

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH

NGUYỄN THỊ HOÀI THANH

SỨC MẠNH MỀM VĂN HOÁ TRONG PHÁT TRIỂN  
KINH TẾ DU LỊCH Ở MIỀN NÚI  
PHÍA BẮC VIỆT NAM HIỆN NAY

LUẬN ÁN TIẾN SĨ

NGÀNH CHỦ NGHĨA DUY VẬT BIỆN CHỨNG VÀ DUY VẬT LỊCH SỬ

HÀ NỘI - 2024

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH

NGUYỄN THỊ HOÀI THANH

**SỨC MẠNH MỀM VĂN HOÁ TRONG PHÁT TRIỂN  
KINH TẾ DU LỊCH Ở MIỀN NÚI  
PHÍA BẮC VIỆT NAM HIỆN NAY**

**LUẬN ÁN TIẾN SĨ**

**NGÀNH CHỦ NGHĨA DUY VẬT BIỆN CHỨNG VÀ DUY VẬT LỊCH SỬ**

**Mã số: 922 90 02**

*Người hướng dẫn khoa học: 1. GS.TS. TRẦN VĂN PHÒNG*



**2. TS. LÊ THỊ HẠNH**



**HÀ NỘI – 2024**

## **LỜI CAM ĐOAN**

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các số liệu và kết quả nêu trong luận án là trung thực; có nguồn gốc rõ ràng và được trích dẫn đầy đủ theo quy định.

**Tác giả luận án**



**Nguyễn Thị Hoài Thanh**

## MỤC LỤC

	<b>Trang</b>
<b>MỞ ĐẦU</b> .....	1
<b>Chương 1: TỔNG QUAN NHỮNG CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN</b> .....	8
1.1. Các công trình nghiên cứu liên quan đến những vấn đề lý luận của đề tài luận án .....	8
1.2. Các công trình đề cập đến du lịch và thực trạng phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch .....	20
1.3. Các công trình liên quan đến giải pháp phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch .....	27
1.4. Khái quát giá trị các công trình khoa học đã tổng quan và những vấn đề đặt ra cần tiếp tục nghiên cứu .....	37
<b>Chương 2: SỨC MẠNH MỀM VĂN HÓA TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ DU LỊCH Ở MIỀN NÚI PHÍA BẮC VIỆT NAM HIỆN NAY– MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN</b> .....	43
2.1. Quan niệm về sức mạnh mềm văn hóa và sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch .....	43
2.2. Khái quát khu vực miền núi phía Bắc và sức mạnh mềm văn hóa ở miền núi phía Bắc Việt Nam .....	59
2.3. Sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam và những nhân tố tác động .....	70
<b>Chương 3: PHÁT HUY SỨC MẠNH MỀM VĂN HÓA TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ DU LỊCH Ở MIỀN NÚI PHÍA BẮC VIỆT NAM – THỰC TRẠNG VÀ VẤN ĐỀ ĐẶT RA</b> .....	94
3.1. Thực trạng phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay .....	94
3.2. Một số vấn đề đặt ra từ thực trạng phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay .....	126

<b>Chương 4: GIẢI PHÁP PHÁT HUY SỨC MẠNH MỀM VĂN HÓA TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ DU LỊCH Ở MIỀN NÚI PHÍA BẮC VIỆT NAM HIỆN NAY .....</b>	<b>140</b>
4.1. Nâng cao nhận thức, phát huy tính tích cực, chủ động của các chủ thể trong phát huy sức mạnh mềm văn hóa cho phát triển kinh tế du lịch.....	140
4.2. Đa dạng hoá nội dung, phương thức phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch phù hợp với tiềm năng và lợi thế của khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay .....	150
4.3. Tăng cường các nguồn lực, bảo đảm các điều kiện nhằm nâng cao hiệu quả phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay .....	156
<b>KẾT LUẬN.....</b>	<b>186</b>
<b>DANH MỤC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ CÓ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN .....</b>	<b>188</b>
<b>CHÚ THÍCH .....</b>	<b>190</b>
<b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....</b>	<b>205</b>
<b>PHỤ LỤC.....</b>	<b>i</b>

## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài nghiên cứu

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế hiện nay, bên cạnh việc phát huy sức mạnh tổng hợp từ các nguồn lực kinh tế, tài nguyên thiên nhiên, quốc phòng an ninh... thì nguồn lực văn hóa cũng đang được nhiều quốc gia chú trọng và coi đó là “sức mạnh mềm” quan trọng, có vai trò và ý nghĩa quyết định trong chiến lược phát triển nhằm củng cố vị thế, hình ảnh và tầm ảnh hưởng của các quốc gia.

