

Phát huy giá trị văn hóa của cộng đồng Xơ Đăng trong xây dựng sản phẩm du lịch từ hướng tiếp cận nội lực và ngoại lực (nghiên cứu trường hợp thôn Kon Jong, xã Ngọc Réo, huyện Đắk Hà, tỉnh Kon Tum)

Ngô Thị Phương Lan, Đỗ Thị Ngân Thanh*



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG-HCM, Việt Nam

Liên hệ

Đỗ Thị Ngân Thanh, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG-HCM, Việt Nam

Email: dtnthanh@hcmussh.edu.vn

Lịch sử

- Ngày nhận: 07-03-2025
- Ngày sửa đổi: 09-05-2025
- Ngày chấp nhận: 29-05-2025
- Ngày đăng: 30-06-2025

DOI:

<https://doi.org/10.32508/stdjssh.v9i2.1133>



Check for updates

Bản quyền

© ĐHQG Tp.HCM. Đây là bài báo công bố mở được phát hành theo các điều khoản của the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



TÓM TẮT

Bằng việc phân tích các dữ liệu định tính thu thập được từ các cuộc khảo sát điển dã không liên tục tại cộng đồng người Xơ Đăng ở thôn Kon Jong, xã Ngọc Réo, huyện Đắk Hà của tỉnh Kon Tum từ tháng 3 năm 2024 đến tháng 1 năm 2025, các tác giả cho là xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch cộng đồng dựa trên các giá trị văn hóa địa phương là giải pháp phù hợp để góp phần bảo tồn các giá trị văn hóa tộc người trong bối cảnh hội nhập và phát triển mạnh mẽ hiện nay. Trên cơ sở nhận diện các yếu tố văn hóa vật thể và phi vật thể của tộc người Xơ Đăng địa phương, các tác giả nhận thấy các giá trị nổi bật như cảnh quan thiên nhiên, kiến trúc, kỹ thuật canh tác, khai thác tài nguyên, ẩm thực, âm nhạc dân tộc, lịch sử tộc người, kho tàng văn học và nghệ thuật dân gian là các giá trị nền tảng để xây dựng sản phẩm du lịch cộng đồng tại đây.

Từ hướng tiếp cận nội và ngoại lực, nghiên cứu áp dụng mô hình Phát triển Cộng đồng Dựa trên Tài sản (Asset-Based Community Development - ABCD) để đánh giá các nguồn tài nguyên tự nhiên và văn hóa của người Xơ Đăng làm cơ sở cho việc xây dựng sản phẩm du lịch; ngoài ra, trong bối cảnh phát triển hiện nay việc phân tích các yếu tố ngoại lực, đặc biệt là các động thái kinh tế - xã hội ở địa phương thông qua việc triển khai các chính sách tại địa phương là điều quan trọng. Kết quả bài viết cho thấy, với sự kết hợp nội lực và ngoại lực, mô hình du lịch cộng đồng dựa trên các giá trị văn hóa bản địa thể hiện tính bền vững khi hướng đến lợi ích của cộng đồng và địa phương trên các khía cạnh: sự hỗ trợ và định hướng của chính quyền, cơ chế quản lý và chiến lược phát triển. Ngoài ra, nghiên cứu cũng đề xuất phương pháp luận 2MAT cho việc chuyển tải các giá trị văn hóa vào trong các sản phẩm du lịch.

Từ khóa: giá trị văn hoá, du lịch cộng đồng, nội lực, ngoại lực, Xơ Đăng, Kon Tum

GIỚI THIỆU

Việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa của cộng đồng dân tộc thiểu số luôn là chủ đề được quan tâm ở các quốc gia đa tộc người như Việt Nam. Với hơn 50% dân số là người dân tộc thiểu số, Kon Tum, một tỉnh cao nguyên của Việt Nam, là vùng đất hội tụ các nét văn hóa truyền thống của các dân tộc, nổi bật với sự hiện diện của bảy dân tộc bản địa gồm Xơ Đăng, Ba Na, Gia Rai, Giẻ Triêng, Brâu, Rơ Măm và Hre. Các giá trị văn hóa tộc người này được hình thành từ các ứng xử và tương tác với môi trường sinh sống, xã hội và cá nhân của cộng đồng thể hiện qua những đặc trưng độc đáo trong đời sống vật chất và tinh thần. Những yếu tố này không chỉ phản ánh bản sắc của từng tộc người mà còn góp phần tạo nên sự đa dạng và phong phú của văn hóa vùng. Trong đó, cộng đồng dân tộc Xơ Đăng được coi là một đại diện tiêu biểu trong 7 dân tộc sống tại chỗ và có lịch sử gắn bó chặt chẽ với tỉnh Kon Tum, với hơn 133.000 người chiếm

tỷ lệ là 49%¹. Người Xơ Đăng bao gồm năm nhóm địa phương là Xơ Teng, Tơ Đrá, Mơ Năm, Ca Dong và Ha Lăng [², tr.12]. Tên gọi “Xơ Đăng” được người Ba Na đặt, bắt nguồn từ cách gọi nhóm Xơ Teng - nhóm địa phương đông đảo nhất và dần được chấp nhận như tên gọi chung [², tr.12].

Trong sự phát triển của các cộng đồng người, văn hóa thường được xem là yếu tố làm nên sự khác biệt. Với nội hàm bao trùm, văn hóa thường được xem xét ở nhiều khía cạnh. Tuy nhiên, với mục tiêu hướng đến sự tồn tại và phát triển bền vững của cộng đồng, các nhà nghiên cứu thường hay xem xét văn hóa ở góc độ giá trị. Khi nghiên cứu về văn hóa tộc người trong bối cảnh phát triển, vấn đề phát huy các giá trị văn hóa luôn được chú trọng như một giải pháp để giữ gìn các giá trị văn hóa, nhất là trong bối cảnh hội nhập, giao lưu và tiếp biến văn hóa³⁻⁵.

“Phát huy” với nghĩa “là làm cho tác dụng lan rộng ra hoặc phát triển lên” [⁶, tr.1427] thì phát huy giá

Trích dẫn bài báo này: Phương Lan N T, Ngân Thanh D T. **Phát huy giá trị văn hóa của cộng đồng Xơ Đăng trong xây dựng sản phẩm du lịch từ hướng tiếp cận nội lực và ngoại lực (nghiên cứu trường hợp thôn Kon Jong, xã Ngọc Réo, huyện Đắk Hà, tỉnh Kon Tum).** *Sci. Tech. Dev. J. - Soc. Sci. Hum.* 2025; 9(2):3042-3053.

trị văn hóa được hiểu là việc làm các giá trị văn hóa lan rộng ra hoặc được phát triển lên. Việc chuyển tải hay phát huy các giá trị văn hóa trong du lịch được xem là một giải pháp cho cả nhu cầu xây dựng tính “hiếm” hay “duy nhất” và nhu cầu bảo tồn văn hóa nhóm người hay tộc người. Tính độc đáo riêng biệt của các đặc trưng văn hóa địa phương hay tộc người sẽ là một thành tố quan trọng tạo nên tính đặc thù vốn là lợi thế cạnh tranh riêng biệt của sản phẩm du lịch. Ngược lại việc gìn giữ các giá trị văn hóa cũng trở nên khả thi khi các nét văn hóa truyền thống được chú trọng bảo tồn và lan tỏa qua các thế hệ và mở rộng ra ngoài cộng đồng.

“Sản phẩm du lịch” theo Smith, S. L. J.⁷ là một tổng thể bao gồm năm yếu tố chính: cơ sở vật chất, dịch vụ, lòng hiếu khách, tự do lựa chọn và sự tham gia của du khách. Cơ sở vật chất bao gồm các điểm đến và hạ tầng du lịch, dịch vụ là các hoạt động hỗ trợ nhu cầu của du khách, trong khi lòng hiếu khách tạo ra một môi trường thân thiện. Tự do lựa chọn cho phép du khách quyết định các hoạt động và dịch vụ, và sự tham gia của du khách đóng vai trò quan trọng trong việc tạo nên trải nghiệm du lịch. Nhờ sự kết hợp và tương tác giữa các yếu tố này, sản phẩm du lịch không chỉ được xem là một hàng hóa mà là một trải nghiệm có giá trị toàn diện đối với mỗi du khách.

