# XÂY DỰNG MÔ HÌNH PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI, CỘNG ĐỒNG GẮN VỚI CHUYỂN ĐỔI SỐ TẠI XÃ NAM ĐÔNG

## 1. BÀI TOÁN PHÁT TRIỂN

Xã Nam Đông là địa phương miền núi thuộc thành phố Huế, hội tụ nhiều lợi thế tự nhiên và văn hóa hiếm có: hệ sinh thái rừng, hồ, thác (Hồ Ta Rinh, đập tràn Hai Nhất, thác A Ka, Hồ Thủy điện Thượng Nhật, Hồ Tả Trạch) và bản sắc văn hóa đặc trưng của đồng bào Cơ Tu. Đây là nền tảng để phát triển các loại hình du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, du lịch nông nghiệp và du lịch trải nghiệm văn hóa – những phân khúc đang có nhu cầu thị trường ngày càng tăng.

Bài toán phát triển đặt ra cho địa phương là: làm thế nào để chuyển hóa tiềm năng tài nguyên tự nhiên – văn hóa – nông sản (trong đó có dược liệu, sản phẩm OCOP) thành sản phẩm du lịch có giá trị gia tăng cao, được tổ chức thành chuỗi liên kết bài bản, đồng thời ứng dụng hiệu quả chuyển đổi số trong quản lý, quảng bá, kết nối thị trường và nâng cao trải nghiệm du khách, trong điều kiện một xã miền núi có nguồn lực đầu tư, hạ tầng số và nhân lực công nghệ còn hạn chế.

Nói cách khác, đây là bài toán tích hợp đồng thời ba trục: (i) bảo tồn và phát huy tài nguyên sinh thái – văn hóa; (ii) phát triển du lịch cộng đồng theo hướng chuyên nghiệp, có chuỗi giá trị; và (iii) ứng dụng công nghệ số (GIS, dữ liệu số, nền tảng đặt dịch vụ, thanh toán số, AI) để rút ngắn khoảng cách giữa cung – cầu du lịch, giúp Nam Đông hình thành thương hiệu "Du lịch sinh thái Nam Đông" có khả năng cạnh tranh, liên kết được với các điểm đến lớn của khu vực (Huế – Bạch Mã – Chân Mây – Lăng Cô – A Lưới – Đà Nẵng).

## 2. THỰC TRẠNG VÀ NGUYÊN NHÂN

### *2.1. Thực trạng*

- Tài nguyên phong phú nhưng phân tán, chưa kết nối thành chuỗi sản phẩm: các điểm đến tự nhiên (hồ, thác), văn hóa Cơ Tu và nông nghiệp – OCOP hiện tồn tại độc lập, thiếu tuyến/tour liên kết và thiếu câu chuyện thương hiệu chung.

- Hạ tầng và dịch vụ du lịch còn hạn chế: cơ sở lưu trú (homestay, farmstay), dịch vụ ăn uống, hướng dẫn viên tại chỗ chưa đáp ứng được nhu cầu đón khách quy mô lớn hoặc khách đoàn.

- Nguồn nhân lực du lịch – công nghệ mỏng: thiếu nhân lực được đào tạo về nghiệp vụ du lịch, ngoại ngữ và đặc biệt là kỹ năng số (vận hành nền tảng đặt phòng, quảng bá trên mạng xã hội, thương mại điện tử).

- Chuyển đổi số trong du lịch gần như chưa được triển khai: chưa có cơ sở dữ liệu số dùng chung về điểm đến, tài nguyên, dịch vụ; chưa có nền tảng bản đồ

số/GIS, cổng thông tin du lịch, hệ thống đặt dịch vụ và thanh toán trực tuyến; công tác quảng bá còn theo phương thức truyền thống, hiệu quả tiếp cận thị trường thấp.

- Liên kết thị trường yếu: chưa có cơ chế kết nối thường xuyên với doanh nghiệp lữ hành, sàn thương mại điện tử để đưa sản phẩm OCOP, nông sản, dược liệu và dịch vụ du lịch của Nam Đông ra thị trường ngoài xã.

### *2.2. Nguyên nhân*

**Nguyên nhân khách quan:**

- Địa hình miền núi, giao thông kết nối liên vùng còn khó khăn, chi phí đầu tư hạ tầng (đường, điện, viễn thông) cao so với đồng bằng.

