**THAM LUẬN**

**Xây dựng sản phẩm du lịch thích ứng giai đoạn bình thường mới**

***(trường hợp xây dựng sản phẩm du lịch của Bảo tàng Dân tộc học Việt Nam)***

**Ths. An Thu Trà**

Trưởng phòng Truyền thông và Giáo dục

 Bảo tàng Dân tộc học Việt Nam

Bảo tàng Dân tộc học Việt Nam (DTHVN) là tổ chức sự nghiệp trực thuộc Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam, với chức năng nghiên cứu, sưu tầm, giới thiệu đặc trưng văn hóa của 54 dân tộc Việt Nam và một số nước trên thế giới. Ngay từ khi mở cửa đón khách tham quan (1997) đến nay, Bảo tàng đã không ngừng đổi mới phương pháp tiếp cận, đa dạng hóa các hoạt động, nâng cao chất lượng phục vụ du khách trong và ngoài nước. Bảo tàng DTHVN thuộc hệ thống bảo tàng quốc gia. Đặc điểm nổi bật trong trưng bày của Bảo tàng là giới thiệu sự đa dạng văn hoá của các tộc người. Trên khuôn viên rộng gần 5 ha, Bảo tàng có ba khu trưng bày: Toà *Trống đồng-* trưng bày văn hóa 54 dân tộc, tòa *Cánh diều-* trưng bày văn hóa các nước Đông Nam Á và thế giới, *Vườn kiến trúc dân gian-* trưng bày các ngôi nhà truyền thống của một số dân tộc.

Trong bối cảnh chung của thể giới, năm 2020 với sự xuất hiện bất ngờ của đại dịch Covid trên toàn cầu đã gây ra nhiều tổn thất nặng nề chưa từng có đối với nghành du lịch. Năm 2021 làn sóng thứ 4 của dịch bệnh Covid -19 diễn ra từ tháng 4 lan rộng sang các nước châu Á và thế giới, trong đó có Việt Nam. Ngành Du lịch lại tiếp tục bị ảnh hưởng nặng nề nhất ngay cả khi tình hình dịch bệnh trong nước đã được kiểm soát. Điều đó đã ảnh hưởng trực tiếp tới các hoạt động của các điểm tham quan, bao gồm cả Bảo tàng trong suốt 02 năm qua và chăc chắn còn vài năm tới. Những đợt dịch bùng phát thường xuyên đã khiến Bảo tàng rơi vào tình trạng đóng cửa, mở cửa thất thường. Khách tham quan giảm mạnh, đặc biệt là khách quốc tế, các tour du lịch vừa chạy đã buộc phải dừng lại. Đứng trước tình hình này, Bảo tàng đã chủ động nghiên cứu, tìm tòi và xây dựng nhiều các sản phẩm du lịch mới đáp ứng nhu cầu của du khách trong bối cảnh thích ứng linh hoạt bình thường mới.

Ngay sau một thời gian ngắn khi có đại dịch Covid- 19, Bảo tàng đã xác định việc xây dựng nhưng sản phẩm du lịch mới đáp ứng nhu cầu mới là một nhiệm vụ quan trọng và cần thiết. Để xây dựng các sản phẩm du lịch mới Bảo tàng đã bắt tay vào nghiên cứu nhu cầu của du khách trong bối cảnh bình thường mới. Đây là một khâu vô cùng quan trọng để định vị được nhu cầu của du khách trong giai đoạn mới này như thế nào. Với mục tiêu tìm ra các nhu cầu mới chúng tôi đã tiến hành nghiên cứu khách tham quan qua phỏng vấn sâu, phiếu hỏi và quan sát tham dự hành trình tham quan của du khách tại Bảo tàng. Qua nghiên cứu chúng tôi đã nhận thấy một sự thay đổi khá lớn trong lộ trình tham quan cũng như nhu cầu của du khách, đó là hướng đến tham quan ở những khu vực mở ngoài trời, chọn nơi có ít người và thường đi theo nhóm gia đình nhỏ. Nhiều du khách có tâm lý chú trọng đến hoạt động an toàn trong phòng chống dịch bệnh như: thực hiện đầy đủ quy định 5k, các thiết bị, dụng cụ phục vụ việc phòng chống dịch của Bảo tàng cho du khách như thế nào, sự tham gia của cán bộ Bảo tàng trong công tác hỗ trợ khách thực hiện phòng chống dịch...Nhiều nhóm gia đình hay đi chơi cuối tuần có xu hướng đến Bảo tàng thay vì trước đây đưa con vào các trung tâm thương mại với lý do Bảo tàng vừa rộng, thoáng mát, trẻ chạy nhảy an toàn vừa có thể học tập. Từ những kết quả nghiên cứu khách, Bảo tàng đã xác định rõ ràng hơn con đường xây dựng các sản phẩm du lịch mới thích ứng trong bối cảnh bình thường mới.