Như nhiều quốc gia - dân tộc khác, Việt Nam cũng có nền văn hóa của riêng mình. Văn hóa Việt Nam - như cố Thủ tướng Phạm Văn Đồng nhấn mạnh - là sợi chỉ đỏ xuyên suốt toàn bộ lịch sử của dân tộc Việt Nam, làm nên sức sống mãnh liệt, giúp cộng đồng dân tộc Việt Nam vượt qua biết bao sóng gió và thác ghềnh tưởng chừng không thể vượt qua được, để không ngừng phát triển và lớn mạnh, viết nên những trang sử lạ lùng bởi tính kiên cường trong hoạn nạn, bởi khí phách hào hùng trong giữ nước và dựng nước; “chất văn hóa... là tinh hoa của dân tộc, của quý nhất mà ngày nay mọi người Việt Nam chúng ta tự hào là người thừa kế và phát triển [30, tr.17]. Lịch sử hàng nghìn năm dựng nước và giữ nước của dân tộc cũng như những thành tựu trong công cuộc đổi mới ở nước ta đã khẳng định vị thế và vai trò quan trọng của văn hóa đối với sự phát triển quốc gia. Vai trò của văn hóa không chỉ giới hạn tầm vóc của mình trong chiều sâu những giá trị tinh thần mà còn là nguồn nội lực, sức mạnh nội sinh cho phát triển của đất nước, trong đó có phát triển kinh tế du lịch. Sức mạnh mềm văn hóa là nền tảng cho du lịch khai thác, phát triển; ngược lại, thông qua du lịch sẽ giúp lan tỏa, quảng bá sức mạnh mềm văn hóa. Đó là mối quan hệ biện chứng có tác động qua lại, ảnh hưởng lẫn nhau. Nguồn lực văn hóa kết hợp với chiến lược, bối cảnh và phương thức thực hiện phù hợp thông qua hoạt động của các chủ thể sẽ tạo thành sức mạnh mềm văn hóa trong

phát triển kinh tế du lịch hiện nay. Đại hội XIII khẳng định: “Khẩn trương triển khai phát triển có trọng tâm, trọng điểm ngành công nghiệp văn hóa và dịch vụ văn hóa trên cơ sở xác định và phát huy sức mạnh mềm của văn hóa Việt Nam, vận dụng có hiệu quả các giá trị, tinh hoa và thành tựu mới của văn hóa, khoa học, kỹ thuật, công nghệ của thế giới, gắn phát triển văn hóa với phát triển du lịch, đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, đồng thời bảo vệ, gìn giữ tài nguyên văn hóa cho các thế hệ mai sau” [21, tr. 145-146].

Việt Nam là quốc gia đa dân tộc, đa dạng trong văn hóa. Mỗi dân tộc, mỗi khu vực trên lãnh thổ Việt Nam đều có bản sắc văn hóa riêng, tạo nên vẻ đẹp và sức mạnh tiềm ẩn của con người và của văn hóa Việt Nam. Văn hóa là nền tảng cho du lịch khai thác, phát triển; và ngược lại, thông qua du lịch sẽ giúp lan tỏa, quảng bá các giá trị văn hóa. Đó là mối quan hệ biện chứng, gắn kết vô cùng chặt chẽ, có tác động qua lại, ảnh hưởng lẫn nhau. Nguồn lực văn hóa kết hợp với chiến lược, bối cảnh và phương thức thực hiện phù hợp thông qua hoạt động của các chủ thể sẽ tạo thành sức mạnh mềm của văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch hiện nay.

Khu vực miền núi phía Bắc là địa bàn có vị trí chiến lược đặc biệt quan trọng về chính trị, kinh tế - xã hội, môi trường sinh thái, an ninh, quốc phòng của cả nước. Đây là vùng có nhiều di sản văn hóa đặc sắc, là “mỏ vàng” văn hoá để phát triển du lịch. Bản sắc văn hóa của đồng bào các dân tộc thiểu số nơi đây vô cùng phong phú, đa dạng về các sắc thái biểu hiện thông qua các giá trị văn hóa vật thể và văn hóa phi vật thể. Những dấu ấn của bản sắc văn hóa hiện hình trong nếp sống, trang phục, lễ hội, trong ẩm thực, cách ứng xử, giao tiếp hàng ngày, v.v.. của các đồng bào dân tộc, là tài sản quý báu tạo nên sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch của vùng.

