốc Gia 2005, Trang 11
6. Phan Huy Lê - Nguyễn Đình Chiên - Nguyễn Quang Ngọc. *Gốm Bát Tràng thế kỷ XIV - XIX*. NXB Thế Giới, 1995.
7. Trần Quốc Vượng, Văn hóa Việt Nam tìm tòi và suy ngẫm, NXB Văn hóa dân tộc và Tạp Chí Văn hóa nghệ thuật, Hà Nội 2000, Trang 372
8. Trần Nhuận, Du lịch và kinh doanh du lịch, NXBVăn hoá thông tin Hà Nội 1996, Trang 13,78
9. Tạp chí du lịch Việt Nam, số 4/ năm 2011, Trang 48,49
10. UBND thành phố Hà Nội, quyết định phê duyệt Quy hoạch chi tiết làng nghề truyền thống Bát Tràng Huyện Gia Lâm - Hà Nội, ngày 6 tháng 11 năm 2001

11. Các trang Web:

www.baohanoimoi.vn	www.hids.hochiminhcity.gov.vn
www.baomoi.com	www.hrpc.com.vn
www.battrang.info	www.google.com.vn
www.battrangceramic	www.langnghevietnam.vn
www.battrang.craftb2c.com	www.Maskolin.vn ,
www.camnangdulich.com.vn	www.monre.gov.vn
www.hanoitourism.gov.vn	www.tailieu.vn
www.hiephoilangnghevietnam.aps.vn	www.vietnamtourism.gov.vn

Nâng cao hiệu quả khai thác hoạt động du lịch tại làng nghề truyền thống
Bát Tràng - Hà Nội

[www.vi.wikipedia.org/wiki/Ha Noi](http://www.vi.wikipedia.org/wiki/Ha_Noi)

www.vnexpress.net/gl/xa-hoi/du-lich

www.vietbao.vn/Kinh-te

www.subattrangonline.ne

PHỤ LỤC

Sơ đồ xã Bát Tràng.

Sơ đồ chợ gồm Bát Tràng.

Bản dự án quy hoạch phát triển du lịch làng nghề truyền thống Bát Tràng.

Hướng dẫn đi về Bát Tràng

Bảng báo giá dịch vụ du lịch Bát Tràng

Âm thực Bát Tràng

Hình ảnh về làng gồm Bát Tràng.