
DEVELOPING PRODUCTS AND SPECIALTIES AS GIFTS IN LAM SON IN TOURISM DEVELOPMENT

Nguyen Dinh Nghia^a

Nguyen Thi Truc Quynh^b

Thanh Hoa University of Culture, Sports and Tourism

Email: nguyendinhnghia@dvttd.edu.vn

Thanh Hoa University of Culture, Sports and Tourism

Email: nguyenthitrucquynh@dvttd.edu.vn

Received: 08/11/2022

Reviewed: 18/11/2022

Revised: 20/12/2022

Accepted: 03/01/2023

Released: 09/01/2023

In addition to learning, discovering and experiencing the cultural values and services at the destination, tourists also have the need to buy specialties and souvenirs for themselves and friends during their trip. However, at many tourist destinations, there are few of such products and they are often monotonous or originated from other places that are not typical of the locality. This fact brings a lack of service to tourists during their trip. Therefore, developing products and specialties as gifts at each tourist destination is one of the top priorities. These products not only generate a source of revenue for the tourist destination, but they are also a key factor to create a complete tourism product chain, a brand for each destination.

Keywords: Specialties as gifts; Gifts; Lam Son.

1. Giới thiệu

Sản phẩm lưu niệm, quà đặc sản là một trong những yếu tố góp phần tăng sức hấp dẫn cho điểm đến, quảng bá hình ảnh du lịch hiệu quả cho địa phương, quốc gia và vùng miền. Không những vậy, những sản phẩm quà lưu niệm, quà đặc sản cho khách du lịch còn là nguồn lợi nhuận không nhỏ cho ngành du lịch của nhiều quốc gia.

Trong những năm qua, du lịch Thanh Hóa nói chung và hoạt động du lịch ở vùng đất Lam Sơn nói riêng đã khẳng định được vị trí trong lòng du khách trong và ngoài nước bằng các sản phẩm du lịch đặc sắc như: du lịch biển, du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng... mỗi năm thu hút hàng triệu lượt khách. Đặc biệt, trong năm 2022 khi du lịch mở cửa trở lại, Thanh Hóa đã trở thành điểm đến được nhiều du khách lựa chọn. Theo thống kê của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch chỉ tính năm 2022, Thanh Hoá đón 11.011.000 lượt khách và lần đầu tiên Thanh Hóa đứng “top 3” cả nước về khả năng hút khách du lịch. Tuy vậy, khách du lịch đến

với Thanh Hóa, trong đó bao gồm cả vùng đất Lam Sơn vẫn luôn băn khoăn và khó khăn trong việc tìm mua những sản phẩm quà lưu niệm, quà đặc sản địa phương mang về cho người thân, bạn bè. Trong khi Thanh Hóa là một tỉnh giàu bản sắc văn hóa và sở hữu nhiều làng nghề truyền thống. Ví dụ như đồ mỹ nghệ, Thanh Hóa có nhiều lợi thế để phát triển, với nhiều làng nghề và nghề truyền thống lâu đời như: cói Nga Sơn; đúc đồng Thiệu Trung (Thiệu Hóa); sản xuất các sản phẩm thủ công mỹ nghệ từ vỏ ốc (Sầm Sơn)... từ lâu đã nức tiếng khắp cả nước và còn xuất khẩu sang một số thị trường “khó tính” như Nhật Bản, Hàn Quốc, các nước ASEAN, châu Âu... hay như tại vùng đất Lam Sơn cũng có rất nhiều lợi thế để những sản phẩm quà lưu niệm, quà đặc sản địa phương, với các sản phẩm nổi tiếng như: Bánh gai Tứ Trụ; bánh lá rặng bừa Xuân Lập; kẹo lạc Xuân Yên, Bưởi Luận văn Thọ Xương... Thế nhưng đường đi của các sản phẩm này đến tay du khách vẫn còn là nan giải. Vấn đề này đặt ra yêu cầu, cùng với đa dạng các loại hình và sản phẩm du lịch thì việc phát triển sản phẩm quà lưu niệm, quà đặc sản địa phương mang tính đặc trưng là cần thiết. Đây là một trong những nhân tố góp phần tăng sức hấp dẫn cho điểm đến, giữ chân du khách, khuyến khích chi tiêu và là biện pháp quảng bá hình ảnh du lịch hiệu quả. Việc chậm trễ xác định quà lưu niệm, quà tặng và quà đặc sản địa phương rõ ràng không chỉ làm cho ngành du lịch mất đi nguồn ngoại tệ không nhỏ mà còn bỏ lỡ cơ hội quảng bá hình ảnh của địa phương và của tỉnh.

2. Tổng quan nghiên cứu vấn đề

Sản phẩm lưu niệm, quà lưu niệm, quà đặc sản là một trong những yếu tố góp phần tăng sức hấp dẫn cho điểm đến, quảng bá hình ảnh du lịch hiệu quả cho địa phương. Không những vậy, sản phẩm còn là nguồn lợi nhuận không nhỏ cho điểm du lịch và ngành du lịch. Vì vậy, việc nghiên cứu sản phẩm quà lưu niệm và đặc sản địa phương nhận được nhiều sự quan tâm nghiên cứu. Có thể kể đến một số công trình:

Đề tài cấp tỉnh của TS. Lê Văn Tạo (2010), *Nghiên cứu sản phẩm du lịch Thanh Hóa phục vụ phát triển kinh tế xã hội tỉnh Thanh Hóa*, trong công trình này đã chỉ ra được một số sản phẩm du lịch, hình thức du lịch ở Thanh Hóa, tuy nhiên công trình này chưa đề cập tới sản phẩm quà lưu niệm. Công trình này đã thống kê phân tích, chỉ rõ những đặc trưng sản phẩm du lịch Thanh Hóa, làm cơ sở để phân tích đánh giá sản phẩm du lịch nói chung và sản phẩm quà lưu niệm nói riêng.

