

Phát triển du lịch làng nghề phở sắn Quế Sơn, tỉnh Quảng Nam theo hướng tiếp cận chuỗi giá trị

Ngô Thanh Loan^{1,*}, Lê Hữu Nghĩa²



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

TÓM TẮT

Trong những năm gần đây, làng nghề là một trong những tài nguyên nổi bật để khai thác hoạt động du lịch. Nhằm phát triển kinh tế và nâng cao đời sống của người dân, các địa phương đã tận dụng nguồn tài nguyên này để phát triển du lịch. Bài viết lựa chọn làng nghề phở sắn Quế Sơn, tỉnh Quảng Nam là trường hợp nghiên cứu. Đây là làng nghề truyền thống lâu đời nhưng chưa được khai thác hiệu quả trong xây dựng sản phẩm du lịch. Nhóm tác giả đã tiếp cận phương pháp phân tích chuỗi giá trị để tìm hiểu cách thức mà các bên tham gia cần thực hiện trong quy trình sản xuất và vận hành. Cách tiếp cận chuỗi giá trị sẽ mang ý nghĩa kép cho cả hai lĩnh vực: nông nghiệp và du lịch. Bên cạnh đó, nhóm tác giả cũng sử dụng phương pháp phỏng vấn sâu chính quyền địa phương và các doanh nghiệp để tìm hiểu các định hướng và quan điểm phát triển du lịch làng nghề. Kết quả bài viết cho thấy tiềm năng du lịch làng nghề phở sắn Quế Sơn và khả năng liên kết với các tác nhân có liên quan để tạo nên chuỗi giá trị du lịch, dưới sự điều phối của doanh nghiệp chế biến phở sắn Caromi. Bài viết cũng đề xuất sơ đồ liên kết chuỗi để thấy rõ vai trò của các bên có tham gia và lợi ích của họ trong việc phát triển du lịch làng nghề.

Từ khóa: chuỗi giá trị du lịch, du lịch làng nghề, phở sắn Quế Sơn, nghề truyền thống tỉnh Quảng Nam

ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong nhiều thập niên qua, phương pháp tiếp cận chuỗi giá trị đã được nhiều quốc gia phát triển áp dụng nhằm đưa sản phẩm ra thị trường một cách hiệu quả, đặc biệt là sản phẩm nông nghiệp. Các công trình nghiên cứu điển hình như của Michael Porter (1985)¹ phân tích lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp từ khung lý thuyết chuỗi giá trị; Gereffi và Korzeniewicz (1994)²; Kaplinsky (1999)³; Kaplinsky và Morris (2001)⁴ áp dụng khung phân tích chuỗi giá trị để tìm hiểu những cách thức mà các công ty và các quốc gia hội nhập toàn cầu, đã cho thấy vai trò trung tâm của chuỗi giá trị đối với các bên có liên quan.

Ở Việt Nam, cách tiếp cận này cũng được biết đến và triển khai rộng rãi sau những năm 2000⁵. Ngoài công trình phân tích sự tham gia vào chuỗi giá trị du lịch tại Đà Nẵng của Mitchell J. & Le Chi Phuc⁶, nghiên cứu so sánh thu nhập của các chủ thể trong chuỗi giá trị du lịch vùng nông thôn tại cù lao Thới Sơn, tỉnh Tiền Giang của Bùi Thị Lan Hương (2012)⁷, thì nghiên cứu Phát triển chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp tại đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) trong bối cảnh mới của Ngô Thị Phương Lan và cộng sự (2021)⁸ là một trong những đề tài nổi bật, cho thấy giá trị thực tiễn của khung lý thuyết này. Đặc biệt, trong bối cảnh hiện nay, vì du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước và

lợi thế tài nguyên để khai thác loại hình du lịch nông thôn đã trở thành sản phẩm du lịch đặc trưng, nên cách tiếp cận chuỗi giá trị mang ý nghĩa kép cho cả hai lĩnh vực: nông nghiệp và du lịch.

Bài viết dựa trên các cơ sở lý thuyết về chuỗi giá trị, các kinh nghiệm từ tham gia nghiên cứu tại đồng bằng sông Cửu Long, khảo sát thực địa tại Quảng Nam, kết hợp với phỏng vấn doanh nghiệp và chính quyền địa phương để đề xuất một mô hình phát triển du lịch từ làng phở sắn thuộc huyện Quế Sơn, tỉnh Quảng Nam, nhằm đa dạng hóa sản phẩm du lịch của Quảng Nam, đồng thời đóng góp thêm một ví dụ cho hướng tiếp cận mới này trong nghiên cứu du lịch.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Phương pháp thu thập dữ liệu

Ngoài các tư liệu thứ cấp thu thập từ các công trình khoa học đã được công bố, để thực hiện bài viết, nhóm tác giả đã kết hợp khảo sát thực địa để thực hiện một số phỏng vấn sâu các nhà quản lý du lịch tại phương, các doanh nghiệp và một số hộ dân có tham gia vào hoạt động du lịch. Cụ thể, các chuyến khảo sát đã được thực hiện trong năm 2020 tại cù lao An Bình (tỉnh Vĩnh Long), Phong Điền, Cồn Sơn (Cần Thơ), Long Xuyên, Châu Đốc (An Giang), Sa Đéc (Đồng Tháp), Cồn Chim (Trà Vinh). Từ các lý luận về liên

¹Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG-HCM, Việt Nam

²Trường Đại học Kinh tế, TP.HCM, Việt Nam

Liên hệ

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

Email: loanngothanh@hcmussh.edu.vn

Lịch sử

- Ngày nhận: 5/5/2021
- Ngày chấp nhận: 30/8/2021
- Ngày đăng: 05/9/2021

DOI: 10.32508/stdjssh.v5i4.655



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.



Trích dẫn bài báo này: Loan N T, Nghĩa L H. Phát triển du lịch làng nghề phở sắn Quế Sơn, tỉnh Quảng Nam theo hướng tiếp cận chuỗi giá trị. *Sci. Tech. Dev. J. - Soc. Sci. Hum.*; 5(4):1214-1222.

kết chuỗi trong du lịch và quan sát các mô hình khác nhau tại ĐBSCL, nhóm tác giả lên ý tưởng về các mô hình liên kết giữa các tác nhân trong du lịch nông thôn. Sau khi khảo sát và phân tích các đặc trưng của làng nghề phở sắn tại huyện Quế Sơn (Quảng Nam), chúng tôi đã chọn một mô hình và điều chỉnh cho phù hợp với điểm tài nguyên này.