- Xã mới hình thành trên cơ sở sắp xếp đơn vị hành chính, nguồn lực ngân sách địa phương còn hạn hẹp, chưa có cơ chế, chính sách đặc thù đủ mạnh để thu hút đầu tư du lịch và công nghệ.

**Nguyên nhân chủ quan:**

- Chưa có quy hoạch, quy hoạch tích hợp chuyển đổi số ngay từ khâu lập ý tưởng phát triển du lịch, dẫn đến đầu tư manh mún, thiếu đồng bộ.

- Thiếu cơ sở dữ liệu số dùng chung và nền tảng công nghệ nền (GIS, bản đồ số, kho dữ liệu tài nguyên) làm nền cho các ứng dụng du lịch số.

- Chưa thiết lập được cơ chế phối hợp "3 Nhà – 4 chủ thể" (Nhà nước – Nhà khoa học – Doanh nghiệp – Cộng đồng) một cách bài bản để huy động tri thức khoa học, nguồn lực doanh nghiệp và sự tham gia chủ động của người dân, hợp tác xã.

- Nhân lực công nghệ thông tin, chuyển đổi số tại chỗ còn thiếu và kiêm nhiệm nhiều lĩnh vực, khó đảm đương việc vận hành các nền tảng số chuyên biệt cho du lịch.

## 3. KẾT QUẢ ĐỊA PHƯƠNG MONG MUỐN

Từ bài toán và thực trạng nêu trên, địa phương kỳ vọng nhiệm vụ mang lại các kết quả cụ thể sau:

- Có được mô hình phát triển du lịch sinh thái – cộng đồng gắn với chuyển đổi số hoàn chỉnh, đã được kiểm chứng thực tế tại Nam Đông và có khả năng nhân rộng sang các xã miền núi khác có điều kiện tương đồng (như A Lưới).

- Hình thành được cơ sở dữ liệu số dùng chung về điểm đến, tài nguyên thiên nhiên, văn hóa Cơ Tu, sản phẩm OCOP, cơ sở lưu trú và dịch vụ – làm nền tảng để quản lý, quy hoạch và quảng bá lâu dài, không phụ thuộc vào một nhiệm vụ hay một đơn vị tư vấn cụ thể.

- 03–04 điểm du lịch đặc trưng và 02–03 mô hình du lịch nông nghiệp, cộng đồng gắn với văn hóa Cơ Tu được hình thành, có sản phẩm, dịch vụ cụ thể, sẵn sàng đón khách.

- Thu hút 10.000–15.000 lượt khách/năm vào năm 2030, doanh thu du lịch đạt từ 10 tỷ đồng/năm trở lên; tạo việc làm ổn định cho 100–200 lao động địa phương.

- Xây dựng được thương hiệu "Du lịch sinh thái Nam Đông", kết nối với các tuyến du lịch Huế – Bạch Mã – Chân Mây – Lăng Cô – A Lưới – Đà Nẵng, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế xã theo hướng tăng tỷ trọng dịch vụ, phát triển kinh tế xanh, kinh tế số và kinh tế cộng đồng.

- Nâng cao năng lực chuyển đổi số cho cán bộ, hộ dân và hợp tác xã tham gia du lịch, hình thành đội ngũ tại chỗ có thể tự vận hành, cập nhật và duy trì các nền tảng số sau khi nhiệm vụ kết thúc.

## 4. SẢN PHẨM KỲ VỌNG

Nhiệm vụ dự kiến tạo ra 05 nhóm sản phẩm chính, trong đó mỗi sản phẩm được cụ thể hóa thêm thành các hợp phần công nghệ – nghiệp vụ để đảm bảo tính khả thi và có thể nghiệm thu, bàn giao:

