



Sự thay đổi tư duy kinh tế TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG



■ TS. Hồ Thị Hiền, Thiên Trang

Trong mấy năm trở lại đây, du lịch cộng đồng xuất hiện ở Nghệ An và ngày càng gây được sự chú ý của nhiều người với sự truyền thông liên tục đưa tin cũng như hàng loạt các dự án xây dựng và phát triển các điểm du lịch cộng đồng ở nhiều địa phương khác nhau. Định hướng phát triển du lịch cộng đồng ở nhiều địa phương, đặc biệt là ở miền núi, nơi có nhiều đồng bào dân tộc sinh sống, văn hóa tộc người đa dạng, và có cả các thắng cảnh thiên nhiên hùng vĩ, tươi đẹp là một lựa chọn hợp lý. Nó không những góp phần vào việc xóa đói giảm nghèo mà còn tạo điều kiện để người dân bản địa có những trải nghiệm quý báu về kinh tế thị trường khi tham gia vào phát triển du lịch cộng đồng.

Ở Nghệ An, du lịch cộng đồng được biết đến trong khoảng hơn một thập trở kỷ lại nay. Và trong khoảng hơn 5 năm qua đã trở thành một khuynh hướng được nhiều lĩnh vực quan tâm, nhất là trong các định hướng phát triển miền núi, xóa đói giảm nghèo và đa dạng hóa sinh kế cho đồng bào dân tộc thiểu số ở miền núi phía Tây. Tính đến nay, toàn tỉnh đã có khoảng vài chục điểm du lịch cộng đồng ở nhiều huyện khác nhau, tập trung chủ yếu ở miền núi. Trong đó có thể kể đến các điểm đã được nhiều người biết đến như: Ở huyện Con Cuông có bản Nưa (xã Yên Khê), bản Thái Sơn 1, bản Thái Sơn 2, bản Xiềng, bản Búng, bản Cò Phạt (xã Môn Sơn), bản Yên Thành (xã Lục Dạ), bản Khe Rạn (xã Bồng Khê); Huyện Tương Dương có bản Chấn, bản Mác, bản Lau (xã Thạch Giám), bản Xoóng Con (xã Lưu Kiên), bản Phòng (xã Tam Hợp), bản Huồi Tổ 1, bản Huồi Tổ 2 (xã Mai Sơn); Huyện Kỳ Sơn có bản Na (xã Hữu Lập), bản Xiềng Tắm, bản Yên Hòa (xã Mỹ Lý); Huyện Quế Phong có bản Na Sai (xã Hạnh Dịch), bản Đan 1, bản Đan 2 (xã Tiền Phong), bản Cỏ Nong (xã Mường Nọc); Huyện Quỳnh Châu có bản Hoa Tiến 1, bản Hoa Tiến 2 (xã Châu Tiến)...

Nếu như khách du lịch đến với du lịch cộng đồng với mong muốn được trải nghiệm trong nền văn hóa truyền thống của người dân bản địa thì chính những người làm chủ thể của việc phát triển du lịch cộng đồng cũng thực hành một quá trình trải nghiệm vô cùng quan trọng mà nhiều khi chính họ cũng không nhận thức ra. Đó là trải nghiệm du lịch hay là một góc độ nhỏ hơn của sự trải nghiệm thị

trường qua phát triển du lịch. Trải nghiệm du lịch chính là trải nghiệm của những người đứng ra tổ chức hay tham gia vào thực hiện các mô hình du lịch cộng đồng. Họ được đưa đi tập huấn, đi tham quan các mô hình phát triển, rồi được bày cho cách lập kế hoạch, xây dựng các tour du lịch, hạch toán kinh tế, hoàn thiện kỹ năng làm du lịch, tìm kiếm đối tác để hợp tác làm ăn, phân chia lợi nhuận, hạch toán tái đầu tư vào các hoạt động khác... Đây chính là một quá trình trải nghiệm kinh tế thị trường và nó làm thay đổi tư duy của người dân bản địa một cách sâu sắc mà nhiều khi chính họ cũng không nhận thức được bởi nó thay đổi tự nhiên trong quá trình tiếp xúc trực tiếp với các công việc liên quan đến phát triển du lịch. Trải nghiệm du lịch hay trải nghiệm thị trường đã làm cho người dân bản địa tích lũy được nhiều hơn các năng lực phát triển kinh tế, là nguồn lực quan trọng trong quá trình phát triển của họ. Tuy nhiên, do Nghệ An đang bước đầu vào phát triển du lịch cộng đồng nên trải nghiệm du lịch vẫn là vấn đề mới, cần được quan tâm tìm hiểu để có những nhận thức và tác động một cách hợp lý.