Mô hình phát triển cộng đồng dựa trên tài sản (Asset-Based Community Development - ABCD) do Kretzmann và McKnight⁸ đưa ra hướng tiếp cận để phát huy các nguồn lực nội tại. Hướng tiếp cận ABCD không chỉ “lấy con người làm trung tâm” (people – centered) mà còn là hướng đến “do cộng đồng dẫn dắt” (citizen – driven) [9, tr.1]. Nguyên lý cơ bản của mô hình này là mọi cộng đồng đều sở hữu các tài sản quan trọng như cá nhân, tổ chức, không gian vật lý, giao lưu xã hội và văn hóa. Thay vì tập trung vào các nhu cầu hay thiếu hụt, phương pháp này khai thác và kết nối các tài sản hiện có để tạo ra cơ hội phát triển từ bên trong. Cách tiếp cận từ dưới lên của mô hình ABCD để phát triển du lịch nhấn mạnh đến sự tham gia vào sự phát triển của cộng đồng chủ nhà và ban đầu thể hiện sự tham gia và sẵn sàng của mình. Trong trường hợp cộng đồng Xơ Đăng, nghiên cứu này tập trung đánh giá các giá trị tự nhiên và văn hóa của địa phương như một phần khai thác tài sản du lịch của cộng đồng. Mục tiêu chính là xác định các ưu tiên phát triển dựa trên tiềm năng sẵn có, nhận ra vai trò của chúng trong phát triển cộng đồng, góp phần nâng cao năng lực tự chủ và thúc đẩy sự tham gia tích cực của cộng đồng vào quá trình bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa.

Trong bối cảnh phát triển hiện nay, bên cạnh các yếu tố nội lực thì các động thái kinh tế - chính trị thể hiện

qua các chính sách phát triển ở địa phương là yếu tố ngoại lực quan trọng thúc đẩy các yếu tố nội lực hay tài sản của các cộng đồng địa phương. Sự phân biệt nội lực và ngoại lực có giá trị tương đối vì trong một số khía cạnh, yếu tố ngoại lực được chuyển hóa thành các yếu tố nội lực chẳng hạn như các tổ chức được thành lập theo các chính sách, các mối quan hệ do chính quyền địa phương các cấp kết nối.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu này áp dụng phương pháp thu thập dữ liệu định tính dân tộc học bằng các cuộc khảo sát điền dã không liên tục tại cộng đồng nghiên cứu, được triển khai tại địa bàn nghiên cứu trong khoảng thời gian từ tháng 3/2024 đến tháng 1/2025. Các kỹ thuật nghiên cứu chính bao gồm quan sát tham dự và phỏng vấn sâu nhằm thu thập dữ liệu chi tiết về đời sống văn hóa và các hoạt động cộng đồng của người Xơ Đăng và phương pháp lập “bản đồ văn hóa” (cultural mapping) theo đề xuất của Young và cộng sự¹⁰ nhằm xác định và hệ thống hóa các tài sản văn hóa của cộng đồng theo cách tiếp cận phát triển dựa trên nội lực. Đối tượng phỏng vấn là nhóm lãnh đạo địa phương, nhóm người dân có sự am hiểu sâu sắc về văn hóa và lịch sử của cộng đồng, và nhóm cư dân hiện đang sinh sống tại thôn Kon Jong, xã Ngọc Réo, huyện Đắk Hà, tỉnh Kon Tum.

Bên cạnh đó, để triển khai theo hướng tiếp cận ABCD nhóm nghiên cứu sử dụng phương pháp lập “bản đồ văn hóa” (cultural mapping) được định nghĩa quá trình thu thập, ghi chép, phân tích và tổng hợp thông tin để mô tả tài nguyên văn hóa, mạng lưới, mối liên kết và mô hình sử dụng của một cộng đồng hoặc nhóm nhất định” [11, tr 8]. Bản đồ văn hóa được coi là một công cụ có hệ thống để cộng đồng tham gia vào việc xác định và ghi chép các tài sản văn hóa địa phương, với hàm ý rằng kiến thức này sẽ được sử dụng để thông báo các chiến lược tập thể, quá trình lập kế hoạch hoặc các sáng kiến khác. Theo đó, nhóm nghiên cứu tập trung vào việc kiểm kê và mô tả các yếu tố văn hóa địa phương, bao gồm cả yếu tố hữu hình (như không gian văn hóa, địa danh đặc trưng và sự kiện văn hóa) và yếu tố vô hình (như ký ức tập thể, lịch sử cá nhân, giá trị và thái độ văn hóa). Trong nghiên cứu này, việc lập bản đồ văn hóa đóng vai trò quan trọng trong phương pháp luận chuyển hóa các tài nguyên du lịch, đặc biệt là các giá trị văn hóa của cộng đồng vào sản phẩm du lịch.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Tài nguyên tự nhiên và văn hóa của cộng đồng người Xơ Đăng ở thôn Kon Jong, xã Ngọc Réo, huyện Đắk Hà: tiềm năng để phát triển du lịch

Thôn Kon Jong thuộc xã Ngọc Réo, huyện Đắk Hà, nằm cách trung tâm thành phố Kon Tum khoảng 6 km về phía Nam. Thôn có tổng diện tích tự nhiên là 222,3 ha, trong đó đất sản xuất chiếm 204,3 ha và đất ở chiếm 19,96 ha. Thôn là nơi cư trú của cộng đồng người Xơ Đăng. Theo truyền thống, khu vực định cư của cộng đồng phải được các già làng lớn tuổi khảo sát kỹ lưỡng. Khu đất được chọn phải có địa hình bằng phẳng, gần các khu rừng lớn để cung cấp tài nguyên như các loại động - thực vật phục vụ cho bữa ăn (rau rừng, cá suối), làm men rượu, cây dược liệu làm thuốc chữa bệnh theo tri thức bản địa của cộng đồng và gần nguồn nước để thuận tiện cho sinh hoạt của cộng đồng. Theo quan niệm truyền thống của người Xơ Đăng (Tơ Đrá), việc lựa chọn vị trí lập làng thường gắn liền với các yếu tố tự nhiên, đặc biệt là sự hiện diện của nguồn nước như suối, vừa phục vụ nhu cầu sinh hoạt hàng ngày, vừa đảm bảo nước tưới cho các hoạt động sản xuất nông nghiệp, chủ yếu là trồng lương thực tại nương rẫy. Tại thôn Kon Jong, suối Đắk Lôi là niềm tự hào của người dân. Đây là một dòng suối dài hơn 1km với rừng cây tự nhiên trải dài dọc theo hai bờ. Ngoài giá trị thẩm mỹ, suối Đắk Lôi có ý nghĩa lớn về mặt kinh tế và văn hóa. Theo lời kể của người dân Xơ Đăng tại địa phương, tên gọi Đắk Lôi mang ý nghĩa “suối có nhiều cây mai rừng”. Suối Đắk Lôi không chỉ là một cảnh quan thiên nhiên đẹp đẽ mà còn là biểu tượng văn hóa phản ánh sự gắn kết hài hòa giữa con người và thiên nhiên trong cộng đồng thôn Kon Jong.

Nhà Rông là trung tâm sinh hoạt của cộng đồng. Địa điểm xây dựng nhà Rông phải ở trung tâm của thôn, có vị trí cao, không gian thoáng, tương đối bằng phẳng, và rộng rãi. Ngoài ra, nhà Rông có phần mái vươn cao nhất làng, có kết cấu gồm hai mái chính có độ dốc không lớn. Nóc và mái nhà Rông được tạo dáng như cánh bướm lớn hoặc lưỡi rìu khổng lồ ngược lên trời, có hình chim chèo bẻo hay sừng thú chót vót ở hai đầu dốc. Mái nhà Rông được lợp bằng các bó tranh nhỏ, được đặt sát nhau theo từng hàng có nếp giữ chống lên đòn tay theo thứ tự từ dưới lên đến nóc. Sàn nhà Rông của người Xơ Đăng thường được làm bằng cây lồ ô. Đây cũng là nơi biểu diễn các loại hình nghệ thuật dân gian của người Xơ Đăng, đặc biệt là múa xoang và các nhạc cụ truyền thống như cồng chiêng, trống, múa xoang. Trong cấu trúc không gian cư trú, nhà Rông là trung tâm văn hóa và xã hội của người Xơ Đăng. Nhà Rông không chỉ là

tài sản hữu hình và biểu tượng vô hình có tiềm năng khai thác du lịch của cộng đồng tộc người Xơ Đăng mà còn mang giá trị kiến trúc độc đáo và chứa đựng những câu chuyện văn hóa.