Trong giai đoạn hiện nay, các nguồn lực văn hóa này ở khu vực miền núi phía Bắc đã và đang chịu những ảnh hưởng nhất định theo các chiều hướng khác nhau cùng với sự phát triển của thời đại mới. Thời gian qua, kinh tế du

lich miền núi phía Bắc đã có những bước phát triển nhanh cùng với cả nước, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng tiến bộ, tạo nhiều cơ hội việc làm và thu nhập cho người lao động, bảo đảm an sinh xã hội, v.v.. Tuy nhiên, việc phát huy sức mạnh mềm văn hoá cho phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc trong bối cảnh hội nhập quốc tế vẫn còn tồn tại những hạn chế nhất định, chưa đáp ứng được yêu cầu, ảnh hưởng không nhỏ đến sự phát triển kinh tế - xã hội ở khu vực miền núi phía Bắc nói riêng và của cả nước nói chung. Vấn đề đặt ra hiện nay là làm thế nào để văn hoá phát huy được nguồn lực, tiềm năng để đưa vào khai thác hiệu quả hơn, từ đó phát huy được vai trò và sức mạnh mềm trong phát triển kinh tế du lịch. Điều này đòi hỏi việc xây dựng một lộ trình thích hợp và sự đầu tư chiều sâu về mặt nhận thức, nội dung và phương thức thực hiện.

Xuất phát từ nhu cầu phát triển kinh tế du lịch mang tính bền vững, từ nhu cầu bảo tồn, phát huy các giá trị đặc sắc của văn hóa khu vực miền núi phía Bắc, đặc biệt là phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch, đã có một số công trình nghiên cứu tiếp cận dưới nhiều góc độ khác nhau, nhưng cho đến nay tiếp cận nghiên cứu từ góc độ triết học vẫn chưa có nhiều nghiên cứu chuyên sâu bàn về vấn đề này. Xuất phát từ những vấn đề lý luận và thực tiễn trên, nghiên cứu sinh chọn chủ đề ***Sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay*** làm đề tài cho luận án tiến sĩ triết học của mình.

## **2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu**

### ***2.1. Mục đích nghiên cứu***

Trên cơ sở làm rõ một số vấn đề lý luận chung về sức mạnh mềm văn hóa và phân tích thực trạng phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở các tỉnh khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay, luận án đề xuất một số giải pháp chủ yếu phát huy hiệu quả sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực này.



## **2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu**

Để đạt được mục đích trên, luận án sẽ giải quyết những nhiệm vụ cụ thể sau:

*Một là*, nghiên cứu tổng quan những vấn đề liên quan đến đề tài luận án.

*Hai là*, hệ thống hóa và luận giải những vấn đề lý luận liên quan đến đề tài.

*Ba là*, phân tích, đánh giá thực trạng phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở các tỉnh khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay và những vấn đề đặt ra từ thực trạng này.

*Bốn là*, đề xuất một số giải pháp chủ yếu nhằm phát huy có hiệu quả sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở các tỉnh khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam thời gian tới.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

### **3.1. Đối tượng nghiên cứu**

Luận án tập trung nghiên cứu những vấn đề về phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay.

### **3.2. Phạm vi nghiên cứu**

- *Về nội dung*: Luận án tập trung nghiên cứu sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc, dưới lát cắt triết học luận án tiếp cận về phương diện vị trí, vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc trong thời kỳ đổi mới, khi Việt Nam đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa, phát triển kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế.

- *Về không gian*: Trong phạm vi luận án, nghiên cứu sinh tiếp cận không gian khu vực miền núi phía Bắc theo Quyết định số 495/QĐ-TTg ngày 20/04/2022 của Thủ tướng chính phủ về *Phê duyệt nhiệm vụ lập quy hoạch Vùng trung du và miền núi phía Bắc thời kỳ 2021 – 2030 tầm nhìn đến năm 2050* bao gồm 14 tỉnh: Lạng Sơn, Cao Bằng, Hà Giang, Lào Cai, Lai Châu, Điện Biên, Sơn La, Thái Nguyên, Bắc Giang, Bắc Cạn, Tuyên Quang, Phú Thọ, Yên Bái, Hòa Bình [124].

- *Về thời gian*: Thời gian nghiên cứu của luận án từ khi Đảng thực hiện đường lối đổi mới (1986) đến 2022 ở Việt Nam, trong đó đặc biệt là sau khi Việt Nam thực hiện đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế.

## **4. Cơ sở lý luận, phương pháp nghiên cứu**

### **4.1. Cơ sở lý luận**

- Luận án được thực hiện trên cơ sở lý luận của chủ nghĩa Mác – Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, các quan điểm, đường lối của Đảng Cộng sản Việt Nam và chính sách của nhà nước về vấn đề sức mạnh mềm văn hóa, kinh tế du lịch.