| TT | Sản phẩm | Nội dung/hợp phần cụ thể |
|---|---|---|
| 1 | Mô hình phát triển du lịch sinh thái, cộng đồng gắn văn hóa Cơ Tu, du lịch nông nghiệp và chuyển đổi số | Báo cáo mô hình tổng thể (khung lý thuyết, cấu trúc 5 tầng: dữ liệu số – AI phân tích – nền tảng số – dịch vụ số – phát triển kinh tế); hướng dẫn áp dụng thực tế tại Nam Đông. |
| 2 | Cơ sở dữ liệu số về du lịch | Bộ dữ liệu số hóa: điểm du lịch, tài nguyên thiên nhiên, di sản văn hóa Cơ Tu, sản phẩm OCOP, cơ sở lưu trú, dịch vụ; được chuẩn hóa, có thể tích hợp vào hệ thống chính quyền số của xã. |
| 3 | Hệ sinh thái liên kết "4 chủ thể" | Cơ chế phối hợp Nhà nước – Nhà khoa học – Doanh nghiệp – Cộng đồng; quy chế vận hành chuỗi giá trị du lịch sinh thái – nông nghiệp – OCOP – văn hóa; danh sách doanh nghiệp lữ hành, hợp tác xã tham gia. |
| 4 | Nền tảng số tích hợp và mô hình lưu trú, trải nghiệm | Nền tảng GIS/bản đồ số, mã QR tại điểm đến, cổng thông tin du lịch, chức năng đặt dịch vụ và thanh toán số, module AI gợi ý hành trình; 02–03 mô hình Homestay/Farmstay và trải nghiệm văn hóa Cơ Tu được số hóa (hồ sơ, hình ảnh, đặt chỗ trực tuyến). |
| 5 | Mô hình thương hiệu và tuyến liên kết vùng | Bộ nhận diện thương hiệu "Du lịch sinh thái Nam Đông"; đề xuất tuyến liên kết Huế – Bạch Mã – Chân Mây – Lăng Cô – A Lưới – Đà Nẵng; kế hoạch truyền thông, quảng bá số (mạng xã hội, sàn TMĐT, cổng thông tin du lịch thành phố Huế). |

*Ghi chú: các mốc số liệu (10.000–15.000 lượt khách/năm, doanh thu ≥10 tỷ đồng/năm, 100–200 lao động, 03–04 điểm du lịch, 02–03 mô hình nông nghiệp – cộng đồng) được giữ nguyên*

*theo nội dung đề xuất gốc; khi lập thuyết minh chi tiết, cần bổ sung căn cứ tính toán (phương pháp dự báo, số liệu khảo sát) để tăng độ tin cậy.*

## 5. KHẢ NĂNG ỨNG DỤNG

### *5.1. Phạm vi và đối tượng áp dụng*

- Không gian áp dụng: toàn xã Nam Đông, tập trung tại Hồ Ta Rinh, đập tràn Hai Nhất, thác A Ka, Hồ Thủy điện Thượng Nhật, Hồ Tả Trạch và các điểm du lịch cộng đồng gắn với thôn, bản của đồng bào Cơ Tu.

- Đối tượng áp dụng: hệ sinh thái tự nhiên, di sản văn hóa Cơ Tu, sản phẩm OCOP, hộ dân, hợp tác xã, doanh nghiệp lữ hành và cơ quan quản lý nhà nước tại địa phương.

### *5.2. Đánh giá tính khả thi*

- Phù hợp chủ trương: mô hình bám sát định hướng chuyển đổi số quốc gia, kế hoạch chuyển đổi số của thành phố Huế và chương trình phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi.

- Có thể tích hợp với hạ tầng số đã có: dữ liệu và nền tảng du lịch số có thể kết nối với hệ thống chính quyền số của xã (cổng thông tin điện tử namdong.hue.gov.vn), nền tảng Hue-S và hạ tầng viễn thông (TSLCD) hiện đang được xã khai thác, giúp giảm chi phí đầu tư mới.

- Phù hợp năng lực tổ chức thực hiện: xã đã có kinh nghiệm triển khai các sáng kiến chuyển đổi số (Bình dân học vụ số, Chợ số – Nông thôn số, Thôn nông thôn mới thông minh), thuận lợi để lồng ghép nội dung du lịch số vào các mô hình đang vận hành.

- Khả năng nhân rộng: cấu trúc mô hình 5 tầng (dữ liệu số – AI và phân tích – nền tảng số – dịch vụ số – phát triển kinh tế) có tính mô-đun, có thể áp dụng cho các xã miền núi khác của thành phố Huế có đặc điểm tương đồng (như A Lưới) sau khi thí điểm thành công tại Nam Đông.