Thứ nhất là sự thay đổi tư duy về mục đích kinh tế. Nếu như trước đây, trong nền kinh tế tự cung tự cấp, người dân tộc thiểu số chủ yếu tập trung vào việc sản xuất những mặt hàng cấp thiết phục vụ nhu cầu sinh hoạt hàng ngày. Thì với những trải nghiệm thị trường, người dân bản địa đã biết tính toán chi tiết hơn về các mục đích kinh tế của mình. Một khảo sát của chúng tôi tại bản Nưa (xã Yên Khê, huyện Con Cuông) cho thấy rõ hơn về điều này. Nếu so sánh giữa những người tham gia vào phát triển du lịch cộng đồng và những người ít tham gia hơn cho thấy sự tính toán trong mục đích kinh tế của họ khác nhau. Với 4 gia đình được đi tập huấn về tổ chức du lịch cộng đồng, họ có sự tư duy về mục đích kinh tế rất rõ ràng. Trong khi phần lớn những người dân khác, với những người ít tham gia vào hoạt động thị trường thì họ chủ yếu vẫn tập trung vào các hoạt động sản xuất phục vụ nhu cầu gia đình là chính. Còn những người tham gia du

lịch cộng đồng lại lên kế hoạch đầu tư kinh tế để tìm kiếm lợi nhuận rõ ràng hơn. Tức là về mặt kinh tế học, tư duy của người dân chủ yếu vẫn bị chi phối bởi kinh tế tự cung tự cấp, nhưng sau khi có những trải nghiệm thị trường do du lịch cộng đồng mang lại, một số người đã biết tính toán đến việc kiếm tiền lợi nhuận từ các hoạt động kinh tế, biết đem tiền ra đầu tư để thu về một khoản tiền nhiều hơn.

Sự thay đổi trong tư duy cũng làm cho người dân thay đổi các hoạt động sản xuất của mình. Về cơ bản, các gia đình tham gia vào du lịch cộng đồng vẫn tiếp tục sản xuất nông nghiệp nhưng họ không coi đây là hoạt động quan trọng nhất trong gia đình nữa. Họ đã nhìn thấy được mối tương tác giữa các hoạt động kinh tế khác nhau. Tham gia du lịch cộng đồng ban đầu có thể không mang lại thu nhập cao cho họ, nhưng ngược lại sẽ cho họ những trải nghiệm thị trường - một nguồn lực quan trọng cho quá trình phát triển. Từ đó, họ đặt ra những mục tiêu kinh tế cao hơn, không chỉ là chuyện tự cung tự cấp, mà làm sao để có lợi nhuận. Những người tham gia du lịch cộng đồng là những gia đình tham gia nhiều hoạt động kinh tế nhất, là sự mở rộng sinh kế, đa dạng sinh kế trong quá trình phát triển của người dân. Họ đứng ra tổ chức phát triển du lịch cộng đồng qua việc hợp tác với các câu lạc bộ, chi hội phụ nữ để cung cấp các dịch vụ như ăn uống, văn hóa, văn nghệ, thậm chí tổ chức thêm các dịch vụ du lịch trải nghiệm cho du khách. Mặt khác, họ cũng vươn đến liên kết, hợp tác với các công ty du lịch để tiếp đón các đoàn khách. Mục đích của họ là tìm ra được

một khoản lợi nhuận, dù là nhỏ sau khi phải thanh toán rất nhiều khoản khác, nhưng cũng rất hữu ích cho cuộc sống của họ.