### **4.2. Phương pháp nghiên cứu**

- Luận án được thực hiện trên cơ sở vận dụng phương pháp luận của chủ nghĩa duy vật biện chứng và chủ nghĩa duy vật lịch sử; kết hợp với các phương pháp nghiên cứu cụ thể như:

Luận án sử dụng phương pháp thu thập, xử lý dữ liệu và đánh giá số liệu có liên quan của các tài liệu, công trình được công bố của các học giả ở trong và ngoài nước; dùng phương pháp lịch sử kết hợp với phương pháp logic để đánh giá tổng quan tình hình liên quan đến đề tài luận án.

Phương pháp khái quát hoá, hệ thống hoá, so sánh, trừu tượng hoá được sử dụng để làm rõ một số khái niệm liên quan đến đề tài; đồng thời sử dụng khái quát hoá, so sánh, phân tích văn bản và nghiên cứu giá trị để luận giải, nhận định làm rõ nội dung cơ bản và những nhân tố tác động đến sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay.

Luận án sử dụng phương pháp phân tích tổng hợp, tổng kết thực tiễn, so sánh, thống kê để nhận định, đánh giá thực trạng và chỉ rõ những vấn đề đặt ra liên quan đến sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay.

Luận án sử dụng tổng hợp các phương pháp như: tổng kết thực tiễn, phân tích, tổng hợp, khái quát hoá, so sánh để đề ra giải pháp phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay.

- Nguồn tài liệu nghiên cứu: Nguồn tài liệu thứ cấp được sử dụng, tổng hợp, phân tích trong luận án chủ yếu là các tài liệu đã được công bố trên sách, báo, tạp chí, các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước; tài liệu của các cơ quan quản lý trên địa bàn các tỉnh khu vực miền núi phía Bắc.

## **5. Ý nghĩa khoa học và đóng góp của luận án**

*Về phương diện khoa học:*

- Luận án góp phần làm rõ những nội dung lý luận về vấn đề sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam.

- Luận án góp phần khảo sát thực trạng sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam thời gian qua (trong thời kỳ đổi mới, khi Việt Nam đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa, phát triển kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế) và những vấn đề đặt ra.

- Luận án đề xuất một số giải pháp chủ yếu phát huy hiệu quả sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay.

*Về phương diện thực tiễn:*

Về mặt thực tiễn, luận án có thể được dùng làm tài liệu tham khảo phục vụ cho nghiên cứu khoa học và hoạt động thực tiễn trong nghiên cứu về văn hoá, vị trí sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam. Những đề xuất của luận án có ý nghĩa nhất định trong việc hoạch định chính sách, chế định pháp luật nhằm bảo tồn, gìn giữ những di sản văn hoá và phát huy sức mạnh mềm của những giá trị di sản văn hoá ấy trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay.

*Đóng góp mới của luận án:*

Kết quả nghiên cứu của luận án góp phần cung cấp luận cứ khoa học để các tỉnh khu vực miền núi phía Bắc có những định hướng, giải pháp nhằm phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở giai đoạn hiện nay.

## **6. Kết cấu của luận án**

Phù hợp với mục đích và nhiệm vụ đã nêu trên, ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục công trình khoa học của nghiên cứu sinh có liên quan đến luận án, danh mục tài liệu tham khảo và phụ lục, luận án có kết cấu gồm 4 chương.

*Chương 1:* Tổng quan những công trình nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án.

*Chương 2:* Sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay – Một số vấn đề lý luận.

*Chương 3:* Phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay – Thực trạng và vấn đề đặt ra.

*Chương 4:* Giải pháp phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay.

## Chương 1

### TỔNG QUAN NHỮNG CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU

#### LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

#### 1.1. CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CỦA ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

##### 1.1.1. Những công trình nghiên cứu về sức mạnh mềm, sức mạnh mềm văn hóa

Từ sau chiến tranh lạnh, sự thay đổi của trật tự thế giới đã khiến các nhà chính trị học, các học giả và các quốc gia trên thế giới quan tâm hơn đến vấn đề sử dụng các nguồn sức mạnh trong cạnh tranh quyền lực. Những học giả theo trường phái cổ điển cho rằng sức mạnh ảnh hưởng quốc gia đa phần đến từ các yếu tố như quân sự hay kinh tế. Còn các học giả trong giới chính trị học hiện đại thì đặc biệt nhấn mạnh đến tầm quan trọng của sức mạnh ảnh hưởng đến từ sự thu hút, yêu mến, đặc biệt là sức thu hút có được từ các nguồn lực văn hóa.