Tác giả Trần Việt Anh (2015), *Xây dựng mô hình quà lưu niệm mang bản sắc văn hóa xứ Thanh*, đề tài nghiên cứu khoa học (NCKH) cấp cơ sở - Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa. Trong công trình này, tác giả đã phân tích được nhu cầu sử dụng sản phẩm quà lưu niệm ở một số loại hình du lịch, đánh giá thực tế về nhu cầu sử dụng quà lưu niệm ở một số tuyến điểm trong tỉnh. Bước đầu xây dựng được những hình tượng mỹ thuật điển hình từ di sản, di tích, hiện vật và trò diễn làm cơ sở cho việc thiết kế mẫu sản phẩm quà lưu niệm, thiết kế được các mẫu sản phẩm quà lưu niệm dựa trên di sản, di tích, hiện vật, trò diễn điển hình. Vận dụng vật liệu sẵn có ở làng nghề, địa phương triển khai thiết kế mô hình sản xuất quà lưu niệm. Đưa ra các mô hình kết nối sản xuất quà lưu niệm tại các làng nghề truyền thống ở địa phương.

Luận văn “*Nghiên cứu phát triển sản phẩm quà lưu niệm nhằm phục vụ khách du lịch ở các di tích vùng đất Lam Sơn*” của Nguyễn Thị Mai Phương. Tác giả đã đưa ra những khái niệm về sản phẩm quà lưu niệm bao gồm định nghĩa, đặc điểm và ý nghĩa của sản phẩm quà lưu niệm, quy trình sản xuất một số sản phẩm quà lưu niệm truyền thống, giá trị về mặt kinh tế cũng như văn hóa, tinh thần của sản phẩm quà lưu niệm, vai trò của sản phẩm quà lưu niệm trong phát triển du lịch, đánh giá về sản phẩm quà lưu niệm ở Việt Nam nói chung, đánh giá về nhu cầu cũng như những sản phẩm quà lưu niệm du khách ưa thích. Từ đó, đề xuất một số giải pháp xây dựng sản phẩm quà lưu niệm biểu trưng, nâng cao chất lượng sản phẩm quà lưu niệm tại điểm tham quan, áp dụng công nghệ vào sản xuất sản phẩm, đa dạng hóa sản phẩm, đầu tư các trung tâm nghiên cứu, tư vấn và thiết kế sản phẩm, các trung tâm triển lãm, đào tạo nguồn lao động, quy hoạch điểm bán sản phẩm, xây dựng thương hiệu cũng như bảo vệ bản quyền sản phẩm... Tuy các giải pháp chỉ mang tính chất nói chung, chưa đi sâu cụ thể chi tiết song đã mang tính tham khảo nhất định.

Các công trình đã bước đầu đề cập đến tiềm năng cũng như cơ sở để xây dựng hệ thống sản phẩm quà lưu niệm, quà đặc sản địa phương. Tuy nhiên, những công trình này mới chỉ dừng lại ở việc phân tích, đánh giá và đề xuất một số mô hình quà lưu niệm chứ chưa đi vào hệ thống quà tặng và quà đặc sản địa phương. Vì vậy, phạm vi bài viết này đi vào phân tích, đánh giá và đề xuất một số sản phẩm quà lưu niệm và quà đặc sản địa phương ở vùng đất Lam Sơn.

3. Cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu

Để làm rõ tiềm năng, thế mạnh xây dựng hệ thống sản phẩm quà lưu niệm, quà đặc sản địa phương tác giả bài viết đã sử dụng nhiều phương pháp, trong số đó có một số phương pháp quan trọng như: (1) Phương pháp phân tích - tổng hợp nguồn tài liệu về: tiềm năng, thế mạnh và cơ sở để có thể xây dựng được hệ thống các sản phẩm quà tặng, quà đặc sản địa phương tại vùng đất Lam Sơn. (2) Phương pháp điều tra điền dã: tiến hành khảo sát thực tế tại 4 huyện Thọ Xuân, Ngọc Lặc, Lang Chánh, Thường Xuân, trong đó tập trung vào những khu vực có hoạt động du lịch đang được khai thác và phát triển để thu thập các thông tin, số liệu của đối tượng nghiên cứu giúp cho việc nghiên cứu có giá trị thực tiễn. (3) Phương pháp lịch sử - logic: dùng để nghiên cứu, phán đoán, suy luận, biện luận những cơ sở về hệ thống các sản phẩm của địa phương có đủ điều kiện xây dựng thành sản phẩm quà lưu niệm và quà đặc sản đáp ứng nhu cầu của khách du lịch khi đến với vùng đất Lam Sơn.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Quan niệm về quà tặng và quà đặc sản

*** Quà lưu niệm**

Có rất nhiều định nghĩa về sản phẩm quà lưu niệm. Một số định nghĩa về sản phẩm quà lưu niệm như: “Là một vật gọi lại về một địa điểm nhất định, một dịp hoặc một người; một vật kỷ niệm, có giá trị tình cảm, gợi nhớ về những sự kiện trong quá khứ, là lưu niệm, là vật (được mua, giữ hoặc được tặng) gợi nhớ về một địa điểm, người, hay dịp kỷ niệm chuyên tham quan của một người nào đó, là vật bạn mua trong kỳ nghỉ hoặc là tại một sự kiện đặc biệt để nhắc bạn sau này nhớ về nơi đó”.

Trên khắp thế giới, buôn bán sản phẩm quà lưu niệm là một phần quan trọng của ngành công nghiệp du lịch phục vụ hai vai trò, đầu tiên là giúp phát triển kinh tế của địa phương, và thứ hai là để du khách mang theo họ một vật kỷ niệm tại nơi họ tham quan, sau cùng cũng để khuyến khích họ quay lại, hoặc để quảng bá đến những du khách khác theo cách truyền miệng.

Sản phẩm quà lưu niệm như những đồ vật bao gồm các sản phẩm sản xuất như: “áo phông và mũ; những vật sưu tầm: buru ảnh, nam châm dán tủ lạnh, bức tượng người nhỏ; sản phẩm gia dụng: chén, bát, đĩa, khay, đồng hồ bấm giờ quả trứng, thìa, giấy nhấn và nhiều thứ khác. Sản phẩm quà lưu niệm cũng bao gồm những sản phẩm được làm với số lượng ít như nghệ thuật dân gian, thủ công mỹ nghệ, tác phẩm mỹ thuật cổ, và những thứ phi thương mại như những vật thuộc về tự nhiên, và những thứ khác mà một người gắn liền với những giá trị hoài cổ và sưu tập trong số những gì thuộc về cá nhân người đó”.