Nói tóm lại, sau khi tham gia vào du lịch cộng đồng và có được những trải nghiệm thị trường nhất định, những người dân bản địa đã biết thay đổi mục đích hoạt động kinh tế của mình, từ chỗ chỉ tập trung sao cho đủ cái ăn cái mặc, họ biết tính toán để tham gia nhiều hoạt động kinh tế và tìm kiếm những nguồn lợi nhuận nhất định. Đó là cơ sở để họ đa dạng hóa và mở rộng sinh kế cho gia đình, giúp họ có năng lực vượt qua các vấn đề liên quan đến biến động mùa màng do thiên nhiên mang lại. Một gia đình chỉ tập trung vào trồng trọt, nếu thiên tai lũ lụt xảy ra, mùa màng mất trắng thì rơi vào cảnh đói kém. Hay một gia đình tập trung vào phát triển chăn nuôi mà bị dịch bệnh thì cuộc sống bấp bênh. Nhưng nếu đa dạng hóa các sinh kế thì năng lực để chống chịu với những biến động này lớn hơn nhiều khi họ có nhiều nguồn thu nhập bổ trợ.

Thứ hai là sự thay đổi tư duy về nguồn lực phát triển. Nguồn lực phát triển trong xã hội truyền thống của các dân tộc thiểu số ở miền Tây Nghệ An chủ yếu là đất rừng, nương rẫy, ruộng nước, nói chung là các nguồn tài nguyên gắn với cuộc sống của họ. Trong nền kinh tế thị trường, những nguồn lực này cũng có vai trò quan trọng, nhưng không phải là tất cả. Nguồn lực phát triển được mở rộng ra gấp nhiều lần. Đó là những nguồn lực mới như quan hệ xã hội, mạng lưới xã hội, tri thức dân gian, thông tin thị trường, vị trí địa lý, kỹ năng nghề nghiệp, tri thức văn hóa, bằng cấp, vị thế xã hội... Những yếu tố này đều trở thành các nguồn lực quan trọng trong quá trình phát triển hiện nay. Nhưng không phải ai cũng nhận thức và nắm bắt được các nguồn lực này. Nhìn vào các gia đình tham gia du lịch cộng đồng với các gia đình ít tham gia vào các hoạt động này có thể thấy rõ hơn việc nắm bắt các nguồn lực phát triển do khác nhau về sự trải nghiệm thị trường. Những người làm du lịch cộng đồng biết cách xây dựng mạng lưới xã hội thông qua nhiều kênh khác

nhau. Trước hết là các mối quan hệ với chính quyền địa phương. Ngay từ khi có dự án phát triển du lịch cộng đồng và được đưa đi tham quan một số mô hình, những người này đã biết tạo ra cho mình các mối quan hệ cần thiết như với những người hướng dẫn, với những người tổ chức du lịch cộng đồng, thậm chí với một số người ở những nơi mà họ đi tham quan để trao đổi. Sau đó, khi có những đoàn khách tham quan đầu tiên, họ đã biết giữ gìn các mối quan hệ với du khách. Đặc biệt, họ biết tạo ra và mở rộng mối quan hệ với các công ty du lịch, các hướng dẫn viên du lịch và xem đây là mối quan hệ quan trọng, là nguồn cung cấp khách cho họ. Không chỉ biết tạo các mối quan hệ xã hội bên ngoài, những người làm du lịch cộng đồng cũng tỏ ra nhanh nhẹn và biết cách tập hợp những người khác trong bản cùng tham gia vào hoạt động này hơn. Họ tập trung và tập huấn cùng mọi người về việc nấu ăn, tổ chức tiếp đón khách, tổ chức các hoạt động để phục vụ du khách. Khi phân chia thành các nhóm/câu lạc bộ như câu lạc bộ dân ca, nhóm ẩm thực, nhóm trải nghiệm... thì những người làm du lịch cộng đồng chính là cầu nối giữa các nhóm này. Họ chính là người tiếp nhận thông tin về du khách và thông báo, tổ chức các hoạt động liên quan cũng như thỏa thuận về giá cả và phân chia lợi ích với nhau. Như vậy, thông qua du lịch cộng đồng, những người tham gia đã nhận thức được rõ quan hệ xã hội và năng lực tổ chức là một nguồn lực để phát triển kinh tế. Họ cũng hiểu rằng bản sắc văn hóa tộc người là nguồn vốn quan trọng và có thể vận dụng vào quá trình phát triển. Ngoài ra, họ còn nắm bắt được nhiều nguồn lực khác như ngoại ngữ, năng khiếu văn nghệ, tri thức về văn hóa truyền thống...