Phương pháp phân tích chuỗi giá trị

Dựa trên lý thuyết phân tích chuỗi giá trị, phân tích chuỗi giá trị có một loạt các phương pháp khác nhau và có thể quy về ba bước cơ bản, bao gồm:

(1) Xây dựng sơ đồ hệ thống chuỗi giá trị, giúp định dạng các hoạt động của chuỗi, các tác nhân tham gia vào chuỗi, cũng như các thành phần hỗ trợ cho chuỗi giá trị này. Phương pháp này cũng được áp dụng để định vị những khâu có vấn đề cần phải giải quyết trong các chuỗi hiện có, các tác nhân có liên quan trực tiếp và gián tiếp, để từ đó có thể đề xuất giải pháp cải tiến một cách phù hợp nhất;

(2) Mô tả, lượng hóa các chi tiết chuỗi giá trị. Tùy thuộc vào mối quan tâm cụ thể mà các phân tích chuỗi tập trung vào các khía cạnh nào có liên quan, ví dụ như các đặc tính của chủ thể, các dịch vụ hay các điều kiện khung về chính trị, luật pháp và thể chế có tác dụng ngăn cản hoặc khuyến khích phát triển chuỗi, giải pháp cần áp dụng, trên cơ sở phân tích nguyên nhân cản trở sự vận hành của chuỗi, các biện pháp cần áp dụng và các điều kiện để thực hiện các biện pháp này;

(3) Phân tích hiệu quả của chuỗi giá trị, bao gồm việc xác định giá trị gia tăng, chi phí và lợi nhuận thu được, cũng như các lợi ích xã hội, tinh thần khác mà các tác nhân trong chuỗi nhận được. Năng lực kinh tế của một chuỗi giá trị có thể được “so sánh đối chuẩn”, ví dụ như giá trị của các tham số quan trọng của chuỗi có thể được so sánh với các tham số này ở các chuỗi cạnh tranh tại các quốc gia khác hoặc của các ngành công nghiệp tương đồng, để làm cơ sở cho việc cải tiến hiệu quả của chuỗi.

Đây là phương pháp sẽ được áp dụng để phân tích chuỗi giá trị du lịch để xuất.

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHUỖI GIÁ TRỊ

Khái niệm chuỗi giá trị du lịch

Khái niệm chuỗi giá trị (value chain) được Michael Porter đưa ra lần đầu vào năm 1985¹. Ông cho rằng chuỗi giá trị là công cụ quan trọng của doanh nghiệp để tạo ra giá trị lớn hơn cho khách hàng và xây dựng lợi thế cạnh tranh. Về bản chất, chuỗi giá trị là tập hợp các hoạt động nhằm thiết kế, sản xuất, bán hàng, giao hàng và hỗ trợ sản phẩm của doanh nghiệp. Theo

đó, chuỗi giá trị bao gồm chín hoạt động tương ứng về chiến lược tạo ra giá trị cho khách hàng; trong đó, chia ra năm hoạt động chính (cung ứng đầu vào, vận hành, cung ứng đầu ra, tiếp thị - bán hàng và dịch vụ) và bốn hoạt động hỗ trợ (thu mua, phát triển công nghệ, quản trị nhân sự và cơ sở hạ tầng doanh nghiệp). Tuy nhiên, đối với khung phân tích này, khái niệm chuỗi giá trị chỉ áp dụng trong kinh doanh, ở phạm vi nhỏ của một doanh nghiệp cụ thể. Năm 2001, Kaplinsky và Morris đã mở rộng khái niệm này và cho rằng: chuỗi giá trị là nói đến một loạt những hoạt động cần thiết để biến một sản phẩm (hoặc một dịch vụ) từ lúc còn là ý tưởng, thông qua các giai đoạn sản xuất khác nhau, đến khi phân phối tới người tiêu dùng cuối cùng và loại bỏ sau khi đã sử dụng⁴.

Như vậy, một chuỗi giá trị tồn tại khi tất cả những người tham gia trong chuỗi hoạt động để tạo ra tối đa giá trị trong toàn chuỗi. Định nghĩa này có thể giải thích theo nghĩa hẹp hoặc (và) rộng. Theo nghĩa hẹp, tương đồng với mô hình Porter (1985), một chuỗi giá trị gồm một loạt các hoạt động thực tiễn trong một công ty để sản xuất ra một sản phẩm nhất định. Theo nghĩa rộng, nó là một phức hợp những hoạt động do nhiều thành phần khác nhau tham gia thực hiện (người sản xuất sơ cấp, người chế biến, thương nhân, người cung cấp dịch vụ, v.v.) để chế biến một nguyên liệu thô thành thành phẩm được bán lẻ. Nói một cách khác, chuỗi giá trị rộng bắt đầu từ hệ thống sản xuất nguyên liệu thô và chuyển dịch theo các mối liên kết với các doanh nghiệp khác trong kinh doanh. Có thể thấy rằng, cách tiếp cận theo nghĩa rộng không xem xét các hoạt động do một doanh nghiệp duy nhất tiến hành, mà nó xem xét các mối liên kết ngược và xuôi trong một quy trình đưa sản phẩm sau cùng đến người tiêu dùng. Do đó, cách tiếp cận này có thể áp dụng hiệu quả trong lĩnh vực du lịch từ vấn đề quản lý đến tạo lợi ích kinh doanh.

Thực tế, du lịch là ngành kinh tế tổng hợp bao gồm nhiều bên liên quan: khách du lịch, nhà cung ứng sản phẩm du lịch, dân cư tại điểm du lịch và các cơ quan quản lý Nhà nước về du lịch⁹. Do đó, để phát triển du lịch, mối quan hệ giữa các bên liên quan cần được hoàn thiện. Phương pháp tiếp cận chuỗi giá trị trở thành công cụ để phân tích, đánh giá vai trò và sự liên kết, chia sẻ giữa các bên có tham gia vào chuỗi.

Khái niệm chuỗi giá trị du lịch trở nên quan trọng trong việc xây dựng chính sách, kế hoạch tổng thể và chiến lược kinh doanh theo xu hướng của thị trường. Theo Hawkins (2005), chuỗi giá trị du lịch được định nghĩa đơn giản là một hệ thống mô tả cách các doanh nghiệp khu vực tư nhân phối hợp với chính phủ và xã hội dân sự để nhận hoặc tiếp cận các nguồn lực làm đầu vào, gia tăng giá trị thông qua các quá trình

khác nhau (lập kế hoạch, phát triển, tài trợ, tiếp thị, phân phối, định giá, định vị, v.v.) và bán các sản phẩm cho khách hàng. Đến nay, đã có nhiều nghiên cứu cho thấy vai trò của chuỗi giá trị trong hoạt động du lịch¹⁰. Giá trị thực tiễn của mô hình này đóng góp nổi bật trong việc phân tích, xây dựng cơ chế giảm nghèo^{11,12} và phát triển khu vực kinh tế tư nhân^{6,13}.