Ở Nhật Bản, sản phẩm quà lưu niệm được biết đến như là Meibutsu (Sản phẩm của một vùng cụ thể); và Omiyage (Những món quà nhỏ tặng mọi người khi mới đi xa về hoặc thăm hỏi ai đó), kẹo và những thứ có thể ăn được để chia sẻ với những đồng nghiệp. Kinh doanh Omiyage là ngành kinh doanh lớn tại các điểm du lịch Nhật Bản. Du khách có thể mua sản phẩm quà lưu niệm như những món quà cho những người không đi tham quan.

Như vậy có thể tóm lại như sau: *“Sản phẩm quà lưu niệm là vật mà phản ánh được phần nào đặc trưng văn hóa của điểm đến, có giá trị về mặt văn hóa, tinh thần, giáo dục, được người ta mua, nhận như quà tặng và giữ để nhắc ta nhớ tới một người, một địa điểm hoặc một sự kiện nào đó. Sản phẩm quà lưu niệm thường nhỏ, gọn, dễ mang theo người, có mẫu mã đa dạng và được sản xuất trên nhiều chất liệu khác nhau”.*

*** Quà tặng đặc sản**

Quà tặng là một thứ gì đó (dạng vật thể hoặc phi vật thể) được trao cho một người một cách tự nguyện và không có tính chất trao đổi. Quà tặng thường được dùng để làm cho người nhận được nó hạnh phúc, hoặc thể hiện sự trân trọng, kính trọng của người tặng quà đối với người nhận.[1]

Đặc sản là tên gọi chung về những sản vật, sản phẩm, hàng hóa (thường là nông sản) mang tính đặc thù hoặc có nhiều điểm khác biệt, có xuất xứ từ những vùng miền, địa phương và tạo nên những nét đặc trưng của một vùng, miền hay một địa phương nào đó. Trong tiếng Việt, đặc sản thường dùng để chỉ về lĩnh vực ẩm thực đặc biệt là những món ăn, thức uống, nguyên liệu, hương liệu, gia vị trong ẩm thực mang tính đặc thù của một địa phương, đặc sản thường được dùng là quà biếu trong mỗi chuyến đi, đến từ một vùng miền nổi tiếng về một loại đặc sản nào đó, nó còn có ý nghĩa trong hoạt động du lịch. Ở phương Tây, khái niệm đặc sản (Local food) là một phần của khái niệm mua bán hàng hóa địa phương và nền kinh tế địa phương, và thường được những chế độ ưu đãi để mua hàng hoá sản xuất trong nước, vùng miền sản xuất. Đặc sản cũng không chỉ đơn thuần là một khái niệm địa lý dù những sản phẩm này có chứa những chỉ dẫn địa lý về vùng, miền, quốc gia nó xuất xứ. Và ta có thể hiểu một cách đơn giản nhất *“Đặc sản là một đặc trưng độc đáo chỉ vùng miền đó mới có hay nơi đó là hay nhất, ngon nhất”, nguồn gốc xuất hiện mang tới danh tiếng được nhiều người biết đến.* [2]

Từ những quan niệm trên ta có thể hiểu “*quà tặng đặc sản là một sản phẩm nào đó mang đặc trưng độc đáo chỉ vùng miền đó mới có hay nơi đó là ngon nhất, hay nhất*”

4.2. Khái quát về vùng đất Lam Sơn

Vùng đất Lam Sơn là không gian địa lý, dân cư khu vực Lam Sơn với những giá trị lịch sử - văn hóa gắn liền với hoạt động của nghĩa quân Lam Sơn giai đoạn từ năm 1416 đến 1423. Những dấu tích lịch sử - văn hóa gắn với cuộc khởi nghĩa Lam Sơn trên vùng đất này dù trải qua nhiều thăng trầm của lịch sử, cho đến nay vẫn còn được lưu dấu ở những địa danh tự nhiên như núi Chí Linh, núi Dầu, núi Mực, sông Lương (sông Chu)... và nhiều tên làng, tên đất, di tích lịch sử, đặc biệt là trong sinh hoạt lễ hội, di sản văn hóa dân gian, tín ngưỡng, tập tục của cộng đồng các dân tộc khu vực Lam Sơn.

Vị trí địa lý tự nhiên - nơi phát tích của nhà Hậu Lê chính là vùng núi Lam Sơn. Theo sách *Đại Nam nhất thống chí*: “Núi Lam Sơn: lại có tên là Du Sơn, ở cách huyện Thụy Nguyên 52 dặm về phía tây; mạch núi từ phía tây - bắc qua sông Lương kéo đến, núi đá chỗ lên chỗ xuống vươn ra đất bằng, nổi vọt lên một ngọn núi đất, dưới núi là nhà cũ của vua Lê Thái Tổ”. Sau khi Lê Lợi lên ngôi, Lam Sơn được đổi tên thành Lam Kinh. Như vậy, phạm vi địa bàn Lam Kinh ngày nay thuộc xã Xuân Lam, thị trấn Lam Sơn, huyện Thọ Xuân, tỉnh Thanh Hóa. Lam Kinh - quê hương của Lê Lợi chính là “hạt nhân” của không gian lịch sử - văn hóa Lam Sơn.