Thứ ba là sự thay đổi tư duy về hoạch định kinh tế. Bản thân du lịch cộng đồng là một quá trình kinh tế gồm nhiều bước, nhiều hoạt động khác nhau có mối quan hệ với nhau. Nên phát triển du lịch cộng đồng cũng cần một chiến lược hoạch định kinh tế. Tuy nhiên, khi tham gia vào du lịch cộng đồng, nhất là khi đã có

quá trình phát triển nhất định, những người tham gia đã thay đổi nhiều về việc hoạch định chiến lược phát triển. Trước hết là chiến lược đầu tư tài chính. Muốn phát triển du lịch cộng đồng thì cần có một nguồn tài chính và một chiến lược đầu tư, sử dụng tài chính nhất định. Huy động một số vốn không nhỏ từ việc bán trâu bò, lợn, hay vay mượn, vay ngân hàng là một điều không dễ dàng đối với người dân miền núi. Vậy nên khi đã theo đuổi thì đòi hỏi họ phải rất cẩn thận trong kế hoạch đầu tư. Những người làm du lịch cộng đồng đều cho thấy họ có sự táo bạo trong việc làm ăn kinh tế. Và họ cũng rất tính toán trong việc đầu tư cho lĩnh vực mới này. Nhưng họ không dốc hết mọi nguồn lực cho hoạt động này mà vẫn giữ các hoạt động sản xuất khác để đề phòng khi những hoạt động này không đem lại lợi ích như mong muốn thì cuộc sống gia đình cũng không đi vào hiểm trở. Ở Bản Nưa, các gia đình phát triển du lịch cộng đồng đều đa dạng hóa trong hoạt động sinh kế. Hầu hết vẫn tiếp tục canh tác nông nghiệp và chăn nuôi. Có người làm thêm nhiều nghề khác như đầu tư nhà hàng, quán ăn, bán hàng lưu niệm ở nơi khác, thu mua buôn bán nông sản. Có người thì làm nghề đóng gạch để bán. Có người tham gia sản xuất các mặt hàng thủ công... Như vậy, họ rất biết tính toán trong việc hoạch định sinh kế gia đình. Điều quan trọng nữa, họ còn biết tự nâng cao năng lực của mình qua việc tự tìm hiểu cũng như đầu tư cho con cái học hành cao hơn để làm nguồn lực phát triển sau này. Rõ ràng tầm nhìn về hoạch định kinh tế của người dân đã được mở rộng

hơn trong quá trình tham gia phát triển du lịch cộng đồng.