### *5.3. Điều kiện cần bảo đảm khi triển khai*

- Hạ tầng viễn thông, internet ổn định đến các điểm du lịch trọng điểm (hồ, thác), đặc biệt ở những khu vực địa hình khó khăn.

- Bố trí/đào tạo nhân lực vận hành nền tảng số tại chỗ (cán bộ xã, tổ công nghệ số cộng đồng, hộ dân làm du lịch).

- Có chính sách hỗ trợ ban đầu (vốn, tập huấn) để hộ dân, hợp tác xã tiếp cận và sử dụng thành thạo các công cụ số (đặt dịch vụ, thanh toán trực tuyến, quảng bá qua mạng xã hội).

## 6. KHẢ NĂNG THƯƠNG MẠI HÓA

### *6.1. Các nguồn thu dự kiến*

- Doanh thu trực tiếp từ dịch vụ du lịch: vé tham quan, lưu trú (homestay/farmstay), ẩm thực, hướng dẫn, trải nghiệm văn hóa Cơ Tu.

- Doanh thu từ nền tảng số: phí/hoa hồng từ đặt dịch vụ và thanh toán trực tuyến qua cổng thông tin du lịch; phí quảng cáo, gian hàng số cho hộ kinh doanh và doanh nghiệp lữ hành.

- Doanh thu từ thương mại điện tử sản phẩm địa phương: bán sản phẩm OCOP, dược liệu, nông sản qua kênh số kết hợp trải nghiệm du lịch (khách mua trực tiếp hoặc đặt hàng trực tuyến sau chuyến đi).

- Doanh thu từ nhân rộng mô hình: chuyển giao quy trình, cơ sở dữ liệu và nền tảng công nghệ (dưới hình thức hỗ trợ kỹ thuật) cho các xã, địa phương khác có nhu cầu áp dụng mô hình tương tự.

### *6.2. Ước tính hiệu quả kinh tế*

| Chỉ tiêu | Mục tiêu đến năm 2030 |
|---|---|
| Lượng khách du lịch | 10.000 – 15.000 lượt khách/năm |
| Doanh thu du lịch | Từ 10 tỷ đồng/năm trở lên |
| Việc làm tạo ra | 100 – 200 lao động ổn định |
| Điểm du lịch đặc trưng | 03 – 04 điểm |
| Mô hình du lịch nông nghiệp, cộng đồng | 02 – 03 mô hình |

### *6.3. Đối tác và điều kiện thương mại hóa*

- Đối tác tiềm năng: doanh nghiệp lữ hành trong và ngoài tỉnh, sàn thương mại điện tử (cho sản phẩm OCOP, dược liệu), đơn vị công nghệ hỗ trợ vận hành nền tảng số, các quỹ/chương trình hỗ trợ khởi nghiệp du lịch nông thôn.

- Điều kiện tiên quyết: hoàn thiện cơ sở dữ liệu và nền tảng số ổn định; xây dựng được ít nhất một số sản phẩm/tour mẫu có thể bán thử nghiệm; có cơ chế chia sẻ lợi ích rõ ràng giữa Nhà nước – Nhà khoa học – Doanh nghiệp – Cộng đồng để duy trì động lực tham gia lâu dài.

### *6.4. Rủi ro cần lưu ý*

- Rủi ro thị trường: nhu cầu du lịch có thể biến động theo mùa vụ, thời tiết và các yếu tố vĩ mô (kinh tế, dịch bệnh), ảnh hưởng đến khả năng đạt mục tiêu doanh thu, lượng khách.

- Rủi ro vận hành: nếu thiếu nhân lực duy trì, nền tảng số có nguy cơ ngừng cập nhật sau khi nhiệm vụ kết thúc, làm giảm hiệu quả thương mại hóa lâu dài.

- Khuyến nghị: cần có kế hoạch duy trì, vận hành và cập nhật dữ liệu/nền tảng sau nghiệm thu, gắn trách nhiệm cụ thể cho đơn vị đầu mối (Văn phòng HĐND và UBND xã/Phòng Văn hóa – Xã hội) phối hợp với hợp tác xã, doanh nghiệp.

Cơ quan: Võ Nhị Minh, ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HUẾ
Email: vnminh.namdong@hue.gov.vn
Thời gian ký: 21.07.2026 14:39:19 +07:00