Vùng đất Lam Sơn mà chúng tôi nghiên cứu không nằm trong phạm vi vùng đất Lam Sơn được các nhà nghiên cứu trước đây xác định mà trên cơ sở lấy vị trí quê hương của vị anh hùng dân tộc Lê Lợi - khu di tích Lam Kinh - làm trung tâm và mở rộng ra theo phạm vi hoạt động của nghĩa quân ở miền thượng du tỉnh Thanh Hóa (chủ yếu là các huyện miền núi tỉnh Thanh Hóa hiện nay). Vùng đất Lam Sơn mà chúng tôi nghiên cứu gắn liền với không gian văn hóa Lam Sơn, một không gian văn hóa được tạo nên từ cộng đồng Việt - Mường - Thái từ thế kỷ XV với những giá trị lịch sử - văn hóa gắn liền với hoạt động của nghĩa quân Lam Sơn, ở địa bàn các huyện Ngọc Lặc, Thường Xuân, Lang Chánh với những dấu tích vẫn còn lưu giữ ở hàng loạt địa danh như núi Pù Rìng (Chí Linh), núi Lam Sơn, núi Chủ Sơn, núi Dầu, núi Mực, sông Lương (sông Chu), sông Cầu Chày, Thác Ma Hao, suối Rượu, suối Lá... cùng hàng loạt tên làng, tên đất do Lê Lợi và nghĩa quân đặt tên, cũng như nhiều di tích lịch sử, những tín ngưỡng, sinh hoạt văn hóa được hình thành, gắn liền với cuộc khởi nghĩa Lam Sơn và các nhân vật lịch sử có công trong cuộc khởi nghĩa. Có thể xem bốn huyện này là nơi tập trung đầy đủ nhất những giá trị lịch sử - văn hóa đặc trưng của vùng đất Lam Sơn. Có thể xác định vị trí hiện nay của vùng đất Lam Sơn như sau: Diện tích của vùng đất Lam Sơn là: 2.483,8 km², phía bắc giáp huyện Bá Thước; phía đông bắc giáp huyện Cẩm Thủy; phía tây bắc giáp huyện Quan Sơn; phía tây giáp nước bạn Lào; phía tây nam giáp tỉnh Nghệ An; phía nam giáp các huyện Như Xuân, Như Thanh; phía đông nam giáp huyện Triệu Sơn, Thiệu Hóa; phía đông giáp huyện Yên Định.

Vùng có diện tích đồi núi chiếm tỉ lệ lớn với đặc điểm chính là núi thấp, đồi cao. Phần núi đồi chạy dài từ phía đông bắc, qua phía bắc sang phía tây, tây nam cho đến vùng đồi núi thấp phía nam. Địa hình vùng Lam Sơn thấp dần theo hướng tây bắc - đông nam, do vậy, sông

ngòi ở đây phần lớn đều xuôi theo hướng này. Trong đó, hệ thống sông Mã đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành và tồn tại của tiểu đồng bằng cũng như trong đời sống kinh tế, văn hóa, xã hội của cả tỉnh Thanh Hóa.

Hiện nay, vùng đất Lam Sơn có hệ thống đường giao thông hết sức quan trọng, trong đó có sân bay Thọ Xuân, đường Hồ Chí Minh, quốc lộ 47 chạy qua và nơi đây trở thành vùng đất mở rất thuận lợi cho việc hội nhập, giao lưu với tất cả các vùng miền trong, ngoài tỉnh. Lam Sơn cũng có đường đi tắt qua Triệu Sơn - Như Xuân để vào Nghệ An, hoặc trực tiếp đi sang nước Lào theo tuyến Thường Xuân - Bát Mọt, hoặc theo đường Ngọc Lặc - Lang Chánh - Bá Thước - Quan Hóa để sang tỉnh Hòa Phấn (Lào). Từ Lam Sơn cũng có thể đi được đến tỉnh Hòa Bình theo con đường Yên Định, Vĩnh Lộc đi Phó Cát (Thạch Thành). Nếu theo đường sông Chu, gặp sông Mã ở Ngã Ba Giàng (Thiệu Hóa), chúng ta có thể đến được hầu khắp các vùng trong, ngoài tỉnh. Hơn nữa, thông qua tuyến đường Hồ Chí Minh, Lam Sơn còn có thể giao lưu thuận lợi với vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ, với cảng biển và khu kinh tế tổng hợp Nghi Sơn và các vùng phát triển khác trong nước.

Với vị trí địa lý và điều kiện tự nhiên hết sức thuận lợi, Lam Sơn từ rất lâu đã trở thành vùng đất hội tụ, cộng cư của nhiều tộc người mà sớm nhất là của người Việt - Mường cổ, sau đó là người Thái, Thổ, Khơ Mú, Dao và sau này, khoảng chừng mấy thế kỷ gần đây là người H'Mông, người Việt (Kinh). Theo suốt chiều dài lịch sử, các thế hệ khai phá và mở đất ở địa bàn khu vực Lam Sơn mang nguồn gốc khác nhau, có bộ phận đến trước, có bộ phận đến sau, nhưng khi đã sống xen kẽ, tất cả đều có kết thành những cộng đồng làng, xóm cổ truyền rất bền vững, từ đó tạo ra sức mạnh để chiến thắng thiên tai, giặc ngoại xâm. Các cộng đồng cư dân Lam Sơn cứ nối tiếp nhau khai phá, chinh phục và cải tạo vùng đất này thành một vùng trù phú với những giá trị lịch sử - văn hóa nổi bật.

4.3. Tiềm năng, hiện trạng về quà lưu niệm và quà tặng đặc sản ở vùng đất Lam Sơn

Là một vùng đất địa linh, nhân kiệt, Lam Sơn nơi lưu giữ khá nhiều những di sản văn hóa vật thể và phi vật thể có giá trị. Về di sản văn hóa vật thể điển hình nhất là khu lăng mộ các vua Lê sơ ở Lam Kinh, được xây dựng từ năm 1448, có thể xem là công trình đại diện duy nhất còn khá đầy đủ của mỹ thuật Lê sơ. Ngoài Lam Kinh ở trung tâm, một loạt các di tích kiến trúc nghệ thuật xung quanh tạo thành vệ tinh, càng làm cho di sản vật thể vùng Lam Sơn trở nên đậm đặc như: đền thờ Lê Đại Hành (Xuân Lập); chùa Tạng (Hồi Long tự) nổi tiếng, cái nôi của trò Xuân Phả; chùa Hưng Quốc; đền Hiến Nhân; lăng Cung từ Quốc thái mẫu Trịnh Thị Ngọc Lung; đền Du Tiên; đình Hào Lương, Lễ Nghĩa, Bát Căng, Quảng Ích; đền Tép; đền Bà, đền Quốc Mẫu... gắn liền với nội dung, hoạt động và âm hưởng hào hùng của cuộc khởi nghĩa Lam Sơn. Về di sản văn hóa phi vật thể có một điểm chung là, cả một hệ thống di sản đồ sộ phong tục, tín ngưỡng, văn học, diễn xướng, lễ hội, tục trò... gắn bó chặt chẽ và phản ánh sâu đậm về cuộc khởi nghĩa Lam Sơn lịch sử, về người anh hùng dân tộc Lê Lợi và nghĩa quân Lam Sơn. Vùng Lam Sơn không chỉ có huyền thoại, cổ tích dân gian về Lê Lợi và khởi nghĩa Lam Sơn mà còn nhiều phong tục, tín ngưỡng, lễ hội, trò diễn, diễn xướng độc đáo, phổ biến là phong tục thờ cúng những người có công, có đóng góp, hy sinh vì đại nghĩa: bà hàng nước đã cứu Lê Lợi khi chạy giặc ở nhiều nơi, bà già đỡ đẻ làm nội ứng cho nghĩa quân hạ