Xác định các tác nhân (actors) trong chuỗi giá trị du lịch

Với cách tiếp cận chuỗi giá trị trong du lịch, Song H. et al. (2013) xem xét các cá nhân, tổ chức, các đơn vị kinh doanh trong ngành du lịch là những điểm kết nối trong chuỗi giá trị du lịch để sáng tạo và duy trì giá trị cho du khách cũng như có lợi ích cho các bên liên quan¹⁴. Với cách tiếp cận này, các bên liên quan tham gia trong chuỗi giá trị du lịch có thể được phân thành 4 nhóm: Người tạo ra sản phẩm du lịch cơ bản (người dân hoặc doanh nghiệp); Người cung cấp sản phẩm và dịch vụ du lịch (người dân hoặc doanh nghiệp); Người quản lý Nhà nước hoạt động du lịch và khách du lịch.

Trong khuôn khổ bài viết này, thuật ngữ tác nhân (actor) được dùng để các đơn vị trong mạng lưới. Các đơn vị này có thể là người, nhóm, tổ chức, công ty, quốc gia...¹⁵. Nhìn từ góc độ tiến trình, qua tổng hợp tư liệu, nhóm tác giả ghi nhận chuỗi du lịch nông thôn được định hình thông qua ba giai đoạn, mỗi giai đoạn có sự tham gia của các tác nhân khác nhau:

Giai đoạn thứ nhất: những cư dân đô thị thỏa mãn nhu cầu về với thiên nhiên, thông qua việc tự mình tiến hành các chuyến dã ngoại về những vùng nông thôn, tham gia vào các hoạt động sản xuất nông nghiệp, các lễ hội nông nghiệp, quan sát việc đánh bắt, nuôi trồng.

Trong giai đoạn này, tất cả mọi thứ đều mang tính tự phát, chỉ có 2 tác nhân chính tham gia vào chuỗi là nông dân và du khách.

Giai đoạn thứ hai được hình thành khi nhu cầu của các du khách bắt đầu gia tăng. Sự gia tăng ấy có thể xuất phát từ sự nổi tiếng của khu vực sản xuất nông nghiệp, sản phẩm nông nghiệp đặc trưng của địa phương hoặc những yếu tố thu hút khác của vùng nông thôn. Từ quan sát thực tế, có hai yếu tố sau đây được ghi nhận:

- Đã hình thành những cá nhân hoặc doanh nghiệp cung cấp các sản phẩm du lịch với qui mô nhỏ và chưa hoàn chỉnh.

- Giá trị gia tăng cho các bên có liên quan như nông dân, cộng đồng địa phương... đã bắt đầu được phát triển nhưng cơ bản vẫn chỉ dừng lại ở qui mô địa phương, mang tính tự phát chưa có chiến lược phát

triển bền vững và quan trọng hơn là chưa có sự điều chỉnh và/hoặc hỗ trợ mang tính chính thức từ Nhà nước. Trong giai đoạn này, ngoài nông dân, cộng đồng địa phương và du khách có thêm sự tham gia của các doanh nghiệp du lịch địa phương.

Giai đoạn thứ ba: được hình thành khi du lịch nông thôn được chính quyền (địa phương và/hoặc trung ương) coi đó là một trong những nhân tố đóng góp vào phát triển kinh tế xã hội của địa phương hoặc thậm chí là của quốc gia. Đặc trưng của giai đoạn phát triển này được nhìn nhận trước hết ở vai trò của chính quyền trong việc quảng bá và có những hỗ trợ về mặt chính sách (như ưu đãi về thuế, cung cấp các nguồn tín dụng ưu đãi, các hỗ trợ kỹ thuật...).

Song H. et al (2013) nhận định: Nhà nước (bao gồm chính quyền trung ương và/hoặc chính quyền địa phương) đóng vai trò là người ban hành chính sách, cung cấp nền tảng, tài chính và các hỗ trợ khác để trên cơ sở đó du lịch vận hành. Chính sách tốt sẽ đóng vai trò thúc đẩy, chính sách không phù hợp sẽ kìm hãm hoặc thậm chí là đẩy du lịch phát triển lệch lạc¹⁴.

Mặt khác, như Michell và Asley (2010) định nghĩa, chuỗi giá trị là “tất cả các yếu tố cung cấp hàng hóa và dịch vụ cho khách du lịch, từ cung cấp đầu vào đến tiêu thụ hàng hóa và dịch vụ cuối cùng, bao gồm phân tích các tổ chức hỗ trợ và các vấn đề quản trị của các bên liên quan tham gia vào hoạt động”. Các tổ chức hỗ trợ này ngoài ngành du lịch còn có các cơ quan Nhà nước khác như giao thông vận tải, ngân hàng, thuế, hải quan, công an, y tế...¹⁶

Ngoài ra, ở giai đoạn này, doanh nghiệp du lịch là những đơn vị đóng vai trò kết nối mang khách hàng đến với bên cung cấp dịch vụ du lịch. Tùy vào mô hình và mức độ phát triển mà vai trò của doanh nghiệp du lịch chỉ dừng lại ở việc cung cấp dịch vụ du lịch thuần túy hoặc tham gia sâu hơn trong việc đưa ra các yêu cầu về dịch vụ, hoặc cùng tham gia tạo ra các sản phẩm mới để cùng chia sẻ giá trị gia tăng với bên cung cấp dịch vụ du lịch địa phương. Như vậy, vai trò của doanh nghiệp du lịch không chỉ là đưa khách đến mà còn tạo ra các sản phẩm du lịch mới để du lịch ngày càng đa dạng, góp phần làm tăng giá trị của chuỗi.

Bên cạnh đó, khảo sát thực tế cho thấy việc thiếu nguồn cung sản phẩm du lịch từ các hộ nông dân (do không đúng vụ sản xuất hoặc do mất mùa) làm suy yếu chuỗi liên kết giá trị du lịch. Điều này đã tạo một số cơ hội để các doanh nghiệp địa phương kết nối với chuỗi giá trị nông nghiệp thông qua chế biến, nhằm lưu trữ nông sản lâu hơn, đồng thời nâng cao giá trị nông sản và từ đó có thể trở thành một mắt xích trong chuỗi giá trị du lịch. Thậm chí trong một số mô hình doanh nghiệp chế biến trở thành tác nhân chính tạo nên chuỗi giá trị du lịch.