Đây là một cộng đồng đa dạng về mặt nhân khẩu, với 91 hộ dân và 353 nhân khẩu, có 8 dân tộc khác nhau gồm Xơ Đăng (nhóm địa phương Tơ Đrá), Kinh, Ba Na, Jarai, Rơ Ngao, Jơ Long, Mường và Nùng^a. Trong đó, người Tơ Đrá chiếm đa số với 309 người (chiếm 87,5%), và khoảng 98% người Tơ Đrá theo đạo Công giáo^b. Về xã hội, đơn vị cư trú của người Xơ Đăng truyền thống được gọi là “pơ lei”^c vốn dựa trên mối quan hệ huyết thống và thân thích. Người Kinh thường gọi đơn vị cư trú này là làng. Việc duy trì trật tự xã hội trong làng trước đây gắn liền với vai trò của già làng vốn dựa trên luật tục để phân xử những mâu thuẫn và hòa giải trong cộng đồng. Già làng là người có uy tín xã hội do dân làng bầu chọn. Giữa già làng và các thành viên trong làng luôn có sự bình đẳng. Trong xã hội hiện đại hiện nay, đơn vị cư trú truyền thống này gắn liền với đơn vị hành chính thôn và có thêm trưởng thôn để điều hành, quản lý và triển khai các chính sách của xã đến người dân. Trưởng thôn cũng là người được dân làng bầu chọn. Sự tồn tại song phương này có thể xem là sự bổ trợ lẫn nhau trong việc quản lý và điều hành cả làng theo sự kết hợp giữa phương cách quản lý truyền thống và hiện đại.

Hoạt động kinh tế truyền thống của người Xơ Đăng tại Kon Jong trước đây chủ yếu dựa vào canh tác lúa nương trên địa hình cao. Trước đây, người dân làm cả lúa nương^d và lúa ruộng, tuy nhiên hiện nay tại thôn Kon Jong, hình thức lúa nương dường như không còn. Theo chia sẻ của cộng đồng, người dân ưa thích việc làm lúa nương hơn do loại gạo từ lúa nương này có

^aCách phân chia 8 dân tộc khác nhau dựa trên hộ tịch đăng ký của từng cá nhân đang sinh sống trong cộng đồng tại thôn Kon Jong. Vì vậy theo thống kê của địa phương, trong thành phần tộc người vừa có tộc người Ba Na nhưng cũng vừa có các nhóm địa phương của tộc người này như Rơ Ngao, Jơ Long. Cụ thể số liệu thống kê các cá nhân đăng ký theo hộ tịch như sau: (Tơ đrá 309 khẩu; Kinh 22 khẩu; Ba Na 4 khẩu; Jarai 2 khẩu; Rơ ngao 7 khẩu; Jơ long 5 khẩu; Mường 3 khẩu; Nùng 1 khẩu).

^bVào những năm 1960, khi di cư từ trên núi xuống huyện Đắk Cấm (gần thành phố Kon Tum), cộng đồng bắt đầu có một số người theo đạo Công giáo. Điều này xuất phát từ việc một số người đi làm ở thành phố Kon Tum và kết hôn với những người theo đạo. Sau đó, mọi người trong làng đã học theo và truyền đạo cho nhau. Đến năm 1975, cả làng đã theo đạo. Vào năm 1981, cộng đồng di cư đến thôn Kon Jong và vẫn tiếp tục duy trì đức tin của mình.

^cNgười Xơ Đăng (Tơ Đrá) tại thôn Kon Jong gọi làng hoặc thôn bằng “Polei”

^dLúa nương là loại lúa được trồng trên các khu đất cạn, thiếu nước, và thường được gọi là lúa rẫy. Trước đây, khi đời sống của người dân gắn bó chặt chẽ với rừng, họ lựa chọn các khu vực rừng để khai phá và trồng lúa nương. Sau khi thu hoạch xong vụ lúa nương, mảnh đất này sẽ không tiếp tục được canh tác mà sẽ được “trả lại cho rừng”. Người dân sau đó sẽ tìm kiếm một khu rừng khác để tiếp tục khai phá, trồng lúa nương trong một chu kỳ canh tác tuần hoàn.

hạt chắc, thơm và có “chất lượng tốt”^e. Trong khi đó canh tác lúa ruộng đòi hỏi nhiều công đoạn phức tạp. Do có văn hóa lâu dài thực hành canh tác lúa nương nên các động tác canh tác loại hình này được chuyển hóa vào các điệu múa xoang^f.

Trong lao động và đời sống hằng ngày, người Xơ Đăng thường sử dụng gùi được đan bằng lồ ô hoặc nứa để vận chuyển vật dụng. Gùi có hai quai đeo, mỗi quai gùi được khoắc vào một vai. Gùi được chia thành nhiều loại tùy theo thiết kế công năng và độ phù hợp cho nam hay nữ. Gùi của phụ nữ thường có hình trụ đứng, tròn trịa như dáng vóc của người phụ nữ, mang ý nghĩa tượng trưng cho sự no ấm và hạnh phúc khi đựng đầy thóc gạo. Ngược lại, gùi của nam giới thường có hình dáng vuông vức, giống như bờ vai mạnh mẽ và thường được sử dụng để đựng dao, nỏ hoặc mũi tên. Gùi của người Xơ Đăng còn đặc trưng với nắp gùi có hình chóp.

Bên cạnh trồng trọt, cộng đồng người Xơ Đăng có truyền thống tự cung tự cấp nên nghề truyền thống của cộng đồng cũng phát triển. Người Xơ Đăng tại địa phương vẫn luôn tự hào khi nói về nghề rèn truyền thống với việc sử dụng nguyên liệu tự nhiên^g và cấu tạo lò rèn thể hiện sự sáng tạo và giá trị văn hóa của nghề rèn người Tơ Đrá. Lò rèn trong tiếng địa phương gọi là “Tnêm dúp” được dùng để chế tác các công cụ như dao, rựa, cuốc và chia^h phục vụ sản xuất nông nghiệp và sinh hoạt.

Với điều kiện tự nhiên và hệ sinh thái rừng núi ở Cao Nguyên, cộng đồng tại thôn Kon Jong sở hữu một tài sản văn hóa đặc trưng, đó là ẩm thực. Với vốn tri thức bản địa phong phú khi thích nghi với vùng sinh thái rừng núi, cộng đồng còn sử dụng các loại cây rừng để chế biến thức ăn và đồ uống trong sinh hoạt hàng ngày như sâm cau, chuối rừng, măng le, dọt mây... Cũng như nhiều tộc người khác, rượu trong văn hóa truyền thống của người Xơ Đăng là một thức uống để kết nối cộng đồng và được sử dụng trong các nghi lễ vì tượng trưng cho sự tinh khiết. Đối với người Xơ Đăng tại thôn Kon Jong, phương pháp làm rượu ghè từ men lá và nếp than là một di sản được lưu truyền qua nhiều thế hệ.

Để đánh dấu sự thay đổi theo chu kỳ thời gian, người Xơ Đăng tại thôn Kon Jong chọn ngày 1 tháng 3 dương

^eTheo chia sẻ của cộng đồng, lúa chất lượng tốt nghĩa là ăn vào rất chắc bụng, no rất lâu, hạt gạo nấu ra không bị bể, còn nguyên hạt và chén cơm từ hạt gạo lúa nương cầm chắc tay.

^fCác điệu múa xoang thường được mô phỏng các hình thức và quy trình làm rẫy như: dọn cỏ, phát cỏ, tria lúa, gặt lúa, sắn lúa. Ngoài ra các điệu múa còn mô phỏng các sinh hoạt hằng ngày của cộng đồng như là giặt đồ, giũ đồ, phơi đồ.

^gNguyên liệu tự nhiên như than được làm từ các cây gỗ cổ thụ, da mang (da heo rừng), đất sét.

^hCái chia được dùng để cắt, đâm hoặc xới đất, chia có hình dạng như một gậy dài, phần đầu có nhánh (thường là 3 hoặc 4 nhánh) nhọn

lịch là ngày mừng năm mới. Thời gian tổ chức mừng năm mới của các thôn thường từ tháng 1 đến tháng 3, do cộng đồng các già làngⁱ quyết định. Thời gian tổ chức mừng năm mới của các thôn không trùng nhau do cộng đồng già làng thỏa thuận để các thôn có thể tham gia mừng năm mới với nhau. Trước những năm 2000, dân làng thường tổ chức mừng năm mới với các hoạt động ăn uống và sinh hoạt cộng đồng kéo dài cả tuần. Tuy nhiên, hiện nay, thời gian tổ chức được thu hẹp lại chỉ trong 2 ngày. Trong ngày lễ hội, tất cả đồng bào Xơ Đăng trong làng được cùng nhau tụ tập bên nhà Rông, tham gia nghi lễ, thưởng thức rượu cần và các món ăn đặc biệt được chuẩn bị của các hộ dân. Bên cạnh các tài nguyên tự nhiên và nhân văn như là các tiềm năng để có thể phát triển du lịch, trong bối cảnh hiện nay, việc phát triển kinh tế của địa phương đặc biệt là du lịch chịu ảnh hưởng rất lớn của các chính sách phát triển ở địa phương.