thành Đa Căng... được nhân dân thờ phụng và trở thành tục lệ ở nhiều nơi. Lam Sơn cũng là vùng đất quy tụ các lễ hội lớn, điển hình ở tỉnh Thanh, đáng chú ý nhất là lễ hội Lam Kinh và lễ hội Lê Hoàn. Hội Lê Hoàn kéo dài từ 7 - 9 tháng 3 âm lịch hàng năm, được nhân dân tiến hành trọng thể, quy mô, không chỉ dừng lại ở việc tưởng nhớ anh hùng lịch sử mà còn là dịp tôn vinh các tục lệ, lễ tiết nông nghiệp như lễ hạ điền, lễ thượng điền, cày tịch điền, giã cốm mới, gói và nung bánh chưng. Không chỉ vậy, nơi đây còn có nhiều làng nghề thủ công truyền thống như: nghề kéo sợi, dệt vải ở Trung Vực, nghề dệt lụa ở Phong Lai, làm giăng ở Xá Lê; làm thừng, chảo ở Bắc Lương, Vạn Lại, nghề làm bánh gai ở Tứ Trụ, nghề làm bánh răng bừa Trung Lập, nghề làm nem nướng, nghề mây tre đan, nghề trồng và khai thác quế.... Đây tất cả đều là tiềm năng và thế mạnh để vùng đất Lam Sơn thu hút khách du lịch, đồng thời cũng là cơ sở để nơi đây có được những sản phẩm quà lưu niệm và quà tặng đặc sản cho khách du lịch khi đến đây.

Mặt khác, trong những năm qua, vùng đất Lam Sơn đã có những chuyển mình mạnh mẽ trong tất cả mọi mặt kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội. Chính điều này đã tạo cho nơi đây có nhiều sản phẩm để xây dựng thành sản phẩm quà lưu niệm và quà tặng đặc sản cho khách du lịch, điển hình có thể kể đến đó là những sản phẩm OCOP.

Bảng 1: Bảng tổng hợp các sản phẩm OCOP trên vùng đất Lam Sơn

TT	Tên sản phẩm	Chứng nhận sản phẩm	Địa phương
1	Bánh gai Lâm Thắng	Ocop 3 sao	Bánh gai Lâm Thắng, Thọ Xuân
2	Kẹo lạc Đức Giang	Ocop 3 sao	Công ty TNHH Đức Giang, Thọ Xuân
3	Kẹo gạo lức Đức Giang	Ocop 3 sao	
4	Nem nướng Thành Nghĩa	Ocop 3 sao	Hộ sản xuất kinh doanh Trịnh Đình Nghĩa, Thọ Xuân
5	Bánh lá răng bừa Xuân Lập	Ocop 3 sao	Hợp tác xã Dịch vụ nông nghiệp Xuân Lập, Thọ Xuân
6	Bưởi Luận Văn Hải Đăng	Ocop 4 sao	Công ty TNHH Nông nghiệp hiện đại Lam Sơn - Sao Vàng, Thọ Xuân
7	Tương Xuân Pha	Ocop 3 sao	Hộ sản xuất kinh doanh Đỗ Xuân Dũng, Thọ Xuân
8	Dưa vàng Xuân Hòa	Ocop 3 sao	THT sản xuất rau củ quả an toàn Xuân Hòa, Thọ Xuân
9	Thịt lợn muối An Tâm	Ocop 3 sao	Hộ kinh doanh Cơ sở An Tâm, Thọ Xuân
10	Cam Thành Nguyên	Ocop 3 sao	Hợp tác xã Dịch vụ và cây ăn quả Xuân Thành, Thọ Xuân
11	Bưởi Phủ Bắc	Ocop 3 sao	Hợp tác xã liên kết sản xuất cây có múi, kinh doanh tổng hợp xã Bắc Lương, Thọ Xuân

DU LỊCH

12	Miến dong Hương Ngọc	Ocop 3 sao	Hợp tác xã Dịch vụ thương mại và xây dựng Thành Công, Ngọc Lặc
13	Gạo nếp hạt cau Thạch Lập	Ocop 3 sao	Hợp tác xã Dịch vụ nông nghiệp Toàn Thắng, Ngọc Lặc
14	Mật mía Phúc Long	Ocop 3 sao	Hợp tác xã Dịch vụ nông nghiệp và xây dựng Minh Tiến, Ngọc Lặc
15	Mật ong Thọ Phú Xanh	Ocop 3 sao	Công ty TNHH Thọ Phú Xanh, Ngọc Lặc
16	Ống hút tre	Ocop 3 sao	Công ty TNHH VIBABO Thường Xuân
17	Tinh dầu quế	Ocop 3 sao	Công ty TNHH một thành viên Quế Thường Xuân, Thường Xuân
18	Dưa vàng Thọ Thanh	Ocop 3 sao	Công ty TNHH một thành viên Quế Thường Xuân, Thường Xuân
19	Quế Thanh	Ocop 3 sao	Hợp tác xã Dịch vụ tổng hợp Thọ Thanh - Thường Xuân
20	Kẹo nhãn Châu Lang	Ocop 3 sao	Kẹo nhãn Châu Lang - Lang Chánh