Khái niệm “sức mạnh mềm” được nhắc đến lần đầu tiên vào năm 1973, trong cuốn *Sức mạnh và thịnh vượng: Kinh tế chính trị học trong quyền lực quốc tế* (Power and Wealth: The Economy of International Power) [139] của Klaus Knorr. Trong cuốn sách, ông cho rằng có hai loại sức mạnh ảnh hưởng trong quan hệ quốc tế là sức mạnh ảnh hưởng mang tính ép buộc và sức mạnh ảnh hưởng không ép buộc. Sức mạnh ảnh hưởng mang tính ép buộc có thể đến từ kinh tế và quân sự, trong khi sức mạnh ảnh hưởng không mang tính ép buộc đến từ sự yêu mến, thu hút, khiến các chủ thể tự nguyện thay đổi hoặc làm theo ý muốn của chủ thể khác.

Đến cuối thế kỷ XX, thuật ngữ “sức mạnh mềm” chính thức được Joseph Samuel Nye (nhà nghiên cứu chính trị học quốc tế Mỹ, giáo sư Đại học Haward, nguyên trợ lý Thứ trưởng Ngoại giao Hoa Kỳ từ năm 1977 đến 1979) hoàn thiện về mặt khái niệm. Mặc dù không phải là người đầu tiên đưa ra khái niệm nhưng ông đã trở thành người tiên phong trong việc phân tích, hệ thống hóa và nâng các nghiên cứu về sức mạnh mềm lên thành chủ đề nổi bật cả về lý luận và tính ứng dụng trong hệ thống lý luận quan hệ quốc tế.

Năm 1990, lần đầu tiên Joseph Nye giới thiệu khái niệm sức mạnh mềm trong cuốn sách *Ràng buộc để dẫn dắt: Bản chất sức mạnh đang thay đổi của Mỹ* (Bound

to Led: The Changing Nature of American Power) [142]. Trong chương 1 của cuốn sách, Nye đã xác lập nội hàm khái niệm sức mạnh mềm bao gồm: (1) Sức mạnh mềm là sự hấp dẫn và mê hoặc chứ không phải cưỡng chế hay ép buộc; (2) Sức mạnh mềm phản ánh khả năng của một quốc gia trong việc đề ra và xây dựng các thể chế quốc tế, đó cũng chính là hình thức quyền lực mà chủ nghĩa hiện thực và chủ nghĩa tự do mới đề cập đến; (3) Sức mạnh mềm mang tính thừa nhận, có thể là thừa nhận về giá trị hay thể chế, cũng có thể là thừa nhận trong phán đoán hệ thống quốc tế.

Trong cuốn sách *Sức mạnh mềm: Phương tiện để đạt đến thành công trong chính trị thế giới* (Soft Power: The Means to Success in World Politics) (2004) [144], đi từ lý thuyết đến thực tiễn, J. Nye giới thiệu đến người đọc hệ thống khái niệm về sức mạnh mềm như định nghĩa, nguồn lực, cách thức triển khai và những ưu điểm cũng như những hạn chế của sức mạnh mềm. Joseph Nye cho rằng, nội hàm khái niệm “quyền lực” cần xem xét trên cả hai phương diện: “Xét từ góc độ hành vi, sức mạnh mềm là sức hấp dẫn. Xét từ góc độ nguồn tài nguyên, sức mạnh mềm là tài nguyên sản sinh ra sức hấp dẫn này”. Trên cơ sở đó, J. Nye đã đưa ra khái niệm về sức mạnh mềm.

Năm 2010, J. Nye xuất bản cuốn sách có tên *Tương lai của sức mạnh* (The future of power) [145]. Cuốn sách có kết cấu chia làm 3 phần tương ứng với 7 chương. Trong Phần 1 của cuốn sách (Các loại sức mạnh), trên cơ sở phân tích khái niệm sức mạnh (chương 1- Sức mạnh là gì trong thời cuộc toàn cầu), J. Nye đã phân tích các lĩnh vực của sức mạnh: Sức mạnh kinh tế (chương 2); Sức mạnh quân sự (chương 3); Sức mạnh mềm (chương 4). Ở phần 2 (Chuyển dịch quyền lực: Phân tán và chuyển tiếp), Nye đưa ra quan điểm về hai loại chuyển dịch sức mạnh - Chuyển tiếp sức mạnh và phân tán sức mạnh (chương 5) và phân tích vấn đề về sự suy yếu của Mỹ (chương 6). Phần 3 (Chính sách), Nye nhấn mạnh thêm “sức mạnh thông minh” (chương 7) và bổ sung cho những điểm còn thiếu sót trong lập luận về khái niệm sức mạnh mềm ở các nghiên cứu trước.