Lực nội tại của cộng đồng người Xơ Đăng địa phương

Phát triển cộng đồng dựa trên nội lực là một chiến lược nhằm khai thác và phát huy hiệu quả các tiềm năng vốn có trong cộng đồng thông qua việc huy động các cá nhân, hiệp hội và tổ chức. Đối với cộng đồng người Xơ Đăng, các kỹ năng và tri thức bản địa, chẳng hạn như kiến thức về mùa vụ, kỹ thuật chế tác công cụ sản xuất nông nghiệp hay sự am hiểu về dược liệu và cây trồng có lợi cho sức khỏe là những tài sản cộng đồng. Đặc biệt, các già làng – những người giữ vai trò truyền thống trong cộng đồng – sở hữu hệ tri thức phong phú về không gian sinh sống, các quy tắc kiêng kỵ và năng lực dự báo dựa trên quan sát thiên nhiên. Bên cạnh đó, giá trị văn hóa cá nhân của người Xơ Đăng được thể hiện qua các phẩm chất như tính thân thiện, hiếu khách và sự chân thật, góp phần tạo nên bản sắc văn hóa đặc trưng không chỉ cho cộng đồng này mà còn cho vùng Tây Nguyên nói chung. Nội lực cá nhân còn phản ánh ở khía cạnh xã hội thông qua sự đoàn kết, lòng tin vào già làng và trưởng thôn – những người lãnh đạo có uy tín, được cộng đồng tín nhiệm và xem trọng. Ngoài ra, cộng đồng người Xơ Đăng đã được đào tạo các kỹ năng cơ bản về phát triển du lịch, bao gồm bày trí và chế biến món ăn theo phong cách hài hòa với thiên nhiên, sử dụng vật liệu thân thiện với môi trường như lá chuối và hạn chế đồ nhựa.

ⁱCác già làng bao gồm các thành viên lớn tuổi trong làng, có nhiều kinh nghiệm sống, được cộng đồng kính trọng. Họ không chỉ là những người đã sinh sống lâu đời trong làng mà còn cùng với cộng đồng trải qua quá trình di cư từ nơi ở cũ đến nơi định cư mới. Hiện nay, già làng thường là những cá nhân đã từng tham gia hoặc giữ chức vụ trong vào một số hoạt động chính trị (Đảng viên, cựu chiến binh...)

Về tài sản thuộc nhóm hiệp hội và tổ chức, thôn Kon Jong, huyện Đắk Hà đã thành lập Hợp tác xã dịch vụ Ngọc Réo và tổ liên kết sản xuất rượu nếp than. Sự hiện diện của các tổ chức hợp tác này là kết quả tác động của yếu tố ngoại lực, đó là các chính sách phát triển của địa phương. Hợp tác xã dịch vụ Ngọc Réo, một tổ chức kinh tế - xã hội hoạt động theo nguyên tắc tự nguyện, với 37 thành viên tham gia và vốn điều lệ ban đầu là 100 triệu đồng. Hợp tác xã đặt trụ sở tại thôn Kon Jong, xã Ngọc Réo và vận hành theo mô hình cung ứng các dịch vụ đa dạng liên quan đến du lịch cộng đồng. Ngoài ra, Hội Liên hiệp Phụ nữ xã Ngọc Réo đã thực hiện sáng kiến hỗ trợ phụ nữ trong cộng đồng, đặc biệt là việc thành lập tổ liên kết sản xuất rượu nếp than (rượu ghè). Sản phẩm rượu ghè này được chính phụ nữ trong làng nghiên cứu và sản xuất, không chỉ tạo nên giá trị văn hóa đặc trưng mà còn mang lại nguồn thu nhập ổn định, góp phần nâng cao vai trò kinh tế của phụ nữ trong cộng đồng. Những yếu tố này đã giúp hình thành nền tảng vững chắc để cộng đồng người Xơ Đăng tham gia tích cực vào các hoạt động phát triển bền vững, đặc biệt trong lĩnh vực du lịch cộng đồng.

Các chính sách phát triển kinh tế xã hội ở địa phương: nguồn ngoại lực quan trọng cho sự phát triển

Liên quan đến phát triển kinh tế cộng đồng, các động thái kinh tế xã hội ở thôn Kon Jong thuộc xã Ngọc Réo như là đơn vị cơ sở phản ánh bức tranh chung về chính sách phát triển của huyện Đắk Hà, của tỉnh Kon Tum và của Việt Nam. Các chương trình phát triển liên quan trực tiếp đến tiềm năng phát triển du lịch của cộng đồng người Xơ Đăng ở Kon Jong bao gồm Chương trình phát triển du lịch, Chương trình Mục tiêu Quốc gia xây dựng nông thôn mới, trong đó có Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) và Chương trình Bảo tồn và phát huy giá trị nghề truyền thống của các dân tộc thiểu số tại chỗ của địa phương. Cụ thể hoá chương trình phát triển du lịch, thôn Kon Jong theo định hướng trực tiếp của lãnh đạo huyện, UBND đã có kế hoạch xây dựng phát triển du lịch theo hướng du lịch cộng đồng.

Chính sách phát triển du lịch tại địa phương được thể hiện rõ qua Nghị quyết số 12-NQ/TU ngày 18 tháng 5 năm 2022 của Tỉnh ủy Kon Tum về phát triển du lịch tỉnh Kon Tum đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, nhằm phát triển du lịch thành ngành kinh tế dịch vụ gắn liền với sản xuất hàng hóa, tiêu thụ sản phẩm và tạo ra giá trị gia tăng cho các sản phẩm đặc trưng của tỉnh¹². Trong khuôn khổ các chính sách phát triển du lịch cấp tỉnh, các huyện và xã cũng tích

cực triển khai các kế hoạch phát triển du lịch, điển hình như huyện Đắk Hà đã triển khai Kế hoạch phát triển du lịch giai đoạn 2025-2030 và xã Ngọc Réo là Kế hoạch phát triển Làng Du lịch cộng đồng Kon Jong. Tất cả những nỗ lực này của các cấp chính quyền nhằm phát huy tiềm năng du lịch cộng đồng, khai thác du lịch sinh thái và văn hóa truyền thống.

Để có chất liệu cho việc xây dựng các sản phẩm du lịch và đáp ứng nhu cầu tiêu dùng, trong khuôn khổ chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, Chương trình OCOP đã được triển khai mạnh mẽ ở tất cả địa phương của Việt Nam nhằm tạo ra những sản phẩm có giá trị kinh tế xã hội nhằm thúc đẩy kinh tế của các vùng miền. Tỉnh Kon Tum đã thực hiện các quyết định của cấp Trung ương liên quan đến Chương trình Mỗi xã một sản phẩm, như Quyết định số 919/QĐ-TTg ngày 01 tháng 8 năm 2022¹³ và Quyết định số 148/QĐ-TTg ngày 24 tháng 02 năm 2023¹⁴, nhằm phát triển các sản phẩm đặc trưng của địa phương, trong đó có các sản phẩm du lịch gắn với lợi thế tự nhiên, sản xuất và giá trị văn hóa của từng cộng đồng. Trong việc phát triển các sản phẩm OCOP, trong đó có nhóm ngành du lịch, bên cạnh các giải pháp kỹ thuật hướng đến việc nâng cao chất lượng cho sản phẩm OCOP, thì việc tích hợp các giá trị văn hóa và nhân văn vào các sản phẩm là một yếu tố quan trọng.

Để có thể chuyển tải các giá trị văn hóa cộng đồng vào các sản phẩm du lịch, chính quyền các cấp còn tập trung bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa của cộng đồng dân tộc tại chỗ. Chương trình Bảo tồn và phát huy giá trị nghề truyền thống của các dân tộc thiểu số tại chỗ tại huyện Đắk Hà, được khởi xướng từ Chương trình số 47-CTr/HU, ngày 19 tháng 4 năm 2022 của Ban Chấp hành Đảng bộ huyện Đắk Hà, là một phần trong việc thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TU của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh Kon Tum¹⁵ “về bảo tồn và phát huy giá trị nghề truyền thống của các dân tộc thiểu số tại chỗ đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”. Để đạt được hiệu quả ở cấp cơ sở, UBND xã Ngọc Réo đã ban hành Kế hoạch số 98/KH-UBND, ngày 11 tháng 10 năm 2022, tiếp tục triển khai các hoạt động của chương trình tại địa phương. Chương trình góp phần giữ gìn bản sắc văn hóa đặc sắc của các dân tộc thiểu số và phát triển các ngành du lịch, từ đó tạo ra cơ hội việc làm và nâng cao thu nhập cho cộng đồng dân tộc thiểu số tại chỗ. Đối với xã Ngọc Réo, chương trình đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy phát triển các nghề truyền thống như dệt thổ cẩm, đan lát và sản xuất rượu cần, góp phần nâng cao giá trị kinh tế của sản phẩm và tạo nguồn thu nhập bền vững cho cộng đồng.