Tại nhiều nước, có những hiệp hội tham gia vào quá trình cung ứng cũng như hỗ trợ cho người nông dân trong lĩnh vực du lịch. Có thể kể đến các hiệp hội về nông nghiệp hoặc nông dân như *Accueil Paysan, Vignerons et Patrimoine* (Pháp), *Farm Stay US, Dude Ranchers' Association* (Hoa Kỳ)... Ngoài ra còn có các hiệp hội đa quốc gia, tổ chức quốc tế tham gia hỗ trợ người nông dân trong sản xuất nông nghiệp cũng như đa dạng hóa các hoạt động kinh tế để nâng cao giá trị sản phẩm nông nghiệp và tăng thu nhập như *Agriterria, SEM Canada*...

Vai trò của các hiệp hội về du lịch cũng đóng góp một phần quan trọng cho việc phát triển các chuỗi giá trị du lịch. Gần đây, 13 tỉnh và thành phố thuộc ĐBSCL đã thành lập Hiệp hội du lịch ĐBSCL. Tại một số địa phương cũng đã có hiệp hội du lịch. Tuy nhiên, hiện nay, các hiệp hội này còn mang nặng chức năng hành chính mà chưa làm việc thật sự hiệu quả trong việc tạo liên kết chuỗi giá trị giá tăng trong du lịch.

Đặc biệt, gần đây, vai trò của các cơ quan, tổ chức học thuật trong đóng góp và đồng hành với sự phát triển của địa phương ngày càng được quan tâm. Các chương trình tập huấn kiến thức, kỹ năng cần thiết cho người dân địa phương liên quan đến ngành công nghiệp du lịch được tổ chức. Chuyên gia là người hỗ trợ định hướng, hỗ trợ kỹ thuật và kết nối nông dân với doanh nghiệp, cũng như đóng vai trò “trọng tài” (mediator) trong mối quan hệ giữa các bên có liên quan.

Tóm lại, như trình bày ở trên, tham gia vào du lịch ở khu vực nông thôn bao gồm các chủ thể là Nhà nước, doanh nghiệp kinh doanh du lịch và bên cung cấp sản phẩm và dịch vụ du lịch (nông dân hoặc doanh nghiệp chế biến). Ngoài ra còn có các cơ quan học thuật, các nhà chuyên môn và các hiệp hội với vai trò hỗ trợ, trung gian, nối kết.

Tùy thuộc vào vai trò và sự tương tác giữa các bên (bao gồm doanh nghiệp kinh doanh du lịch và bên cung cấp dịch vụ du lịch) như thế nào mà theo đó sẽ tạo nên các mô hình chuỗi du lịch khác nhau. Trong các mô hình này, các tác nhân sẽ được kết nối theo nhiều cách khác nhau (thứ bậc, trực tiếp hoặc gián tiếp, thường xuyên hay thời vụ...).

Các mô hình chuỗi giá trị du lịch từ kinh nghiệm của ĐBSCL

Từ các phân tích về tác nhân tham gia vào hoạt động du lịch, kết hợp với các kết quả khảo sát trước đây của các tác giả tại ĐBSCL, xét về dạng thức có thể thấy có hai dạng mô hình du lịch là:

(1) Các mô hình đơn giản, trong đó đầu tiên người dân tự phát làm du lịch và khách tự đến, ví dụ: các

vườn trái cây ở An Bình (Vĩnh Long), Phong Điền (Cần Thơ), Nông trại Phan Nam (Thành phố Long Xuyên, An Giang), Viet Mekong Farmstay (Đồng Tháp)...

(2) Các mô hình có yếu tố liên kết chuỗi, dưới nhiều hình thức khác nhau:

- Tự người dân liên kết với nhau như ở Cồn Sơn (Cần Thơ); làng hoa Sa Đéc (Đồng Tháp);

- Doanh nghiệp liên kết với người dân như trường hợp của Công ty du lịch Mekong Travel và hệ thống Ứt Trình Homestay (Vĩnh Long);

- Có sự hỗ trợ từ chính quyền và sự tư vấn của các nhà khoa học như Cồn Chim (Trà Vinh), các trang trại nông nghiệp công nghệ cao ở Châu Đốc (An Giang)...

Nhà nước có vai trò quan trọng trong việc tạo ra các chuỗi, tạo ra môi trường cho chuỗi hình thành. Trong bối cảnh đó sẽ có nhiều dạng thức chuỗi khác nhau tùy thuộc vào tác nhân đứng đầu chuỗi⁸.

Việc phân tích các chuỗi đã có và các tác nhân tham gia vào việc xây dựng các sản phẩm du lịch là một trong những cơ sở để đề xuất xây dựng mô hình chuỗi giá trị du lịch tại huyện Quế Sơn, tỉnh Quảng Nam, như trình bày trong phần phương pháp nghiên cứu.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Khái quát về làng nghề phở sắn Quế Sơn

Thị trấn Đông Phú (huyện Quế Sơn, Quảng Nam) được biết đến với làng nghề truyền thống phở sắn có từ lâu đời. Đây cũng là làng nghề có một không hai trên nước ta.

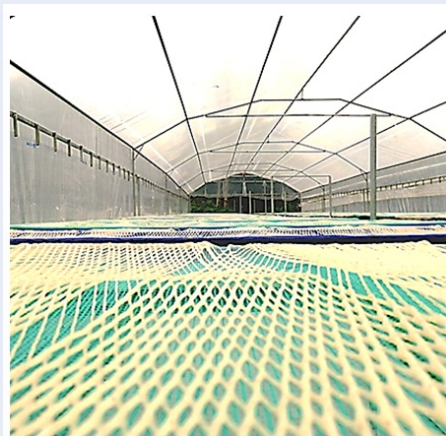
Ông Trương Đăng Nhân (một hộ sản xuất phở sắn tại Đông Phú, Quế Sơn) cho biết: “Ngày trước, bún phở sắn Quế Sơn bắt đầu phát triển vào những năm đầu thập niên 60 của thế kỷ XX, nhưng do chiến tranh tác động nên mãi đến giữa thập niên 80, nghề này mới được khởi động trở lại ở các xã trung du của huyện Quế Sơn”¹⁷. Đến giữa thập niên 80, cây sắn (khoai mì) lại được đưa vào đầu tư canh tác và phát triển, nghề phở sắn cũng được khởi động trở lại ở các địa phương của huyện Quế Sơn như: thị trấn Đông Phú, xã Quế Châu, Quế Thuận, Quế Minh... nhưng tập trung chủ yếu là tại khu phố Thuận An của thị trấn Đông Phú. Làng nghề phở sắn Đông Phú hiện có 12 hộ gia đình và hơn 40 lao động tham gia sản xuất.