Thứ nhất, Bảo tàng *xây dựng sản phẩm dựa trên quan điểm ưu tiên hàng đầu là An toàn và khai thác tối đa tính An toàn gắn với tiềm năng thế mạnh vốn có của điểm đến*. Chúng tôi hướng đến các sản phẩm khai thác hoạt động tại khu Vườn kiến trúc - một không gian mở trưng bày các kiến trúc dân gian của các dân tộc. Với đặc điểm nhiều cây xanh, rộng rãi, thoáng mát, khu vườn đáp ứng được nhu cầu mới và tâm lý chơi an toàn của du khách. Mỗi một khuôn viên nhà chúng tôi có thể tạo ra các hoạt động riêng biệt cho từng nhóm khách nhỏ vì thế các hoạt động tại khu vực này được rất nhiều khách lựa chọn. Trên các bãi cỏ Bảo tàng bố trí một số dụng cụ chơi để khuyến kích du khách chủ động khám phá theo các nhóm gia đình riêng. Điều này tạo tâm lý yên tâm về sự an toàn của không gian và hoạt động cho du khách. Nhiều nhóm khách chỉ xác định tham quan và tham gia các hoạt động ngoài trời, họ không vào các trưng bày trong những tòa nhà mặc dù đây là những trưng bày chính. Ngoài ra, chúng tôi đã đưa ra các sản phẩm du lịch khai thác cảnh quan bằng hoạt động ngày trong khu vườn: lội suối mò cua bắt ốc; hoạt động trải nghiệm pha trà lá vối trong vườn; làm người nông dân giã gạo... Các ngôi nhà, khu vườn, thảm cỏ, dòng suối tại đây được khai thác tối đa trong các sản phẩm du lịch để đảm bảo tiêu chí an toàn trong bối cảnh bình thường mới.

Thứ hai, chúng tôi *xây dựng đa dạng hóa các sản phẩm trải nghiệm văn hóa đáp ứng nhu cầu của công chúng*. Với phương châm "một khách cũng phục vụ", Bảo tàng đã đưa ra hàng loạt các gói hoạt động trải nghiệm văn hóa dựa trên tiêu chí An toàn- Nhóm nhỏ- Tự trải nghiệm. Các hoạt động thiết kế theo mùa, theo sự kiện, theo chủ đề, theo đối tượng khách... Xây dựng mỗi loại hoạt động với một tiêu chí rõ ràng, xác định đối tượng khách hàng cụ thể và tạo các sản phẩm tương ứng. Với các hoạt động trải nghiệm theo mùa như "Hương mùa thu Hà Nội" nhằm phục vụ du khách khám phá văn hóa của Hà Nội vào thu nhân dịp Tết Trung thu, hướng đến đón các du khách từ miền Nam và các trường học ở Hà Nội. Hay hoạt động "Mùa hè của bé" và “Vui Hè” dành cho du khách nhỏ tuổi vào dịp nghỉ hè và trong tâm thế nghỉ dịch, học online kéo dài nhiều ngày nên có nhu cầu ra ngoài hoạt động. Nhân dịp Tết Nguyên đán, Bảo tàng xây dựng các gói hoạt động trải nghiệm Tết Việt với chủ đề: Khám phá ẩm thực Tết; chơi trò chơi dân gian ngày Tết; Tết Việt và một số nước trên thế giới… Các sản phẩm hoạt động theo chủ đề cũng được thiết kế phục vụ các nhóm khách có nhu cầu quay lại Bảo tàng nhiều lần để khám phá sâu hơn. Chủ đề làm người nông dân, các em đã được khám phá về các loại nông cụ, trải nghiệm dùng các loại sàng, sẩy, nong, nia, quạt thóc, gẩy rơm... Hay chủ đề khám phá về ẩm thực, chúng tôi khai thác tour giới thiệu các bữa ăn với các phong tục tập quán, nề nếp liên quan và món ăn của các dân tộc cho du khách trải nghiệm… Bên cạnh đó, Bảo tàng cũng tạo ra những sản phẩm đơn giản, dễ thực hiện và tăng nhiều tiện ích cho du khách. Thay vì học sinh đi tham quan một lần cùng trường học chúng tôi đã đưa ra gói hoạt động mua vé đoàn và đi thành nhóm nhỏ theo đúng quy định phòng chống dịch bệnh Covid- 19 sẽ hưởng ưu đãi dùng gói sản phẩm có hướng dẫn viên và một số hoạt động trải nghiệm miễn phí. Bằng cách này đã khuyến khích các trường học chủ động tổ chức cho học sinh đi tham quan cùng gia đình mà không bị phụ thuộc vào một tour và một thời gian cố định như trước đây. Sự đa dạng hóa các sản phẩm du lịch đã giúp Bảo tàng thu hút được nhóm khách quay trở lại Bảo tàng nhiều lần.