Bên cạnh các chính sách, địa phương còn đóng vai trò tích cực trong việc thu hút các yếu tố trợ lực bên ngoài qua việc kết nối các nguồn lực hỗ trợ. Việc coi các mối quan hệ là một loại tài sản đã giúp cộng đồng xây dựng mạng lưới kết nối chặt chẽ, từ đó gia tăng vốn xã hội và huy động các nguồn lực khác. Điển hình tại xã Ngọc Réo, thôn Kon Jong, mô hình liên kết giữa “ba nhà” – nhà nước, nhà khoa học và nhà dân đã chứng minh vai trò thiết yếu trong việc phát triển du lịch cộng đồng bền vững. Vai trò của nhà nước trong cộng đồng người Xơ Đăng thể hiện rõ nét qua việc định hướng, hỗ trợ và tạo điều kiện cho sự phát triển. Chính quyền địa phương, bao gồm các lãnh đạo xã và thôn, đóng vai trò chủ đạo trong việc xây dựng chiến lược phát triển du lịch tại các khu vực trọng điểm như suối Đắk Lôi. Sự phối hợp giữa nhà nước và nhà khoa học đóng vai trò thiết yếu trong việc định hình hướng đi cho cộng đồng người Xơ Đăng. Nhà nước cung cấp nguồn lực và khung pháp lý, đảm bảo sự hỗ trợ cần thiết, trong khi các nhà khoa học đóng vai trò nghiên cứu, tư vấn và triển khai các sáng kiến dựa trên cơ sở khoa học. Sự kết hợp này không chỉ giúp bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa bản địa mà còn thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội của cộng đồng thông qua du lịch, tạo ra một mô hình phát triển dựa trên nội lực hiệu quả.

Sự tương tác giữa các yếu tố nội lực, ngoại lực trong bối cảnh các yếu tố tác động đến việc xây dựng sản phẩm du lịch

Để xây dựng sản phẩm du lịch theo hướng khả thi, phù hợp với điều kiện và bối cảnh của cộng đồng chủ thể, sự tương tác giữa các yếu tố nội lực và ngoại lực và yếu tố tác động cần được phân tích. Các yếu tố nội lực, ngoại lực và yếu tố tác động có thể được nhìn nhận qua phân tích SWOT (xem Bảng 1).

Trên cơ sở phân tích điểm mạnh (S), điểm yếu (W), cơ hội (O) và thách thức (T) theo hướng tiếp cận nội lực, ngoại lực và yếu tố tác động, các chiến lược xây dựng sản phẩm được nhận diện qua phân tích ma trận kết hợp chiến lược SO, WO và chiến lược ST, WT phục vụ cho sản phẩm du lịch cho tộc người Xơ Đăng tại huyện Đắk Hà tỉnh Kon Tum (xem Bảng 2).

Trên cơ sở các chiến lược đã nhận diện, sản phẩm du lịch sẽ được thiết kế qua việc nhận diện các thành tố sẽ được kết cấu trong sản phẩm trên cơ sở chuyển tải các giá trị văn hóa tộc người và địa phương và có tính khả thi cao thể hiện qua lộ trình thực hiện.

Phát huy giá trị văn hoá: xây dựng sản phẩm du lịch cộng đồng trên nền tảng văn hóa tộc người Xơ Đăng

Trên cơ sở phương pháp luận đã thực hiện, nghiên cứu nhận thấy đối với cộng đồng người Xơ Đăng ở xã Ngọc Réo việc xây dựng sản phẩm du lịch sinh thái văn hóa là phù hợp. Về loại hình quản lý, đây sẽ là hình thức du lịch cộng đồng. Các thành tố của sản phẩm du lịch bao gồm:

- Không gian sinh thái văn hóa suối Đắk Lôi: Với lợi thế và sinh thái có rừng và suối Đắk Lôi cùng với dự án phát triển du lịch cộng đồng của chính quyền địa phương, suối Đắk Lôi sẽ là điểm nhấn để thu hút khách tham quan từ đó cộng đồng sẽ tham gia sâu vào các hoạt động du lịch văn hóa để tạo ấn tượng cho du khách. Do vậy, dự án xây dựng cảnh quan cho điểm đến suối Đắk Lôi cần chú ý đến việc tạo các điểm nhấn thể hiện đặc trưng: cổng chào mang bản sắc văn hóa tộc người thể hiện qua kiến trúc, hoa văn hay họa tiết; nhà chòi bên suối nơi người dân có thể nghỉ ngơi và sinh hoạt có thể được xây dựng bằng những vật liệu xây dựng truyền thống như tranh và nứa; đường di chuyển dọc suối có thể được xây dựng bằng những vật liệu truyền thống kết hợp với vật liệu có sức bền hiện nay; xây dựng đập tràn để tạo khu tắm suối; xây dựng nhà tiêu bản trưng bày các nông cụ, vật dụng hàng ngày, nghề rèn truyền thống; thiết kế vườn bản địa nơi trồng trọt các loại cây, rau màu thực phẩm đặc trưng của cộng đồng...

- Bộ nhận diện thương hiệu và quảng bá là những công cụ quan trọng giúp cộng đồng tạo dựng ấn tượng sâu sắc và lâu dài trong tâm trí du khách, từ đó xây dựng hình ảnh và thương hiệu riêng cho điểm đến du lịch. Trong việc triển khai du lịch sinh thái gắn kết với cộng đồng, các yếu tố tự nhiên như hình ảnh con suối, màu sắc của rừng, lúa, nhà Rông sẽ được chuyển hóa thành những hình ảnh và màu sắc biểu tượng trong logo. Khẩu hiệu của bộ nhận diện cần đảm bảo tính ngắn gọn, dễ hiểu, không trùng lặp và phản ánh đặc trưng riêng của điểm đến.

- Ẩm thực trong du lịch cộng đồng gắn với tri thức bản địa về các loại thực vật trong rừng không chỉ đáp ứng nhu cầu ăn uống mà còn chú trọng đến yếu tố sức khỏe. Những món ăn này chủ yếu được chế biến từ các loại thực vật dược liệu đặc trưng của khu vực, có tác dụng tích cực trong việc hỗ trợ sức khỏe, tăng cường miễn dịch, hoặc chữa trị một số bệnh lý nhẹ. Các thực phẩm chủ yếu ở đây là chuối rừng (bắp chuối, thân cây chuối), sâm cau, măng le, lá mì, đọt mây, trứng kiến....

- Không gian cư trú và sinh hoạt cộng đồng đóng vai trò quan trọng trong việc mở rộng trải nghiệm của

Bảng 1: Bảng phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức tác động đến sản phẩm du lịch