Quy trình làm phở sắn rất công phu, chất lượng làm ra hơn nhau ở chỗ khéo tay và kinh nghiệm tích góp được. Trước tiên, củ sắn được xay ra thành bột. Bột sắn được ngâm trong nước, chắt lọc thường xuyên hàng giờ để khử độ chua, loại bỏ độc chất và làm cho bột trong hơn. Thời gian ngâm bột có thể kéo dài đến khi nào đạt độ trong, khử được vị chua trong sắn. Sau đó bột tinh được nấu bằng bếp củi, khuấy

đều tay (hiện nay dùng máy móc để khuấy), đun nhỏ lửa cho bột chín đều và khô bị cháy sém dưới đáy nồi. Bột sau khi nấu chín, để nguội, được đưa vào máy ép thành sợi. Người thợ nhanh tay đưa vi vào để hứng, các sợi phở nhỏ đan lồng vào nhau như hình mắc lưới. Những tấm phở này sẽ được mang đi phơi khô dưới ánh nắng mặt trời trong vòng khoảng 6 giờ (Hình 1). Tùy điều kiện thời tiết, người thợ sản xuất có thể thay đổi thời gian phơi cho phù hợp để có được thành phẩm. Hiện nay, một số hộ tại làng nghề phở sắn đã đầu tư buồng sấy để giảm bớt rủi ro do thời tiết thất thường, đồng thời đảm bảo vệ sinh cho sản phẩm (Hình 2).



Hình 1: Khu phơi trước đây của các hộ sản xuất phở sắn, phụ thuộc hoàn toàn vào thời tiết



Hình 2: Nhà phơi kiêm nhà sấy mới lắp đặt tại xưởng sản xuất của Caromi⁴

⁴Nguồn: Caromi.vn

Phở sắn Quế Sơn rất đặc trưng bởi nguyên liệu được chất lọc từ sự tinh túy nhất của củ sắn - nông sản có tiếng của địa phương, và một quy trình chế biến hết sức công phu, kỹ lưỡng qua bàn tay khéo léo, tài hoa của những người thợ nơi đây. Với các giá trị độc đáo của mình, làng nghề phở sắn Đông Phú đã được Ủy ban Nhân dân tỉnh Quảng Nam công nhận là làng nghề truyền thống vào ngày 9/9/2013. Phở sắn cũng được chứng nhận là sản phẩm OCOP trong hai năm 2018 và 2019. Hiện nay, ngoài phở sắn truyền thống, các hộ sản xuất tại làng nghề đã cho ra đời một số sản phẩm mới như bánh tráng sắn, spaghetti..., đồng thời đầu tư hơn cho bao bì của sản phẩm và đưa sản phẩm ra nhiều kênh bán hàng khác nhau. Một số hộ đã xuất khẩu được sản phẩm ra nước ngoài.

So với các làng nghề khác của Quế Sơn, làng nghề phở sắn có nhiều ưu thế để phát triển du lịch:

- Nằm cách Hội An không quá xa, ngay trung tâm huyện nên điều kiện tiếp cận vô cùng thuận lợi;
 - Món phở sắn tuy dân dã, mộc mạc nhưng đã ít nhiều tạo nên danh tiếng gắn với địa danh Quế Sơn. “Nhắc đến phở sắn cũng như là nhắc đến của văn hóa của người dân vì đã tồn tại ở địa bàn này khá lâu rồi, gắn liền với nét ẩm thực của người dân. Việc duy trì làng nghề là một phần phát triển nghề truyền thống địa phương, một phần tạo công ăn việc làm cho những hộ dân” (Ông Dương Văn Xinh, hộ sản xuất phở sắn). Hy vọng việc kết hợp với hoạt động du lịch sẽ mở ra một hướng phát triển mới cho những người dân nơi đây;
 - Quá trình sản xuất thuận lợi cho việc tổ chức nhiều hoạt động trải nghiệm cho du khách như ép phở, phơi phở, chế biến và thưởng thức tại chỗ...;
 - Dễ dàng gắn kết với các điểm tham quan du lịch khác của huyện Quế Sơn và tỉnh Quảng Nam để tạo thành các chương trình du lịch hoàn chỉnh.
- Dựa trên những cơ sở này, làng nghề phở sắn Quế Sơn được chọn để đề xuất xây dựng chuỗi giá trị du lịch.

Đề xuất xây dựng chuỗi giá trị du lịch làng nghề phở sắn Quế Sơn

Từ các mô hình đã được đúc kết tại ĐBSCL và dựa trên khung phương pháp phân tích chuỗi, chúng tôi đề xuất xây dựng chuỗi giá trị du lịch từ sự khởi xướng của doanh nghiệp chế biến và kinh doanh phở sắn Caromi.

Theo đó, từ khai thác một sản phẩm du lịch đơn giản là tham quan làng nghề, chuỗi sẽ phát triển đa dạng hơn, kết hợp vận chuyển, ẩm thực, nhiều hình thức tham quan trải nghiệm khác. Cùng với việc đa dạng hóa sản phẩm du lịch, các mối liên kết bên trong và bên ngoài cũng ngày càng phong phú hơn. Hay nói

khác đi, từ mô hình đơn giản, tương ứng với giai đoạn thứ nhất của chuỗi giá trị du lịch (chỉ có hai tác nhân là làng nghề cung ứng dịch vụ du lịch và du khách), mô hình được đề xuất có sự kết nối từ nơi cung cấp nguyên liệu đến sản phẩm đơn giản, sản phẩm cao cấp, có sự tham gia của doanh nghiệp du lịch và sự hỗ trợ từ chính quyền và các nhà chuyên môn.