Nguồn: Kết quả điều tra khảo sát của đề tài, 2022

Có thể thấy, vùng đất Lam Sơn có đầy đủ tiềm năng và cơ sở để xây dựng những sản phẩm quà lưu niệm và quà tặng đặc sản mang tính đặc trưng riêng của vùng. Tuy nhiên, một thực tế hiện nay khi khách đến với vùng đất Lam Sơn muốn mua một sản phẩm quà lưu niệm, hay quà tặng đặc sản cũng không phải dễ dàng. Các sản phẩm thì có nhưng chưa đảm bảo tính nổi bật, riêng có của địa phương. Trong quá trình nghiên cứu chúng tôi đã thực hiện điều tra về những sản phẩm quà lưu niệm của vùng đất Lam Sơn đã cho kết quả như sau:

Bảng 2: Tổng hợp các loại hình quà lưu niệm ở vùng đất Lam Sơn

TT	Loại hình quà lưu niệm	Nguồn gốc xuất xứ
1	Tượng đồng Lê Lợi	Đặt ở Hà Nội
2	Đồng tiền Thuận Thiên thông báo	Đặt ở Hà Nội
3	Móc khóa in logo Lam Kinh	Đặt ở Hà Nội
4	Nón lá in hình, chữ Lam Kinh	Nhập từ làng làm nón ở huyện Nông Cống, đặt vẽ hình ở Hà Nội
5	Vòng, chuỗi hạt....	Chợ Đồng Xuân, Hà Nội
6	Các mặt hàng lưu niệm khác	Chợ Đồng Xuân, Hà Nội
7	Các loại ấn phẩm về vùng đất Lam Sơn	Ban Quản lý Di tích Lam Sơn biên soạn, Hội Sử học Thanh Hóa, các nhà khoa học nghiên cứu về lịch sử,

	văn hóa, kinh tế xã hội xuất bản từ các nhà xuất bản như: Nxb Khoa học Xã hội, Nxb Thanh Hóa, Nxb Giáo dục, Nxb Văn hóa Dân tộc...
--	--

Nguồn: Kết quả điều tra khảo sát của đề tài, 2022

Từ kết quả thống kê bảng 2.1 cho thấy danh mục sản phẩm quà lưu niệm của vùng đất Lam Sơn phục vụ du khách còn nghèo nàn, chưa có sản phẩm quà lưu niệm đặc trưng được làm từ chất liệu của vùng, như tre luồng, gỗ, các sản phẩm thổ cẩm... Danh mục các sản phẩm này nhập từ nơi khác, và làm thêm công đoạn in vẽ hình ảnh, biểu tượng của Lam Sơn... Các sản phẩm như: tượng Lê Lợi, đồng tiền Thuận Thiên có giá thành rất cao, các ấn phẩm về Lam Sơn chỉ phục vụ khách nghiên cứu mà không có những sản phẩm nhỏ, tranh ảnh đẹp, giới thiệu ngắn gọn, phục vụ nhu cầu của khách dâng hương, dã ngoại như học sinh, sinh viên...

5. Thảo luận

Từ những phân tích trên có thể thấy, vùng đất Lam Sơn có đầy đủ những điều kiện cũng như những sản phẩm để xây dựng thành sản phẩm quà lưu niệm và quà tặng đặc sản cho khách du lịch theo từng nhóm sản phẩm đặc trưng của địa phương chứ không phải là những mặt hàng nhập từ địa phương khác rồi gắn nhãn vùng đất Lam Sơn như:

* Nhóm quà lưu niệm: (1) Ấn phẩm văn hóa liên quan đến lịch sử, văn hóa và con người vùng đất Lam Sơn trên nhiều chất liệu: mây tre, gốm sứ, giấy... (đây đều là những nguyên vật liệu có sẵn trong vùng và các vùng lân cận). (2) Những vật phẩm biểu trưng của vùng trên các chất liệu có sẵn tại địa phương (tượng Lê Lợi, biểu tượng Lam Kinh, quan cảnh vùng đất Lam Sơn...)

* Nhóm quà tặng đặc sản: (1) Đặc sản từ sản phẩm trồng trọt: bưởi Luận Văn Hải Đăng, dưa vàng Xuân Hòa, cam Thành Nguyên, bưởi Phú Bắc, dưa vàng Thọ Thanh, gạo nếp hạt cau Thạch Lập...; (2) Đặc sản từ các dược liệu: quế với các sản phẩm tinh dầu, bột quế, trà quế, các sản phẩm thủ công từ cây quế... (3) Đặc sản từ các sản phẩm gia truyền: bánh gai Tứ Trụ; bánh lá răng bừa Xuân Lập; kẹo lạc Xuân Yên,... (4) Nhóm thực phẩm khác: nấm Lim xanh, trà rau má, mật ong Thọ Phú Xanh, mật mía Phúc Long...

Tuy nhiên, để có được những sản phẩm trên vùng đất Lam Sơn cần có những kế hoạch, chương trình và giải pháp mang tính khả thi để xây dựng những sản phẩm trên. Ở phạm vi bài viết này chúng tôi đề xuất một số giải pháp cho việc xây dựng sản phẩm quà lưu niệm và quà tặng đặc sản cho vùng đất Lam Sơn:

Thứ nhất, tăng cường vai trò của quản lý của nhà nước trong phát triển sản phẩm quà lưu niệm và quà tặng đặc sản cho vùng đất Lam Sơn. Để có được hệ thống những sản phẩm quà lưu niệm và quà tặng đặc sản mang tính nổi bật và riêng có cho vùng đất Lam Sơn, trước tiên phải ở vai trò quản lý nhà nước. Ở đây, các đơn vị liên quan cụ thể là đơn vị quản lý nhà nước về du lịch phải có những chương trình, kế hoạch và đề án cụ thể về phát triển sản phẩm quà lưu niệm và quà tặng đặc sản cho vùng đất Lam Sơn. Đây sẽ là căn cứ pháp lý quan trọng đầu tiên để triển khai các nhiệm vụ tiếp theo cho vấn đề này. Bên cạnh đó, để khuyến khích các doanh nghiệp, tổ chức cá nhân tham gia vào hoạt động này cần có những chính sách mang

tính tổng thể và cụ thể phù hợp cho từng loại hình sản phẩm như chính sách hỗ trợ cho việc xây dựng sản phẩm, chính sách trong vệ sinh và gìn giữ các sản phẩm mang tính truyền thống của địa phương, chính sách ưu đãi về thuế, về vốn, trong quảng bá xúc tiến sản phẩm, người lao động... Cần tăng cường công tác quản lý việc bán và nhập các mặt hàng quà lưu niệm, quà tặng đặc sản để tránh sự lẫn lộn giữa sản phẩm địa phương và sản phẩm bên ngoài.