Thứ ba, *xây dựng các sản phẩm có tính linh hoạt cao để có thể đáp ứng đa dạng nhu cầu của nhiều đối tượng khách khác nhau*. Các sản phẩm xây dựng luôn chú trọng vào tính linh hoạt để phục vụ được nhiều nhu cầu nhất của du khách. Với phương châm “sản phẩm linh hoạt phục vụ linh hoạt”, chúng tôi đã xây dựng một số chương trình mang tính khung để từ đó có thể linh hoạt tạo ra các sản phẩm thích ứng theo từng nhu cầu của khách hàng. Chẳng hạn, với khung cơ bản của chương trình Tết Việt, chúng tôi có thể tạo ra các sản phẩm đáp ứng đa dạng nhu cầu của khách theo chủ đề như Tết ông Công ông Táo, Tết nói chuyện con Hổ, Ẩm thực Tết, trò chơi dân gian ngày Tết, Tết Việt và một số nước trên thế giới… Ngoài ra, Bảo tàng cũng luôn sẵn sàng đưa ra các sản phẩm theo hình thức trực tiếp và trực tuyến để trong những tình huống phải giãn cách hay phải đóng cửa vẫn có thể phục vụ du khách. Thậm chí các du khách ở nước ngoài cũng có thể phục vụ online với đa dạng sản phẩm dựa trên khung chương trình cơ bản, như tour khám phá văn hóa 54 dân tộc Việt Nam, tour khám phá văn hóa các nước Đông Nam Á, tour trải nghiệm văn hóa gắn với theo mùa, tour khám phá văn hóa theo chủ đề trưng bày như: trang phục; không gian thiêng; nông cụ; nghi lễ… Mọi nhu cầu của du khách đều được Bảo tàng đón nhận và tư vấn để tạo ra sản phẩm phù hợp nhất trong bối cảnh bình thường mới. Nhờ cách tiếp cận xây dựng sản phẩm linh hoạt nên Bảo tàng đã đáp ứng được đa dạng các nhu cầu của công chúng bằng cả hình thức trực tiếp và trực tuyến.

Thứ tư, *xây dựng các sản phẩm du lịch dựa trên khai thác tối đa bản sắc của điểm đến để tạo sự khác biệt qua các sản phẩm du lịch văn hóa*. Với thế mạnh là trưng bày da dạng văn hóa các dân tộc ở Việt Nam, các nước Đông Nam Á và một số quốc gia trên thế giới vì thế Bảo tàng đã xác định xây dựng các sản phẩm du lịch dựa vào đặc trưng văn hóa của các dân tộc để tạo điểm nhấn thu hút du khách. Mỗi hoạt động xây dựng đều khai thác tối đa nét đặc trưng văn hóa của các dân tộc gắn với từng chủ đề cụ thế. Những nét đặc trưng đó không chỉ dừng lại ở việc giới thiệu mà còn chuyển tải bằng các hoạt động tương tác qua trải nghiệm làm cùng các chủ thể văn hóa. Tiếng nói của chủ thể luôn được đề cao và đưa vào khai thác trong các sản phẩm du lịch góp phần quan trong tạo ra những trải nghiệm ấn tượng cho du khách. Việc trực tiếp trao đổi, chia sẻ giữa du khách với chủ thể văn hóa đã tạo ra điểm nhấn trong các sản phẩm. Các sản phẩm có nhiều tương tác trải nghiệm luôn gây hứng thú cho du khách trong các tour. Nhờ tiếng nói, vai trò của các chủ thể được lồng ghép vào trong các hoạt động đã giúp tour trải nghiệm phản ánh tính chân thực của văn hóa dân tộc và thu hút được nhiều khách tham gia.