Như đã phân tích ở trên, mô hình chuỗi giá trị du lịch phụ thuộc khá nhiều vào tác nhân khởi xướng. Lý do chúng tôi chọn tác nhân khởi xướng là doanh nghiệp chế biến thay vì doanh nghiệp du lịch hoặc chính cộng đồng dân cư làng nghề là vì:

- Làng nghề chưa có một thiết chế cộng đồng để quản lý hoạt động chung và không có nhiều quan hệ với các đối tác du lịch. Người dân trong làng nghề còn thiếu kiến thức về du lịch, vì vậy sẽ cần được hỗ trợ nhiều để nâng cao năng lực tổ chức du lịch;

- Doanh nghiệp du lịch của khu vực này tập trung chủ yếu tại hai trung tâm lớn Hội An và Đà Nẵng. Tuy nhiên, điểm yếu của mô hình khởi xướng từ doanh nghiệp du lịch thể hiện rất rõ trong giai đoạn dịch COVID-19, khi nguồn khách giảm sút nghiêm trọng và các nguồn thu khác của doanh nghiệp không đủ để duy trì hoạt động, khiến doanh nghiệp lâm vào tình cảnh rất khó khăn, nhiều lao động, đối tác của doanh nghiệp cũng chịu tác động theo. Điều này cho thấy để chuỗi du lịch phát triển ổn định thì bên cạnh du lịch, doanh nghiệp cũng cần được đầu tư, không chỉ để tạo ra sản phẩm du lịch, mà quan trọng hơn là có được nguồn thu, đồng thời duy trì nguồn tài nguyên cho chuỗi.

Doanh nghiệp chế biến giúp giải quyết được vấn đề công việc và thu nhập cho người lao động do sản phẩm chính là nông sản chế biến, có thể duy trì sản xuất quanh năm. Kinh nghiệm trong quản lý doanh nghiệp cũng sẽ giúp tác nhân này làm tốt công tác điều phối các khâu trong chuỗi. Vấn đề còn lại là đầu tư cho khâu quản lý, nhân lực và các hạ tầng để phát triển thêm mảng du lịch.

Sơ đồ các liên kết chuỗi như trình bày trong Hình 3. Qua sơ đồ này, doanh nghiệp du lịch là đơn vị mang khách hàng đến với bên cung cấp dịch vụ du lịch là doanh nghiệp chế biến phở sắn Caromi (dưới đây gọi tắt là doanh nghiệp chế biến). Doanh nghiệp chế biến đóng vai trò trung tâm trong việc liên kết với nông dân ở vùng trồng sắn, vừa để đảm bảo nguồn nguyên liệu cho sản xuất, vừa tổ chức nơi đây thành điểm tham quan. Nguyên liệu sẽ được đưa về làng nghề, nơi còn nhiều hộ sản xuất với quy trình khá đơn giản (đủ đã được cơ khí hóa một phần) và xưởng sản xuất của Caromi. Điểm cuối của chuỗi tham quan dự kiến sẽ là cửa hàng, nơi du khách có thể mua phở sắn về làm quà, hoặc học chế biến một vài món ăn đơn giản từ

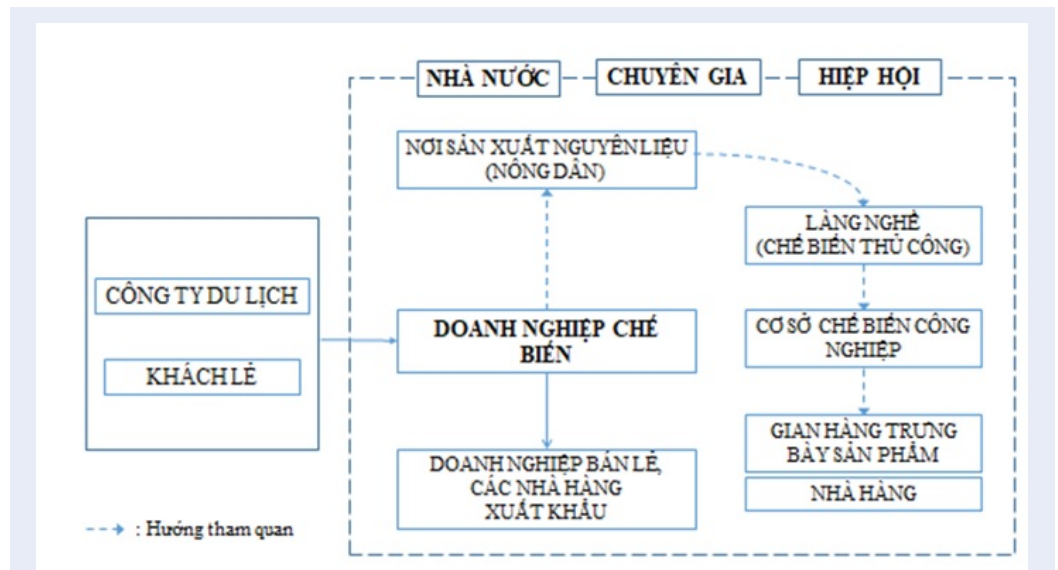
phở sắn, hoặc thưởng thức đặc sản này tại một nhà hàng của địa phương. Đây là mắt xích còn thiếu và cần đầu tư thêm cho chuỗi để xuất.

THẢO LUẬN

Ngoài các lý do đã được trình bày bên trên, việc đề xuất để doanh nghiệp chế biến khởi đầu còn dựa trên các thế mạnh mà doanh nghiệp này hiện có như thương hiệu, kinh nghiệm quản lý, nguồn nhân lực và khả năng tài chính. Các thế mạnh này giúp doanh nghiệp tạo các mối liên kết với các tác nhân khác trong chuỗi một cách thuận lợi hơn.

Để làm được một mô hình chuỗi giá trị du lịch toàn diện, cũng là mô hình có nhiều công đoạn và nhiều tác nhân tham gia nhất trong chuỗi giá trị du lịch, cần có sự hỗ trợ của Nhà nước và có định hướng hoạt động rõ ràng. Trong nhiều trường hợp, mối quan hệ liên kết tốt giữa doanh nghiệp với chính quyền được xây dựng nhờ vào danh tiếng từ sự thành công của doanh nghiệp. Đây cũng là trường hợp của doanh nghiệp chế biến phở sắn Caromi. Qua đó, doanh nghiệp có tiếng nói hơn trong việc thảo luận những vấn đề có liên quan đến phát triển du lịch của địa phương, trong đó có vấn đề cho phép doanh nghiệp và các hộ dân có liên quan tổ chức thêm dịch vụ tham quan, ăn uống. Doanh nghiệp chế biến đã từng có ý tưởng đưa khách du lịch về làng nghề phở sắn Đông Phú trải nghiệm cách làm phở sắn thủ công để bà con làng nghề có thêm thu nhập. Caromi cũng đã phối hợp với Công ty TNHH Emic Hospitality tổ chức một số chương trình trải nghiệm làm phở sắn thủ công, thưởng thức phở sắn ngay tại Hội An và được du khách hưởng ứng rất nhiệt tình. Tiếc là các hoạt động này chỉ vừa triển khai thì phải tạm dừng do dịch COVID-19 (phỏng vấn sâu bà Lê Thị Kim Ánh, đồng sáng lập Caromi). Ngoài ra, doanh nghiệp chế biến Caromi cũng đã có nhiều quan hệ hợp tác với các nhà chuyên môn về kỹ thuật để cải tiến quy trình sản xuất, bố trí nhà xưởng phù hợp hơn để có thể đón khách đến tham quan. Đây sẽ là bước đệm ban đầu để phát triển mô hình chuỗi du lịch tại làng nghề phở sắn trong thời gian tới.