Nội dung	Điểm mạnh (S)	Điểm yếu (W)	Cơ hội (O)	Thách thức (T)
Vị trí địa lý	S1: Vị trí thuận lợi về kết nối giao thông nội vùng và liên vùng.	W1: Hạ tầng chưa được đồng bộ, đặc biệt là hệ thống điện và đường ở một số khu vực, có thể ảnh hưởng đến sự an toàn và thoải mái của du khách, đặc biệt vào buổi tối.	O1: Dễ dàng kết nối với các điểm du lịch liên khu và liên vùng.	T1: Có nguy cơ bị cạnh tranh với các mô hình du lịch đã phát triển sẵn, có vị trí thuận lợi và hệ thống giao thông đồng bộ hơn.
Tài nguyên du lịch	S2: Tài nguyên tự nhiên: cảnh quan suối Đắk Lôi và sinh thái nông nghiệp. Bên cạnh đó còn có cơ sở tôn giáo và các di tích lịch sử. S3: Tài nguyên nhân văn: văn hoá bản địa của tộc người Xơ Đăng (Tơ Drá), cổng chiêng, rượu cần và tri thức về ẩm thực được liệu.	W2: Chưa có cơ sở lưu trú đạt chuẩn. W3: Tài nguyên du lịch ở dạng tiềm năng, chưa được chỉnh trang và đồng bộ. Trong đó, cảnh quan của Suối Đắk Lôi chưa được chỉnh trang.	O2: Tiềm năng sản phẩm du lịch độc đáo có sự kết hợp giữa tài nguyên sinh thái và văn hóa.	T2: Mất cân bằng sinh thái tại suối Đắk Lôi khi phát triển du lịch.
Nguồn lực	S4: Cộng đồng sẵn sàng tham gia vào hoạt động du lịch, tích cực và sáng tạo trong xây dựng sản phẩm du lịch. S5: Cộng đồng sở hữu bản sắc của tộc người bản địa tại địa phương.	W4: Cộng đồng chủ yếu là nông dân và chưa được đào tạo chuyên sâu về các kỹ năng phục vụ du lịch, điều này có thể ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ. W5: Kiến thức về du lịch cộng đồng và sinh thái còn hạn chế, cần thêm các chương trình đào tạo.	O3: Có nhiều chương trình tập huấn để nâng cao năng lực cho người dân và các cấp quản lý. O4: Có điều kiện để tạo sinh kế tăng thêm bên cạnh hoạt động sinh kế nông nghiệp truyền thống.	T3: Xung đột lợi ích giữa các nhóm chức năng, cạnh tranh lẫn nhau trong từng sản phẩm du lịch. T4: Quá tải về sức chứa và khả năng phục vụ của đội ngũ cộng đồng.
Tổ chức/ Hiệp hội	S6: Các tổ chức như HTX Nông nghiệp, Dịch vụ Du lịch Ngọc Réo và các tổ liên kết là xuất phát điểm khả thi cho du lịch cộng đồng.	W6: Các tổ chức mới hình thành, còn sơ khai và chưa có kinh nghiệm và kiến thức.	O5: Được quan tâm trong tiếp cận các chính sách nhà nước. O6: Được trao cơ hội tự chủ và tự lực trong huy động vốn nội tại.	T5: Hoạt động không hiệu quả do năng lực quản lý.
Chính sách địa phương	S7: Có sự ủng hộ của lãnh đạo các cấp thông qua các chương trình phát triển về du lịch và văn hóa. S8: Có sự hợp tác và kết nối chặt chẽ của chính quyền – nhà khoa học thực hiện các dự án cộng đồng tại địa phương.	W7: Chưa có đề án quy hoạch chi tiết tại thôn Kon Jong và suối Đắk Lôi để tạo cơ sở pháp lý và thúc đẩy phát triển du lịch theo đúng kế hoạch.	O7: Chính sách phát triển du lịch cộng đồng có thể tạo nền tảng pháp lý và tài chính vững mạnh để phát triển khu vực du lịch.	T6: Sự can thiệp quá mức từ chính quyền có thể làm giảm tính tự chủ của cộng đồng.

Nguồn: nhóm tác giả

Bảng 2: Kết hợp chiến lược giữa SO, WO, ST, WT trong phân tích sản phẩm du lịch

Kết hợp chiến lược SO	Kết hợp chiến lược WO
S1+O1: Đẩy mạnh thu hút khách bằng sự thuận lợi của vị trí địa lý bằng hình thức truyền thông, quảng bá qua hình ảnh và clip với đa dạng hóa kênh truyền thông như facebook, tiktok, instagram. S2, S3, S4, S5+O2: Chiến lược phát triển loại hình du lịch cộng đồng và du lịch sinh thái văn hóa. S2+O3: Phát triển các loại hình trải nghiệm như bơi suối, tắm suối qua việc xây các đập tràn nhằm thúc đẩy hoạt động trải nghiệm dưới nước. Thiết kế cảnh quan tạo thành điểm đến chủ chốt, lan tỏa và kết hợp với du lịch văn hoá của cộng đồng trong thôn nhằm tạo ra sắc màu riêng cho sản phẩm du lịch tại địa phương. S4+O3: Thúc đẩy sự sáng tạo, tự lực và tính thích ứng trong quá trình tham gia tạo ra các sản phẩm du lịch mang bản sắc tộc người. S5+O7: Các chính sách phát triển của nhà nước chú trọng đến các chương trình hỗ trợ, đồng hành và duy trì, nâng cao nhận thức về các giá trị văn hoá bản địa của cộng đồng. S6+O5, O6, O7: Hỗ trợ và duy trì hoạt động của HTX, mở rộng thêm các tổ du lịch dựa trên sự sẵn sàng tham gia của cộng đồng. Thúc đẩy quyền tự làm chủ, tự ra quyết định của cộng đồng.	W1, W2, W6+O7: Đẩy nhanh chính sách cụ thể hỗ trợ hạ tầng, cơ sở lưu trú và nguồn lực về nhằm đảm bảo điều kiện để phát triển du lịch trong thời gian sắp tới. W3, W4+O7: Tổ chức các lớp tập huấn chuyên sâu về nghiệp vụ du lịch như quản lý du lịch, hướng dẫn viên, chăm sóc khách hàng và các kỹ năng liên quan về môi trường, vệ sinh an toàn thực phẩm và các xử lý tình huống khẩn cấp liên quan. W3+O2: Chinh trang và xây thêm các chòi quanh suối theo hướng đồng bộ và sử dụng các vật liệu hài hoà với không gian tự nhiên. W5+O7, O6: Đẩy mạnh các chương trình tập huấn, TOT cho các đối tượng chủ chốt trong mô hình HTX và thành viên trong cộng đồng. W6+O7: Tập trung xây dựng để án quy hoạch chung cho đặc khu du lịch cộng đồng, tạo điều kiện hành lang pháp lý.
Kết hợp chiến lược ST	Kết hợp chiến lược WT
S2, S3+T2: Kêu gọi sự góp ý từ nhà tư vấn/ nhà khoa học và chính quyền nhằm định hướng cách thức triển khai và hoạt động phù hợp và tương ứng. S4, S5, S6+T3: Cần có cơ chế và cách thức hoạt động phù hợp, hài hoà và minh bạch dưới sự hỗ trợ và tư vấn của nhà khoa học và chính quyền địa phương. S7, S8+T6: Tăng cường mối liên kết giữa bốn nhà: nhà khoa học, nhà dân, nhà đầu tư và nhà nước tạo nên một kết cấu phát triển hài hoà giữa các bên.	W1+T1: Chú trọng và đầu tư các dịch vụ vận chuyển linh động, dễ thích ứng, chỉnh trang lại các tuyến đường chưa đồng bộ. W3+T2: Dễ dàng thiết kế cảnh quan một cách đồng bộ, tạo ra dấu ấn riêng phù hợp với nhiều đối tượng khách. W5+T4: Tập huấn về cách thức tính toán sức chứa tại điểm cho cộng đồng và cơ chế và chế tài phù hợp. W6+T3: Đưa ra các biện pháp chế tài phù hợp với văn hoá địa phương trong cách thức và cơ chế hoạt động.

Nguồn: nhóm tác giả

du khách khi tham quan các điểm đến. Các không gian này bao gồm homestay, nhà Rông, các loại hình văn hóa nghệ thuật và không gian canh tác như cánh đồng lúa. Nhà ở của người dân hiện nay khá khang trang có thể cải tạo để đáp ứng nhu cầu lưu trú của khách du lịch. Khi ở trong không gian cộng đồng, du khách có thể trải nghiệm các sinh hoạt hàng ngày như lên rừng, ra ruộng, chế biến các món ăn và tham gia các sinh hoạt cộng đồng tại không gian nhà Rông. Nhà Rông, với sân rộng rãi, là khu vực trọng tâm trong không gian sinh hoạt cộng đồng. Đây là nơi tiếp đón du khách và tổ chức các hoạt động văn hóa nghệ thuật như cồng chiêng, sù thi và hát đố. Bên cạnh đó, không gian canh tác lúa, vốn là khu vực thuận tiện cho khách tham gia các hoạt động trải nghiệm hay ngắm cảnh cũng có thể được khai thác.

- Thiết kế tour tuyến kết nối: Để tăng độ trải nghiệm và đáp ứng nhu cầu của các nhóm khách du lịch khác nhau, điểm du lịch suối Đắk Lôi và không gian cư trú và sinh hoạt của cộng đồng người Xơ Đăng ở thôn Kon Jong có thể được kết nối để trở thành sản phẩm du lịch cộng đồng tại đây. Đây là sản phẩm du lịch kết hợp yếu tố tự nhiên và văn hóa như trải nghiệm cảnh quan suối, các hoạt động tắm suối, thưởng thức các món ăn đặc trưng của cộng đồng, cũng như tìm hiểu văn hóa cồng chiêng, tri thức bản địa, kỹ thuật canh tác nông nghiệp địa phương... Ngoài ra, với tài nguyên du lịch trong bối cảnh của huyện Đắk Hà và tỉnh Kon Tum, sản phẩm du lịch này có thể mở rộng kết nối với các di tích lịch sử, điểm đến tôn giáo, hay điểm đến sinh thái cảnh quan phù hợp với các loại hình du lịch về nguồn hay tâm linh hay nghỉ dưỡng...