Thứ năm, *xây dựng các sản phẩm dành riêng cho trẻ em gắn với nhu cầu tăng cường vận động, cải thiện sức khỏe tinh thần và sử dụng các thiết bị công nghệ hỗ trợ.* Năm 2021, Bảo tàng đã khai trương các không gian trải nghiệm gồm Phòng khám phá và phòng Đa phương tiện để phục vụ học sinh. Cùng với sự ra đời của các không gian trải nghiệm, Bảo tàng đã xây dựng các tour hoạt động nhằm phát triển các kỹ năng cho học sinh. Các sản phẩm tour được xây dựng với định hướng cho nhóm khách có thể trải nghiệm lần lượt các tour và đồng nghĩa với việc đến Bảo tàng nhiều lần. Một số tour hướng đến lồng ghép phát triển kỹ năng MC, hướng dẫn viên, người mẫu nhí; tour hướng đến khuyến khích tính sáng tạo trong sản phẩm trải nghiệm; tour nâng cao hiểu biết của trẻ vươn ra ngoài Việt Nam... Đây là những gói sản phẩm khai thác có dựa trên yếu tố tâm lý của các bậc phụ huynh luôn mong muốn đào tạo kỹ năng sống cho con em và tăng cường vận động cũng như nâng cao sức khỏe tinh thần. Ngoài ra, các tour trải nghiệm còn có một số hoạt động cho học sinh sử dụng các thiết bị hỗ trợ tìm kiếm thông tin, tham gia vào một số trò chơi thi khám phá di sản trên màn hình tương tác. Các em được phép sử dụng máy tính để tìm hiểu về di sản văn hóa của Việt Nam và một số nước trên thế giới. Dùng thiết bị công nghệ giúp các em mở rộng kiến thức vượt ra ngoài đến vùng đất xa xôi một cách dễ dàng. Những sản phảm này đã thu hút sự quan tâm của các em và các bậc phụ huynh, nhất là trong bối cảnh bệnh dịch các em học trực tuyến và ở nhà trong một thời gian dài.

*Trong quá trình xây dựng và triển khai các sản phẩm du lịch thích ứng với diễn biến của bệnh dịch Covid-19 phục vụ khách du lịch nội địa đáp ứng giai đoạn bình thường mới, chúng tôi đã gặp một số khó khăn. Để triển khai tốt hơn và đồng bộ cho các điểm đến chúng tôi có một số đề xuất như sau:*

1/ Xây dựng hệ thống các qui định, quy chế mới trong việc phục vụ du khách tham quan đáp ứng nhu cầu mới trong bối cảnh bình thường mới, ví dụ: qui định về tiêu chuẩn an toàn của các điểm đến phục vụ khách trong bối cảnh bệnh dịch hay quy định và hướng dẫn cụ thể đối với cách tính toán lượng khách đón trong không gian đóng, không gian mở tại các khu điểm...;

2/ Mở các lớp tập huấn về ứng phó dịch bệnh, đào tạo kỹ năng chuyên môn xử lý tình huống cho các điểm du lịch và các HDV để chuẩn bị mở cửa đón khách nội địa và quốc tế trong bối cảnh bình thường mới;

3/ Tổ chức một số Hội thảo, tọa đàm về việc xây dựng các sản phẩm du lịch thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch Covid-19 trong bối cảnh bình thường mới theo hướng liên nghành để xây dựng ra những sản phầm đặc trưng cho mỗi điểm đến, từ đó tổng hợp lại thành những sản phẩm có sức hút, bản sắc riêng cho du lịch Việt Nam;

4/ Nghiên cứu và xây dựng các phần mềm ứng dụng cho phát triển du lịch tại điểm để tạo liên kết các khu vực, các vùng hướng đến kết hợp giữa du lịch truyền thống và du lịch số phục vụ khách trực tiếp và trực tuyến;

5/ Xây dựng chiến lược quảng bá du lịch theo hướng liên nghành cho Việt Nam nói chung và các điểm du lịch nói riêng để phục vụ du khách trong bối cảnh bình thường mới.

 Từ khi bệnh dịch Covid- 19 xuất hiện đã làm chao đảo nghành du lịch, trong đó có các điểm đến. Chúng tôi từ bất ngờ, chưa kịp chuẩn bị ứng phó với bệnh dịch đến bình tĩnh xác định sống chung và thích ứng linh hoạt với bệnh dịch để nghiên cứu, tìm tòi xây dựng ra các sản phẩm du lịch phục vụ trong bối cảnh bình thường mới. Trong suốt 2 năm qua, Bảo tàng đã nỗ lực đổi mới để tạo ra các sản phẩm đáp ứng nhu cầu mới của xã hội. Nhiều gói sản phẩm được xây dựng an toàn, đa dạng, linh hoạt đã kịp thời phục vụ du khách. Thực tế cho thấy đây là giai đoạn du lịch bắt buộc phải chuyển mình, phải thay đổi tư duy và cách tiếp cận truyền thống để nắm bắt cơ hội trong thách thức này. Chúng ta càng tham gia xây dựng các sản phẩm du lịch mới càng thấy không ít những cơ hội mới cho các điểm đến. Mỗi một điểm đến biết nắm bắt cơ hội, khai thác các tiềm năng thế mạnh tạo ra các dòng sản phẩm an toàn, mang bản sắc riêng để phục vụ khách nội địa và hướng đến đón khách quốc tế chắc chắn sẽ thành công.