Tính kết nối với cộng đồng địa phương sẽ là điểm mạnh của mô hình cần được phát huy, vì đây là yếu tố thể hiện tính đặc thù của sản phẩm du lịch làng nghề một cách rõ rệt nhất. Hiện nay, ngoài doanh nghiệp Caromi, các hộ sản xuất khác trong làng nghề phở sắn đều có qui mô nhỏ, địa điểm sản xuất chưa đảm bảo không gian đủ rộng và vệ sinh môi trường để trở thành điểm tham quan. Tuy nhiên, sự tồn tại của các hộ sản xuất này tạo nên sinh khí cho làng nghề, ngoài ra, họ còn có thể tham gia vào việc nâng cấp các công trình chung của làng như cổng chào, đường vào làng, hệ thống thoát nước... Vì vậy, sự đóng góp



Hình 3: Chuỗi giá trị du lịch làng nghề phở sắn với tác nhân khởi xướng là doanh nghiệp chế biến^a

^a Nguồn: Tác giả

này phải được tính toán để những hộ không trực tiếp tham gia vào hoạt động đón tiếp khách tham quan vẫn được hưởng lợi từ mô hình phát triển du lịch. Từ kinh nghiệm của ĐBSCL, chúng tôi đề xuất hướng dẫn người dân làng nghề hình thành một tổ hợp tác du lịch. Tổ hợp tác sẽ là người đại diện cho các hộ sản xuất để làm cầu nối với doanh nghiệp chế biến, chịu trách nhiệm phân chia công việc và lợi nhuận từ du lịch cho các hộ dân trong làng nghề.

Về ý nghĩa, mô hình này thể hiện sự gia tăng giá trị của sản phẩm một cách rõ rệt. Người nông dân vùng trồng sắn sẽ có thêm một ít thu nhập từ tổ chức hoạt động tham quan, nhưng quan trọng hơn là được hỗ trợ để cải thiện cơ sở hạ tầng và các hỗ trợ khác về vốn và kỹ thuật. Làng nghề trở thành điểm tham quan du lịch chính, góp phần tăng thu nhập, quảng bá sản phẩm và quảng bá hình ảnh cho địa phương. Các công ty du lịch sẽ có thêm sản phẩm mới để giới thiệu cho khách. Riêng doanh nghiệp chế biến sẽ có thêm lợi nhuận từ mảng kinh doanh du lịch, thêm một kênh quảng bá và bán sản phẩm tại chỗ.

Qua đó, mô hình cũng giúp mỗi bên có liên quan xác định sự đóng góp của mình trong cả chuỗi giá trị du lịch, chuỗi giá trị càng phát triển khi mỗi mắt xích trong chuỗi phát triển. Các nhà quản lý du lịch cũng sẽ có cái nhìn bao quát hơn để xây dựng các chính sách hợp lý hỗ trợ cho phát triển cả chuỗi giá trị chứ không chỉ nhằm đến sản phẩm cuối cùng.

KẾT LUẬN

Một số làng nghề truyền thống hiện phát huy tốt việc khai thác các nguyên liệu tại địa phương để tạo ra những sản phẩm có giá trị văn hóa hoặc kinh tế cao. Bên cạnh việc bảo tồn nghề truyền thống, làng nghề cũng có thể trở thành tác nhân khởi tạo chuỗi du lịch, giúp khai thác giá trị của nghề truyền thống và giúp nghề nhân sống được với nghề. Tuy nhiên, xây dựng làng nghề thành một khâu trong chuỗi giá trị du lịch đôi khi không từ chính bản thân cộng đồng dân cư của làng nghề mà từ tác nhân bên ngoài như trường hợp doanh nghiệp chế biến được đề xuất trong nghiên cứu này.

Đề xuất này được xây dựng dựa trên cơ sở nhận định rằng để chuỗi giá trị du lịch phát triển bền vững đòi hỏi tác nhân khởi xướng chuỗi có nguồn thu ổn định khác bên cạnh du lịch. Đồng thời doanh nghiệp cần có năng lực quản lý chuỗi và có chiến lược mở rộng chuỗi một cách hợp lý, bên cạnh sự hỗ trợ của các tác nhân bên ngoài như chính quyền, các hiệp hội và nhà chuyên môn. Sự phân phối một cách cân bằng lợi nhuận từ chuỗi cho các bên có tham gia cũng là yếu tố cần lưu ý, để đảm bảo hoạt động ổn định của chuỗi.

Đối với mô hình chuỗi giá trị du lịch làng nghề phở sắn Quế Sơn, do tác nhân khởi xướng là doanh nghiệp chế biến chưa có kinh nghiệm trong lĩnh vực du lịch nên mục tiêu nâng cao năng lực quản lý và điều hành chuỗi du lịch cần đặt lên hàng đầu. Vai trò của Nhà nước, các nhà chuyên môn và hiệp hội (du lịch, làng

nghe) sẽ thể hiện rõ trong việc hỗ trợ doanh nghiệp đạt mục tiêu này.

Từ góc độ nghiên cứu, chúng tôi cũng kiến nghị việc thử nghiệm mô hình này để có đánh giá tính hiệu quả, cũng như có các giải pháp cụ thể giúp mô hình vận hành, góp phần phát triển thêm một địa điểm du lịch làng nghề đặc sắc cho huyện Quế Sơn nói riêng và tỉnh Quảng Nam nói chung.

LỜI CẢM ƠN

Bài viết là sản phẩm của đề tài “Xây dựng sản phẩm du lịch phục vụ phát triển du lịch địa phương tại huyện Quế Sơn, tỉnh Quảng Nam”, đề tài KHCN cấp Đại học Quốc gia TP.HCM, mã số B2020-18b-03, do TS. Ngô Thanh Loan làm chủ nhiệm.