- Bộ thuyết minh tại điểm: Bộ thuyết minh là công cụ chuyển tải các giá trị văn hóa thành các câu chuyện, được chuyển tải đến người nghe để giúp cho họ hiểu thêm về cộng đồng và điểm đến vốn có các đặc trưng riêng biệt. Từ đó tạo cảm xúc và dấu ấn của du khách về những nơi họ đã đi qua và những con người họ đã tiếp xúc. Do vậy, bộ thuyết minh cần được xây dựng dựa trên việc khai thác các yếu tố lịch sử, đặc điểm, ý nghĩa, định hướng của cộng đồng và điểm đến. Trong quá trình xây dựng này, sự tương tác giữa tính *xác thực* (*authenticity*)^j và tính *trình diễn* (*performance*)^k cần được lưu tâm để các câu chuyện có sự hài hòa giữa tính nguyên bản hay giá trị gốc trong bối cảnh hòa hợp dân tộc, hội nhập và chịu sự chi phối mạnh mẽ của tính hiện đại. Đối với sản phẩm du lịch cộng đồng thôn Kon Jong, với đặc điểm là sản phẩm du lịch sinh thái văn hóa, bộ thuyết minh tại đây sẽ bao gồm các hợp phần sinh thái và văn hóa, được lồng ghép và hòa quyện với nhau để kể cho du khách theo các tour tuyến đã thiết kế. Theo đó, bộ thuyết minh sẽ có các câu chuyện về ý nghĩa của các biểu tượng văn hóa, về tri thức bản địa của cộng đồng, bao gồm các phương thức canh tác nông nghiệp, dự báo mùa vụ, kỹ thuật đánh bắt cá, cùng với cách thức sử dụng các loại thực vật có tính dược liệu trong bữa ăn hàng ngày và các cách duy trì sức khỏe và chữa trị các bệnh thông thường dựa vào các bài thuốc dân gian.

- Cơ chế quản lý: Du lịch cộng đồng không chỉ là sự trải nghiệm văn hóa cộng đồng tộc người mà còn thể hiện qua cơ chế quản lý đó là tập thể cộng đồng sẽ cùng nhau vận hành sản phẩm du lịch. Thực tiễn cho thấy dù đây là cơ chế quản lý có nhiều mặt tích cực vì hướng đến lợi ích của cộng đồng nhưng loại hình này cũng tiềm ẩn nhiều rủi ro làm phân rẽ cộng đồng nếu cơ chế quản lý dẫn đến mâu thuẫn khi lợi ích và trách nhiệm không được phân chia đồng đều và minh bạch. Thật vậy, do sự khác biệt về bản chất quản lý trong đó cộng đồng vốn nhấn mạnh đến “tình cảm” vốn dựa trên các mối quan hệ thân thiết trong khi cơ chế quản lý vốn nhấn mạnh đến sự chuyên nghiệp vốn dựa trên luật và các quy định. Cụ thể, tại thôn Kon Jong, dựa trên nhu cầu, năng lực và định hướng của địa phương, sản phẩm du lịch của người Xơ Đăng tại thôn Kon Jong đã được xác định phải là loại hình cộng đồng dựa trên các tổ chức hợp tác để quản lý. Để đảm bảo sự vận hành theo đúng mục tiêu đề ra và hạn chế rủi ro, người dân tại đây đang vận hành theo mô hình có sự liên kết

giữa các nhà đó là nhà nước, nhà khoa học, nhà đầu tư và nhà dân. Trong đó, nhà dân là thành tố cơ hữu và mang tính cốt lõi nhất để định hình và duy trì tính bền vững của một mô hình; nhà nước đóng vai trò định hướng, kết nối các nguồn lực; nhà khoa học đóng vai trò tư vấn; nhà đầu tư là người cùng đồng hành với người dân để thúc đẩy nhanh chóng quá trình hiện thực hóa sản phẩm du lịch.

THẢO LUẬN

Trên cơ sở nghiên cứu thực tiễn tại cộng đồng người Xơ Đăng ở tỉnh Kon Tum và thực trạng các nghiên cứu về chủ đề này hiện nay, bài viết đưa ra phương pháp luận cho việc phát huy các giá trị văn hóa tộc người, cụ thể qua việc chuyển tải tài nguyên du lịch, đặc biệt là các giá trị văn hóa vào sản phẩm du lịch bao gồm bốn bước. Quy trình bốn bước (2MAT) cơ bản này nhằm đảm bảo xây dựng một sản phẩm du lịch phù hợp trên cơ sở kết hợp hài hòa giữa phát triển kinh tế và bảo tồn bản sắc văn hóa địa phương và từ góc độ tiếp cận nội lực và ngoại lực hướng đến tính khả thi của sản phẩm và nâng cao năng lực cộng đồng chủ thể (xem Hình 1).

- Bước 1 (cultural mapping): Lập bản đồ tài nguyên du lịch, trong đó chú trọng đến bản đồ văn hóa. Quá trình lập bản đồ văn hoá có sự tham gia của cộng đồng nhằm xác định và ghi chép các tài sản văn hoá địa phương, các tài sản vừa có tính hữu hình hoặc định lượng vừa có tính vô hình hoặc định tính, từ đó, xác định được không gian của từng loại tài sản này.

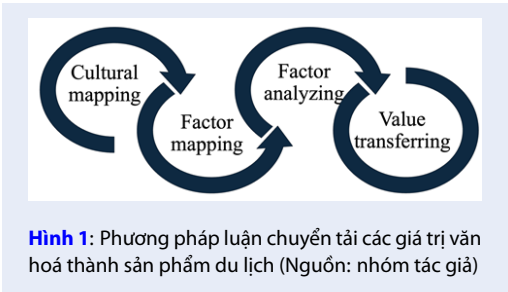
- Bước 2 (factor mapping): Nhận diện các yếu tố nội lực, ngoại lực và các yếu tố tác động (quản lý rủi ro). Các yếu tố nội lực và ngoại lực được nhận diện theo hướng là các lực đẩy hay là các điểm mạnh hay cơ hội cho sự phát triển của cộng đồng. Nội lực là khả năng tự thân của cộng đồng địa phương, còn ngoại lực bao gồm các yếu tố hỗ trợ đến từ bên ngoài cộng đồng trong đó quan trọng nhất là vai trò của các cấp chính quyền cùng với các nhà tư vấn và đầu tư. Cụ thể yếu tố nội lực liên quan đến việc xây dựng sản phẩm du lịch là nhu cầu và năng lực của cộng đồng như độ sẵn sàng tham gia vào hoạt động du lịch, kiến thức, kỹ năng, cơ sở vật chất, sản phẩm văn hóa đặc trưng và khả năng tổ chức các hoạt động phục vụ du khách; các yếu tố ngoại lực được nhận diện bao gồm độ sẵn sàng của các cấp lãnh đạo, các chính sách hỗ trợ kinh tế - xã hội và vốn xã hội. Ngoài ra, trong bối cảnh xã hội đang chuyển động mạnh mẽ như hiện nay, để đảm bảo sự thành công của các chương trình phát triển, việc phân tích các yếu tố tác động đến từ các xu hướng, thách thức và điểm yếu nhằm để xuất các giải pháp, hạn chế rủi ro, xây dựng các phương án ứng phó kịp thời sẽ giúp giảm thiểu tác động tiêu cực để phát huy các giá

^jTheo Trilling (1972:93), nguồn gốc của từ “authenticity” là trong bảo tàng, nó phản ánh sự nguyên bản và giá trị gốc của nó. Cụ thể, trong du lịch, theo MacCannell (1976), tính xác thực là một thuộc tính cố hữu của đối tượng thưởng lãm của du khách trong du lịch.

^kTính trình diễn (performance) trong nghiên cứu trong du lịch được hiểu là một màn trình diễn, tái hiện các sự kiện văn hoá, giải thích các thực hành truyền thống (Tilley 1997)

trị văn hóa cốt lõi và nâng cao năng lực thích ứng của cộng đồng.

- Bước 3 (factor analyzing): Phân tích sự tương tác giữa nội lực và ngoại lực trong bối cảnh các yếu tố tác động để nhận diện các thành tố có tính khả thi để chuyển tải hay phát huy thành sản phẩm du lịch và lộ trình phù hợp để triển khai sản phẩm du lịch.
- Bước 4 (value transferring): Dựa trên kết quả hệ thống hóa, phân tích các tác tố cũng như xu hướng, các giá trị văn hóa của cộng đồng sẽ được chuyển tải vào các thành tố của sản phẩm du lịch như thiết kế cảnh quan, bộ thuyết minh, các hoạt động văn nghệ, ẩm thực, các mô típ trang trí, trang phục, bộ quy tắc ứng xử, tổ chức vận hành, cơ chế quản lý ... nhằm đảm bảo văn hóa không chỉ là một nguồn lực kinh tế mà còn được bảo tồn và phát huy phù hợp trong bối cảnh hiện nay.