Thứ hai, tổ chức thiết kế, lựa chọn và xây dựng hình ảnh, logo biểu trưng cho du lịch Lam Sơn. Xây dựng sản phẩm biểu trưng du lịch cho một vùng là yếu tố vô cùng quan trọng trong việc tạo điểm nhấn và thu hút du khách. Một sản phẩm quà lưu niệm mang tính biểu trưng du lịch của điểm đến chính là điều du khách cần để khẳng định rằng họ đã đến có những trải nghiệm tại đây. Nhóm nghiên cứu xin đề xuất mẫu biểu trưng logo cho vùng đất Lam Sơn.



Thứ ba, xây dựng bộ sản phẩm quà lưu niệm và quà tặng đặc sản đặc thù cho vùng đất Lam Sơn. Như đã phân tích ở trên, vùng đất Lam Sơn có rất nhiều tiềm năng và cơ sở để xây dựng hệ thống quà lưu niệm và quà tặng đặc sản. Tuy nhiên, không phải sản phẩm nào cũng đưa vào hệ thống sản phẩm quà lưu niệm và quà tặng đặc sản. Cần có sự lựa chọn để tạo tính đặc trưng mà bất kể du khách nào khi đến với Lam Sơn đều phải mua về bên cạnh những sản phẩm khác đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách. Muốn vậy, cần phải xây dựng bộ tiêu chí cụ thể làm cơ sở cho sự lựa chọn, sau đó thực hiện việc thiết kế và thiết lập quy trình phân phối, quảng bá, giới thiệu, bán sản phẩm và giám sát sản phẩm. Việc giám sát này nhằm quản lý và mang lại sự đảm bảo cho khách du lịch khi mua sản phẩm.

Thứ tư, đào tạo và bồi dưỡng nguồn nhân lực để phát triển sản phẩm. Trong bất kể ngành nghề nào, nguồn nhân lực là yếu tố quan trọng để tạo nên sản phẩm. Cũng như những hoạt động sản xuất khác, việc làm nên các sản phẩm quà lưu niệm và quà tặng đặc sản cũng đòi hỏi người sản xuất phải có tay nghề vững vàng để tạo nên sản phẩm có chất lượng. Điều này càng quan trọng hơn đối với nhóm sản phẩm này khi mà những mặt hàng quà lưu niệm bên cạnh là đẹp, chuẩn chỉnh, đảm bảo tiêu chuẩn và chất lượng, nó còn là sự tinh tế, sự riêng có mang tính địa phương. Vì vậy, đội ngũ lao động ở đây cần được đào tạo bài bản, có tay nghề vững vàng, có óc sáng tạo. Đội ngũ nghệ nhân đặc biệt được coi trọng. Để có được đội

ngũ nhân lực đảm bảo cần có những chính sách đãi ngộ phù hợp trong công tác đào tạo, trong sản xuất và sử dụng lao động một cách hợp lý, đúng người, đúng việc, đúng vị trí.

Thứ năm, tổ chức hoạt động quản lý, kinh doanh sản phẩm quà lưu niệm, quà tặng đặc sản ở vùng đất Lam Sơn. Bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng là điều hết sức cần thiết, đây là yếu tố quan trọng cấu thành nên một sản phẩm du lịch. Điều này nếu làm tốt không chỉ làm hài lòng khách du lịch và còn tạo một hình ảnh đẹp cho khách khi tiêu dùng các sản phẩm nơi đây. Đây chính là một kênh quảng bá hiệu quả nhất đến với khách du lịch. Để thực hiện điều này các đơn vị liên quan như Sở Công Thương, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa, Ủy ban Nhân dân các địa phương nơi có các điểm đến trong vùng đất Lam Sơn nói riêng và Thanh Hóa nói chung cần phối hợp chặt chẽ trong công tác quản lý, các sản phẩm cần phải được dán giá công khai và đồng nhất về giá; Công việc kiểm tra, giám sát hoạt động sản xuất, kinh doanh sản phẩm quà lưu niệm, quà tặng đặc sản của các đơn vị trên địa bàn phải được thực hiện công tâm, rõ ràng, trong sạch. Giải quyết triệt để các vấn đề còn tồn tại ở các điểm mua sắm quà lưu niệm trên địa bàn đó là nạn ăn xin, bán hàng rong, chèo kéo khách, tình trạng ô nhiễm môi trường, “nói thách” hay thái độ cư xử thiếu tôn trọng du khách của người bán hàng.

Thứ sáu, tăng cường công tác quảng bá, xúc tiến các sản phẩm quà lưu niệm và quà tặng đặc sản tại vùng đất Lam Sơn. Đây là một hoạt động quan trọng góp phần quyết định thành công cho sản phẩm du lịch nói chung và sản phẩm quà lưu niệm, quà tặng đặc sản nói riêng. Công tác này giúp sản phẩm đến gần hơn với khách hàng, giúp khách hàng biết và có quyết định sớm hơn đối với sản phẩm. Để những sản phẩm quà lưu niệm và quà tặng đặc sản tại vùng đất Lam Sơn được du khách biết đến nhiều hơn những người làm công tác này cần xây dựng các chương trình, kế hoạch, phương án cụ thể cho hoạt động, áp dụng nhiều hình thức khác nhau trong quảng bá, đặc biệt chú trọng ứng dụng các công nghệ hiện đại cho công tác quảng bá, xúc tiến các sản phẩm quà lưu niệm và quà tặng đặc sản cho vùng đất Lam Sơn.