XUNG ĐỘT LỢI ÍCH

Bản thảo này không có xung đột lợi ích.

ĐÓNG GÓP CỦA CÁC TÁC GIẢ

- Đóng góp của các tác giả:

Ngô Thanh Loan: viết các mục Đặt vấn đề (viết chung), Phương pháp nghiên cứu; mục Xác định các tác nhân (actors) trong chuỗi giá trị du lịch, mục Các mô hình chuỗi giá trị du lịch từ kinh nghiệm của ĐBSCL; mục Kết quả nghiên cứu; mục Thảo luận; Kết luận (viết chung) và biên tập bài viết.

Lê Hữu Nghĩa: viết các mục Đặt vấn đề (viết chung); mục Khái niệm chuỗi giá trị du lịch; Tóm tắt và Abstract; biên tập phần Tài liệu tham khảo.

- Kết quả khoa học mà bài viết đem lại: đề xuất một hình thức tổ chức du lịch làng nghề dựa trên cơ sở lý luận về chuỗi giá trị, góp phần khai thác một sản vật độc đáo của huyện Quế Sơn (Quảng Nam) phục vụ cho hoạt động du lịch tại địa phương.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Porter MS. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Competitive Performance. 1st ed. New York: The Free Press; 1985;.
- Gereffi G, Korzeniewicz M. (Eds.). Commodity Chains and Global Capitalism. 1st ed. Westport: Praeger; 1994;.
- Kaplinsky R. Globalisation and Unequalization: What Can Be Learned from Value Chain Analysis. Journal of Development Studies 1999; 37 (2): 117-146; Available from: <https://doi.org/10.1080/713600071>.
- Kaplinsky R, Morris M. A Handbook for Value Chain Research. Brighton: Institute of Development Studies, University of Sussex; 2001;.
- Vinh NTT, Cường TH, Hiếu DV. Một số vấn đề lý luận về phân tích chuỗi giá trị thủy sản. Tạp chí Khoa học và Phát triển 2013; 11 (1): 125-132;.
- Mitchell J, Le CP. Participatory tourism value chain analysis in Da Nang, Central Vietnam. Vietnam Private Sector Support Programme; 2007;.
- Hương BTL. So sánh thu nhập của các chủ thể trong chuỗi giá trị du lịch vùng nông thôn tại Cù lao Thới Sơn, Tiền Giang. Tạp chí Khoa học 2012; 24b: 182 - 189;.
- Lan NTP (chủ nhiệm). Phát triển chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp tại ĐBSCL trong bối cảnh mới. Đề tài KHCN độc lập cấp Nhà nước, Trường ĐH Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG TP.HCM; 2021;.
- Coltman MM. Tourism Marketing. New York: Van Nostrand Reinhold; 1989;.
- Hawkins DE, Nikolova M. Knowledge Applications for Competitive Destinations: A Visitor Experience Value Chain Approach. WTO Education Council Conference, Senegal; 2005;.
- Mitchell J. Value chain approaches to assessing the impact of tourism on low-income households in developing countries. Journal of Sustainable Tourism 2012; 20 (3): 457-475; Available from: <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.663378>.
- Thomas F. Addressing the Measurement of Tourism in Terms of Poverty Reduction: Tourism Value Chain Analysis in Lao PDR and Mali. International Journal of Tourism Research 2014; 16 (4): 368-376; Available from: <https://doi.org/10.1002/jtr.1930>.
- Spenceley A, Rylance A, Lloyd S. Improving competitiveness of SMMEs through the Private Sector Development Programme Botswana: Tourism value chain analysis and action plan. International Trade Centre; 2015;.
- Song H, et al. Tourism value chain governance: Reviews and prospects. Journal of Travel Research 2013; 52 (1): 15-28; Available from: <https://doi.org/10.1177/0047287512457264>.
- Tiến LM. Tổng quan phương pháp phân tích mạng lưới xã hội trong nghiên cứu xã hội (An Overview of Social Network Analysis in Social Research). (September 15, 2006); Available from: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3628000>.
- Mitchell J, Ashley C. Tourism and poverty reduction: Pathways to prosperity. 1st ed. London: EarthScan; 2010;.
- Đỗ Vạn. Thủ phủ làm phở sản trăm năm tuổi độc nhất ở Quảng Nam. Báo Lao Động Online. Đăng ngày 23/07/2018; Available from: <https://laodong.vn/kinh-te/thu-phu-lam-pho-san-tram-nam-tuoi-doc-nhat-o-quang-nam-620553.ldo>.

Value chain approach to develop craft village tourism – case study of Que Son cassava noodle, Quang Nam province

Ngo Thanh Loan^{1,*}, Le Huu Nghia²



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

ABSTRACT

In recent years, craft villages are one of the attractive cultural resources to be exploited for tourism activities. Many localities have taken advantage of this resource to develop tourism in order to enhance people's livelihood. This paper opts for cassava noodle artisanal production in Que Son district, Quang Nam province, as a case study. Que Son's cassava noodle traditional village was established quite a long time ago; however, this special resource has not been yet effectively exploited to create tourism products. Using the value chain analysis method, the authors aim to study how stakeholders involve in tourism activities' implementation and operation. The value chain approach will contribute to both sectors, agriculture and tourism. In addition, the authors also use an in-depth interview method with the local government and enterprises to collect opinions about a model to develop craft village tourism. The findings show the potential for cassava noodle village to become a touristic site by linking stakeholders, under the coordination of Caromi – a cassava noodle factory. This paper also proposes the value chain framework to indicate the stakeholders' role and benefits when participating in craft village tourism.

Key words: tourism value chain, craft village tourism, Que Son cassava noodle, Quang Nam's craft

¹University of Social Sciences & Humanities, VNU-HCM, Vietnam

²University of Economics Ho Chi Minh city

Correspondence

Ngo Thanh Loan, University of Social Sciences & Humanities, VNU-HCM, Vietnam

Email: loanngothanh@hcmussh.edu.vn

History

- Received: 5/5/2021
- Accepted: 30/8/2021
- Published: 05/9/2021

DOI : 10.32508/stdjssh.v5i4.655



Copyright

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



Cite this article : Loan N T, Nghia L H. **Value chain approach to develop craft village tourism – case study of Que Son cassava noodle, Quang Nam province** . *Sci. Tech. Dev. J. - Soc. Sci. Hum.*; 5(4):1214-1222.