KẾT LUẬN

Tài sản du lịch là nền tảng cốt lõi trong mọi khía cạnh phát triển của du lịch cộng đồng. Việc phát huy các giá trị văn hóa qua việc xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch không chỉ góp phần thu hút du khách mà còn làm phong phú thêm trải nghiệm của họ, hỗ trợ cộng đồng địa phương và đảm bảo tính bền vững lâu dài cho các điểm đến du lịch. Trên cơ sở hướng tiếp cận từ dưới lên và việc triển khai thực tiễn quá trình chuyển hóa các giá trị văn hóa cộng đồng tộc người tại chỗ vào sản phẩm du lịch cộng đồng, bài viết đã hệ thống và khái quát phương pháp luận 2MAT để chuyển tải các giá trị văn hóa vào sản phẩm du lịch. Phương pháp luận này có góc nhìn toàn diện khi phân tích các yếu tố nội lực và ngoại lực trong bối cảnh các yếu tố tác động khi xây dựng sản phẩm du lịch. Trường hợp xây dựng sản phẩm du lịch cộng đồng tại thôn Kon Jong của tỉnh Kon Tum đã minh chứng cho tính phù hợp của việc kết hợp nội lực và ngoại lực để xây dựng mô hình du lịch cộng đồng dựa trên các giá trị văn hóa bản địa hướng đến tính bền vững. Một mô hình du lịch cộng đồng thành công, được xây dựng và thúc đẩy từ bên trong, có khả năng trở thành nguồn cảm hứng và mô

hình mẫu cho các cộng đồng khác đang tìm kiếm con đường phát triển riêng. Bên cạnh những cơ hội, thì loại hình du lịch cộng đồng vẫn còn nhiều thách thức phải đối mặt. Trong đó công bằng trong phân phối lợi ích, bình đẳng trong tiếp cận, hài hòa giữa khai thác và bảo tồn cả về tự nhiên lẫn văn hóa là những thách thức quan trọng.

LỜI CẢM ƠN

Nghiên cứu được tài trợ bởi Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh trong khuôn khổ đề án mã số “ĐA2024-18b-04”.

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

ABCD: Phát triển Cộng đồng Dựa trên Tài sản (Asset-Based Community Development)
OCOP: Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (One Commune, One Product)
UBND: Ủy ban nhân dân

XUNG ĐỘT LỢI ÍCH

Bản thảo này không có xung đột lợi ích

ĐÓNG GÓP CỦA TÁC GIẢ

Tác giả Ngô Thị Phương Lan: Diễn dã, hình thành ý tưởng bài viết, thảo luận, chỉnh sửa và hoàn thiện nội dung.
Tác giả Đỗ Thị Ngân Thanh: Diễn dã, thu thập thông tin, phỏng vấn sâu, viết nội dung bản thảo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ban Dân tộc học tỉnh Kon Tum. Các dân tộc tỉnh Kon Tum. [Online]. 2019. Truy cập ngày 9 tháng 5 năm 2025. Available from: <https://www.sodantocvatongiao.kontum.gov.vn/gioi-t-hieu/Cac-dan-toc-tinh-Kon-Tum-294>.
2. Nguyễn Bảo Cương, Phạm Huy Đăng, Phạm Đình An, Trần Tấn Vĩnh. Người Xơ Đăng ở Việt Nam. Hà Nội: Nhà xuất bản Thông tấn; 2014.
3. Tường PV. Phát huy vai trò của văn hoá trong hội nhập kinh tế quốc tế ở Việt Nam hiện nay. Tạp chí Khoa học ĐHSP TPHCM 2013. 2013;44:73–79.
4. Anh NT, Cường ND. Các giá trị văn hoá truyền thống Việt Nam thời kỳ hội nhập quốc tế. Tạp chí Khoa học Xã hội Việt Nam 2017. 2017;6(115):82–90.
5. Hào BT, Hương LT, Ánh Tuyền P. Kế thừa, phát huy giá trị văn hoá truyền thống Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế - thực trạng và khuyến nghị. 2023;69A.
6. Hoàng Phê, Bùi Khắc Việt, Chu Bích Thu, Đào Thân và ctv. Từ điển tiếng Việt. Hà Nội: Nhà xuất bản Hồng Đức; 2023.
7. Kretzmman J, McKnight J. Building communities from the inside out: A path toward finding and mobilizing a community's assets. Chicago: ACTA;.
8. Smith SLJ. The tourism product. Annals of Tourism Research. 1994;21(3):582–595.
9. Fuimaono RS. The asset-based community development (ABCD) approach in action: An analysis of the work of two NGOs in Samoa [M.Phil. Thesis]. 2017. Available from: http://mro.massey.ac.nz/xmlui/bitstream/handle/10179/3427/02_whole.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Truy cập ngày 9 tháng 5 năm 2025.

10. Young G, Clark I, Sutherland J. Mapping culture: A guide for cultural and economic development in communities. Canberra: AGPS; 1995.
11. Stewart S. Cultural mapping toolkit. Vancouver: Creative City Network of Canada and; 2007.
12. Tỉnh Ủy tỉnh Kon Tum. Nghị quyết số 12-NQ/TU của Tỉnh ủy Kon Tum về phát triển du lịch tỉnh Kon Tum đến năm 2025, định hướng đến năm 2030; 2022.
13. Tỉnh Ủy tỉnh Kon Tum. Nghị quyết số 12-NQ/TU của Tỉnh ủy Kon Tum về phát triển du lịch tỉnh Kon Tum đến năm 2025, định hướng đến năm 2030; 2022.
14. Thủ tướng chính phủ. Quyết định số 148/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: Về việc ban hành Bộ tiêu chí và quy định đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình mỗi xã một sản phẩm; 2023.
15. Tỉnh ủy tỉnh Kon Tum. Nghị quyết số 08-NQ/TU của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh Kon Tum: Về bảo tồn và phát huy giá trị nghề truyền thống của các dân tộc thiểu số tại chỗ đến năm 2025, định hướng đến năm 2030; 2022.

Promoting the cultural values of the Xơ Đăng community in developing tourism products from internal and external approaches (A case study of Kon Jong village, Ngọk Réo commune, Đắk Hà district, Kon Tum province)

Ngo Thi Phuong Lan, Do Thi Ngan Thanh*



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

University of Social Sciences and Humanities, VNUHCM, Vietnam

Correspondence

Do Thi Ngan Thanh, University of Social Sciences and Humanities, VNUHCM, Vietnam

Email: dtnthanh@hcmussh.edu.vn

History

- Received: 07-03-2025
- Revised: 09-05-2025
- Accepted: 29-05-2025
- Published Online: 30-06-2025

DOI :

<https://doi.org/10.32508/stdjssh.v9i2.1133>



Copyright

© VNUHCM Press. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



ABSTRACT

By analyzing the qualitative data collected from the intermittent fieldwork conducted in the Xơ Đăng community in Kon Jong village, Ngọk Réo commune, Đắk Hà district, Kon Tum province from March 2024 to January 2025, the authors argue that building and developing community tourism products rooted in local cultural values is an appropriate solution to contribute to the preservation of ethnic cultural values in the context of rapid integration and development today. Based on the identification of tangible and intangible cultural elements of the Xơ Đăng people, the authors observe that key values such as natural landscapes, architecture, agricultural techniques, resource exploitation, local cuisine, ethnic music, the history of the ethnic group, and the treasure trove of literature and folk arts serve as the foundational values for developing community tourism products. From both internal and external approaches, the study applies the Asset-Based Community Development (ABCD) model to assess the natural and cultural resources of the Xơ Đăng people as a basis for tourism product development. Additionally, in the current development context, analyzing external factors, especially the socio-economic dynamics at the local level through the implementation of local policies, is essential. The results of the paper show that with the combination of internal and external forces, the community-based tourism model based on indigenous cultural values demonstrates sustainability when focusing on the benefits of the community and locality in aspects such as governmental support and guidance, management mechanisms, and development strategies. Furthermore, the study proposes the 2MAT methodology for integrating cultural values into tourism products.

Key words: cultural values, community tourism, internal forces, external forces, Xơ Đăng people, Kon Tum

Cite this article : Phuong Lan N T, Ngan Thanh D T. **Promoting the cultural values of the Xơ Đăng community in developing tourism products from internal and external approaches (A case study of Kon Jong village, Ngọk Réo commune, Đắk Hà district, Kon Tum province).** *Sci. Tech. Dev. J. - Soc. Sci. Hum.* 2025; 9(2):3042-3053.