Ngoài những tác phẩm của Joseph Nye, nhiều học giả phương Tây đã tiếp tục phát triển nghiên cứu sức mạnh mềm, sức mạnh mềm văn hoá từ nhiều phương diện khác nhau, tiêu biểu là các công trình như:

Matthew Fraser (2005) trong công trình *Vũ khí của trò chơi quần chúng: quyền lực mềm và Đế chế Hoa Kỳ* (Weapons of Mass Distraction: Soft Power and American Empire) [134] đã trình bày về sự khởi nguồn, phát triển của sức mạnh mềm. Lấy sức mạnh mềm văn hóa Mỹ là đối tượng chứng minh, tác giả cho rằng, sức mạnh mềm văn hóa của quốc gia này chính là sự thống trị toàn cầu của phim ảnh, âm nhạc đại chúng, truyền hình và đồ ăn nhanh. Các nghiên cứu trên đã đi đến xác định: sức hấp dẫn của các giá trị văn hóa (bao gồm cả truyền thống lẫn hiện đại), các sản phẩm công nghiệp văn hóa gắn với khoa học công nghệ và truyền thông, cùng các chính sách ngoại giao văn hóa kết hợp với thương mại văn hóa là các nguồn lực chính để từng quốc gia khai thác, vận dụng trong việc gia tăng sức mạnh mềm văn hóa trong quan hệ quốc tế.

Đề cập đến sức mạnh mềm văn hóa trong cấu trúc sức mạnh mềm, sức mạnh tổng hợp quốc gia, Steven Lukes (2007) trong công trình *Sức mạnh và cuộc chiến cho trái tim và trí óc: dựa trên quan điểm về sức mạnh mềm* (Power and the battle for hearts and minds: on the bluntness of soft power) [141] cho rằng, sức mạnh mềm văn hóa là một bộ phận của sức mạnh mềm, có quan hệ chặt chẽ với sức mạnh cứng trong cấu trúc sức mạnh tổng hợp quốc gia. Do các nguồn lực đều có khả năng gây ảnh hưởng đến hành vi của đối tượng nhằm đạt được mục đích của mình nên giữa các nguồn lực luôn tồn tại mối quan hệ tác động qua lại, hỗ trợ, thúc đẩy, thậm chí chuyển hóa lẫn nhau. Tuy nhiên, sức mạnh mềm khác sức mạnh cứng ở phương thức tác động. Các phương thức tác động này sẽ truyền bá sức hấp dẫn của văn hóa, giá trị tư tưởng quốc gia nhằm lôi kéo, thuyết phục, thậm chí chi phối và làm thay đổi hành vi của đối tượng tiếp nhận theo hướng thỏa mãn các mục tiêu và lợi ích chiến lược của chủ thể quyền lực một cách không cưỡng ép.

E. Wilson trong công trình *Sức mạnh cứng, sức mạnh mềm, sức mạnh thông minh* (Hard Power, Soft Power, Smart Power) (2008) [150], so sánh sức mạnh cứng, sức mạnh mềm và khả năng chuyển hóa hai loại sức mạnh trên thành sức mạnh thông minh, Wilson đã đi đến nhận định, một quốc gia sử dụng linh hoạt và biết chuyển hóa các loại sức mạnh thành sức mạnh thông minh thì sẽ thành công trong việc gia tăng quyền lực trong bản đồ quan hệ quốc tế.

Ngoài ra còn một số công trình tiêu biểu của Gallarotti như: *Sức mạnh mềm: nó là gì, tại sao nó quan trọng, và các điều kiện để có thể được sử dụng hiệu quả* (Soft Power: What it is, Why it's Important, and the Conditions Under Which it Can be Effectively Used) [136] đã đưa ra những lý giải về sức mạnh mềm, cách thức đánh giá và sử dụng hiệu quả sức mạnh mềm dành cho các nhà hoạch định chính sách. Trong tác phẩm *Sức mạnh mềm của Ả rập Saudi (The Soft Power of Saudi Arabia)* [137], Gallarotti lấy Arabia Saudi là trường hợp nghiên cứu, từ đó chỉ ra các giá trị và bản chất của sức mạnh mềm trong quan hệ quốc tế đương đại. Trong nghiên cứu *Sức mạnh thông minh: Định nghĩa, tầm quan trọng và hiệu quả* (Smart Power: Definitions, Importance, and Effectiveness) [138], Gallarotti chỉ ra mối quan hệ giữa sức mạnh cứng và sức mạnh mềm, sự kết hợp giữa hai loại sức mạnh này nhằm tạo ra sức mạnh tổng lực dưới tên gọi sức mạnh thông minh.