6. Kết luận

Ngày nay, khi nhu cầu đi lại, tham quan, tìm hiểu văn hóa của người dân ngày một tăng cao, du lịch trở nên phổ biến. Khi đến tham quan một địa danh, du khách thường có xu hướng mua những sản phẩm quà lưu niệm, quà tặng đặc sản về làm quà cho gia đình, người thân, và cho chính mình, để gợi nhớ lại những kỷ niệm nơi họ đã dừng chân, để khẳng định rằng họ đã từng có mặt tại nơi đó. Bên cạnh những giá trị về văn hóa, tinh thần, sản phẩm quà lưu niệm cũng đóng góp một nguồn doanh thu lớn cho ngành du lịch và đem lại những lợi ích cho xã hội, trong đó phải kể đến vai trò bảo tồn văn hóa làng nghề và giải quyết việc làm cho khối lượng lao động ở địa phương. Vùng đất Lam Sơn là một trong những điểm đến hấp dẫn với nhiều loại hình thu hút khách du lịch, đây sẽ là một điểm đến hấp dẫn của du lịch Thanh Hóa. Vì vậy, việc xây dựng sản phẩm quà lưu niệm và quà tặng đặc sản là một việc làm cần thiết góp phần tăng sức hấp dẫn cho điểm đến, quảng bá hình ảnh du lịch hiệu quả cho vùng đất Lam Sơn. Không những vậy, những sản phẩm quà lưu niệm, quà đặc sản cho khách du lịch còn là nguồn lợi nhuận không nhỏ cho ngành du lịch của vùng Lam Sơn nói chung và người dân địa phương nói riêng.

Tài liệu tham khảo

- [1]. Vương Anh (2001b), *Văn hóa dân gian các dân tộc vùng Lam Sơn và người anh hùng dân tộc Lê Lợi*, Nxb Văn hóa Dân tộc, Hà Nội.
- [2] Nguyễn Quốc Chấn (chủ biên) (2007), *Những thắng tích xứ Thanh*, Nxb Thanh Hóa.
- [3]. Phan Huy Chú (1960), *Lịch triều hiến chương loại chí*, tập 1: “Nhân vật chí”, Nxb Sự thật.
- [4]. Huyện ủy, HĐND, UBND huyện Lang Chánh (2010), *Địa chí huyện Lang Chánh*, Nxb Khoa học Xã hội, Hà Nội.
- [5]. Huyện ủy, HĐND, UBND huyện Ngọc Lặc (2016), *Địa chí huyện Ngọc Lặc*, Nxb Khoa học Xã hội, Hà Nội.
- [6]. Huyện ủy, HĐND, UBND huyện Thọ Xuân (2005), *Địa chí huyện Thọ Xuân*, Nxb Khoa học Xã hội, Hà Nội.
- [7]. Huyện ủy, HĐND, UBND huyện Thường Xuân (2018), *Địa chí huyện Thường Xuân*, Nxb Thanh Hóa.
- [8]. Nguyễn Thị Mai Hương (2013), *Nghiên cứu phát triển sản phẩm quà lưu niệm nhằm phục vụ khách du lịch ở Hà Long*, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn.
- [9]. Lê Văn Tạo (2010), *Nghiên cứu sản phẩm du lịch Thanh Hóa phục vụ phát triển kinh tế xã hội tỉnh Thanh Hóa*, Đề tài NCKH cấp Tỉnh, Sở Khoa học và Công nghệ Thanh Hóa.
- [10]. [https://vi.wikipedia.org/wiki/Qu%C3%A0_t%E1%BA%B7ng#:~: text=Qu%C3%A0%20t%E1%BA%B7ng%20l%C3%A0%20m%E1%BB%99t%20th%E1%BB%A9,qu%C3%A0%20C4%91%E1%BB%91i%20v%E1%BB%9B%20ng%C6%B0%E1%BB%9Di%20nh%E1%BA%ADn](https://vi.wikipedia.org/wiki/Qu%C3%A0_t%E1%BA%B7ng#:~:text=Qu%C3%A0%20t%E1%BA%B7ng%20l%C3%A0%20m%E1%BB%99t%20th%E1%BB%A9,qu%C3%A0%20C4%91%E1%BB%91i%20v%E1%BB%9B%20ng%C6%B0%E1%BB%9Di%20nh%E1%BA%ADn).
- [11]. <https://vietadsgroup.vn/dac-san-la-gi-tim-hieu-ve-dac-san-la-gi.html>
- [12]. <http://vanhoanghethuat.vn/di-san-van-hoa-vu>

XÂY DỰNG SẢN PHẨM QUÀ TẶNG, QUÀ ĐẶC SẢN TẠI VÙNG ĐẤT LAM SƠN TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH

Nguyễn Đình Nghĩa^a

Nguyễn Thị Trúc Quỳnh^b

Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa

Email: nguyendinhnghia@dvttdt.edu.vn

Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa

Email: nguyenthitrucquynh@dvttdt.edu.vn

Received: 08/11/2022

Reviewed: 18/11/2022

Revised: 20/12/2022

Accepted: 03/01/2023

Released: 09/01/2023

Trong chuyến du lịch, ngoài việc tìm hiểu, khám phá, trải nghiệm những giá trị văn hóa, dịch vụ tại điểm đến, khách du lịch còn có nhu cầu mua những sản phẩm đặc sản, những món quà lưu niệm cho bản thân và bạn bè. Tuy nhiên, tại nhiều điểm du lịch thường không có hoặc nếu có thì những sản phẩm rất đơn điệu hay là những sản phẩm từ nơi khác mang đến không mang tính đặc trưng của địa phương. Điều này làm cho khách du lịch luôn cảm thấy sự thiếu hụt về dịch vụ trong chuyến đi của mình. Vì vậy, xây dựng sản phẩm quà tặng, sản phẩm đặc sản tại mỗi điểm đến là một trong những vấn đề cần quan tâm. Những sản phẩm này không chỉ là nguồn thu cho điểm du lịch mà đó còn là mắt xích tạo nên chuỗi sản phẩm du lịch trọn vẹn, là thương hiệu cho mỗi điểm đến.

Từ khóa: Sản phẩm quà đặc sản; Sản phẩm quà tặng; Vùng đất Lam Sơn