Cuối cùng là sự thay đổi tư duy về hệ thống giá trị văn hóa. Hệ thống giá trị mang tính bản sắc tộc người. Nhưng đây đều là những khái niệm trừu tượng và thay đổi theo thời gian. Hệ thống giá trị được định hình trong những giai đoạn khác nhau và nó thay đổi tùy theo hoàn cảnh nhưng vẫn giữ được những nét cơ bản của nó. Với các cộng đồng dân tộc thiểu số ở miền núi Nghệ An trước đây, hầu hết đều mang hệ thống giá trị cơ bản là hướng nội. Các cộng đồng sáng tạo và sản xuất đều hướng đến phục vụ bản thân, phục vụ gia đình và phục vụ cộng đồng của mình. Ví dụ như một bộ trang phục đẹp là sự tôn vinh một người phụ nữ - người đã sản xuất ra nó. Đó gọi là các giá trị văn hóa hướng nội. Nhưng khi phát triển du lịch cộng đồng thì hệ thống giá trị cũng có sự thay đổi. Bản sắc văn hóa tộc người là nền tảng, là nguồn lực để phát triển du lịch cộng đồng. Nhưng rồi du lịch cộng đồng lại tác động ngược và làm thay đổi bản sắc văn hóa cộng đồng. Để phát triển du lịch, người dân đã thay đổi, thậm chí hiện đại hóa các yếu tố văn hóa để phục vụ du khách. Ở Bản Nưa, người dân sửa sang lại nhà cửa, làm thêm mái tôn, nâng cột nhà lên để sử dụng tầng 1 như một không gian tiếp khách và ăn uống. Mua sắm các trang thiết bị hiện đại như tủ lạnh, nồi cơm điện, tấm nóng lạnh, làm vệ sinh tự hoại... Nhiều món ăn cũng bị thay đổi sao cho phù hợp với khẩu vị của du khách hơn. Nhiều dịch vụ mới xuất hiện như các quán cà phê, quán nhậu, các shop quần áo, thời trang và đồ lưu niệm. Không chỉ vậy, những bộ trang phục nhiều

khi cũng được cách tân, các điệu hát, điệu múa cũng được cải biên sao cho hợp lý và sôi nổi hơn, lồng lẩy hơn. Như vậy, những người làm du lịch cộng đồng đang hướng đến phục vụ du khách, như một người tham gia phát triển du lịch cộng đồng ở Bản Nưa đã nhấn mạnh “thu hút được du khách thì phát triển được kinh tế”. Điều đó chứng tỏ, du lịch cộng đồng đã làm thay đổi hệ thống giá trị của những người làm du lịch cộng đồng từ hướng nội sang hướng ngoại, phục vụ khách hàng.

Tóm lại, qua phân tích về sự thay đổi tư duy của người dân bản địa khi tham gia phát triển du lịch cộng đồng cho thấy một vấn đề quan trọng, đó là trải nghiệm thị trường, mà cụ thể trên đây là những trải nghiệm ngược từ quá trình hoạt động du lịch cộng đồng của người dân. Trải nghiệm thị trường là một yếu tố quan trọng góp phần giúp người dân bản địa phát triển kinh tế và bảo tồn văn hóa truyền thống trong thời đại kinh tế thị trường. Trải nghiệm thị trường không chỉ giúp người dân chủ động trong các kế hoạch phát triển kinh tế mà còn tạo điều kiện để họ bảo tồn bản sắc văn hóa tộc người của mình. Khi khách hàng có nhu cầu thưởng thức những sản phẩm mang đúng phong cách, văn hóa truyền thống của họ thì họ sản xuất đúng với nguyên mẫu. Cũng có nhiều trường hợp sản xuất theo các mẫu mã khác nhau, làm biến đổi văn hóa truyền thống, nhưng các sản phẩm này có giá cả thấp hơn nhiều so với “hàng thật” đúng nguyên mẫu cổ truyền. Tức là ở đây có sự lựa chọn trong sản xuất khi các sản phẩm theo đúng nguyên mẫu truyền thống thì mất nhiều thời gian hơn nhưng giá cao hơn, sản xuất theo mẫu mới đơn giản hơn, ít thời gian hơn thì giá cả thấp hơn. Và khi thị trường phát triển lành mạnh thì hàng thật cũng được ưa chuộng hơn. Đó là lý do mà những người giỏi các nghề thủ công truyền thống lại giữ vai trò quan trọng trong quá trình phát triển kinh tế và bảo tồn bản sắc văn hóa, họ là những người đi tiên phong và giữ vai trò đầu tàu cho lớp sau đi theo./.