Tại Việt Nam, các nghiên cứu về sức mạnh mềm, sức mạnh mềm văn hoá đang được triển khai trong những năm gần đây. Các nghiên cứu đều dựa trên quan điểm lý luận của Chủ nghĩa Mác – Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh và các quan điểm của Đảng và Nhà nước ta về văn hóa. Tiêu biểu là các công trình nghiên cứu sau:

Nguyễn Văn Huyền trong cuốn sách *Văn hóa mục tiêu và động lực của sự phát triển xã hội* (2006) [45] đã đi sâu tìm hiểu bản chất của văn hóa nhằm chứng minh vai trò của văn hóa với tư cách là mục tiêu và động lực mạnh mẽ, có ý nghĩa quyết định trong việc thúc đẩy quá trình phát triển xã hội theo hướng nhân văn; từ đó vận dụng nguyên tắc về mối quan hệ thống nhất giữa mục tiêu và động lực của văn hóa (văn hóa - phát triển - tiến bộ) vào quá trình xây dựng và phát triển xã hội Việt Nam hiện nay. Những nội dung mà luận án kế thừa chủ yếu trong chương I của cuốn sách, trong đó có thể tiếp cận quan niệm triết học Mác – Lênin về văn hóa để làm cơ sở lý luận khi nghiên cứu sức mạnh mềm văn hoá.

Phạm Duy Đức với công trình nghiên cứu *Phát triển văn hóa Việt Nam giai đoạn 2011-2020 những vấn đề phương pháp luận* (2009) [33], trên cơ sở tổng kết thực tiễn 25 năm xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam, các bài viết trong cuốn sách đã phân tích thực trạng văn hóa Việt Nam và thực trạng lãnh đạo, quản lý văn hóa của Đảng, Nhà nước ta; chỉ rõ mối quan hệ giữa văn hóa và các lĩnh vực phát



triển kinh tế - xã hội; xây dựng văn hóa chính trị; đề xuất mục tiêu, quan điểm, định hướng và các giải pháp có tính chất đột phá để phát triển văn hóa dân tộc trong thập kỷ tới. Những nội dung của cuốn sách này liên quan trực tiếp đến đề tài luận án, tập trung chủ yếu ở các bài viết: *Khái niệm văn hóa và sự phát triển của văn hóa* (Đỗ Huy); *Quan điểm của Đảng cộng sản Việt Nam về xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc* (Phạm Đức Duy), v.v.. Tác giả luận án có thể kế thừa các nội dung sau: Cách tiếp cận khái niệm văn hóa theo nhiều cách khác nhau, đặc biệt cuốn sách khẳng định phương pháp tiếp cận mácxít về văn hóa là cách tiếp cận về hình thái kinh tế - xã hội, do đó: “Văn hóa gắn bó chặt chẽ với sự vận động của các phương thức sản xuất”, “nguyên tắc tiếp cận đầu tiên với văn hóa là phải tìm thấy mối quan hệ giữa tự nhiên và văn hóa” [33, tr. 22]; Các quan điểm chỉ đạo của Đảng cộng sản Việt Nam về văn hoá như là nền tảng tinh thần của xã hội, vừa là mục tiêu vừa là động lực thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội, nền văn hóa mà chúng ta xây dựng là nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, nền văn hóa Việt Nam là nền văn hóa thống nhất trong đa dạng của cộng đồng các dân tộc Việt Nam.

Nguyễn Minh trong bài viết *Sức mạnh mềm trong quan hệ quốc tế* (2010) [70] đã luận đàm về sức mạnh mềm bao gồm bảy phương diện và đưa ra quan điểm lịch sử - cụ thể trong việc áp dụng sức mạnh mềm thông qua luận đề: “sức mạnh mềm – mỗi nước mỗi cách”, và lấy minh chứng qua việc phân tích sức mạnh mềm ở Hàn Quốc, Nhật Bản, Ấn Độ. Để phát huy tiềm năng sức mạnh mềm Việt Nam, bài viết cho rằng cùng với ngoại giao chính trị và ngoại giao kinh tế, ngoại giao văn hóa cần được đặc biệt chú trọng phát triển bởi nó đóng vai trò quan trọng trong việc quảng bá hình ảnh văn hóa Việt Nam.

Hoàng Khắc Nam trong cuốn sách *Quyền lực trong quan hệ quốc tế* (2011) [76], cho rằng sức mạnh có thể biểu hiện ở dạng vật chất dễ nhận thấy như vật lực (vũ khí, tài chính, tài nguyên, dân số, lãnh thổ, v.v..), hoặc ở dạng phi vật chất (văn hóa, giá trị, tư tưởng, sự đoàn kết dân tộc,...). Cuốn sách làm rõ khái niệm, các loại quyền lực (quyền lực cứng, quyền lực mềm, quyền lực hữu hình, quyền lực vô hình,...), cơ chế, các thành tố tạo nên quyền lực cũng như những cách thức mà các

quốc gia, các thể lực chính trị nhận thức, đánh giá và sử dụng quyền lực ấy. Trong bài viết *Các yếu tố tinh thần trong quyền lực của quốc gia* [75], tác giả Hoàng Khắc Nam cho rằng, bên cạnh các yếu tố vật chất, các yếu tố truyền thống làm nên sức mạnh tổng hợp của một quốc gia thì những yếu tố phi vật chất, vô hình – những yếu tố tinh thần (sự đoàn kết, tư tưởng, uy tín, văn hóa, lãnh đạo của một quốc gia và công luận quốc tế) cũng là những yếu tố có vai trò quan trọng tạo nên sức mạnh quốc gia. Những yếu tố tinh thần này theo tác giả cũng chính là một phần làm nên sức mạnh mềm – loại hình sức mạnh đang thu hút rất nhiều sự quan tâm của chính trị quốc tế ngày nay.

Nguyễn Thị Thu Phương với cuốn sách *Sự trỗi dậy về sức mạnh mềm Trung Quốc và những vấn đề đặt ra cho Việt Nam* (2013) [84], đã làm rõ các vấn đề về: (1) Đánh giá về lý luận sức mạnh mềm của phương Tây và Trung Quốc, phân tích sự trỗi dậy về sức mạnh mềm Trung Quốc 10 năm đầu thế kỷ XXI; (2) Bối cảnh lịch sử tác động tới định hướng phát triển sức mạnh mềm Trung Quốc giai đoạn 2011 – 2020, trọng tâm gia tăng sức mạnh mềm Trung Quốc giai đoạn 2011 – 2020 và những triển vọng gia tăng sức mạnh mềm Trung Quốc; (3) Nhận diện sức mạnh mềm Trung Quốc tại Việt Nam, ứng xử của Việt Nam đối với sức mạnh mềm Trung Quốc và đề xuất một số kiến nghị tăng cường khả năng cạnh tranh của sức mạnh mềm Việt Nam.

Hoàng Minh Lợi với cuốn sách *Đối sách của các quốc gia và vùng lãnh thổ ở Đông Bắc Á về sự gia tăng sức mạnh mềm* (2013) [57] đã nghiên cứu tổng quan về cách thức vận dụng sức mạnh mềm thông qua ngoại giao của các quốc gia vùng Đông Á, bao gồm các nội dung cơ bản: (i) Khái niệm “quyền lực mềm”, quan điểm của một số quốc gia và vùng lãnh thổ ở Bắc Á; một số vấn đề nổi bật về quyền lực mềm ở một số quốc gia như Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan; (ii) Đối sách của một số quốc gia và vùng lãnh thổ ở Đông Bắc Á về sự gia tăng quyền lực mềm; (iii) Những đặc điểm chủ yếu của các đối sách về sự gia tăng quyền lực mềm ở khu vực Đông Bắc Á (đối sách phục vụ cho lợi ích, sức mạnh quốc gia và các phương thức tiến hành; đối sách tập trung vào văn hóa) và gợi ý đối với Việt Nam.

Tác giả Nguyễn Hùng Hậu trong bài viết *Sức mạnh mềm Việt Nam: từ truyền thống đến hiện đại* (2018) [40] cho rằng trong tiến trình hội nhập, toàn cầu hóa hiện

nay, việc khơi dậy và tận dụng sức mạnh mềm là vấn đề cấp bách để đưa đất nước phát triển bền vững. Bài viết phân tích các khái niệm sức mạnh, sức mạnh cứng, sức mạnh mềm, cơ sở hình thành và những biểu hiện sức mạnh mềm Việt Nam, những biểu hiện sức mạnh mềm Việt Nam trong lịch sử, sự kế thừa và phát triển sức mạnh mềm của Việt Nam lên tầm cao mới bởi Chủ tịch Hồ Chí Minh, phân tích sức mạnh mềm của Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế hiện nay ở cả hai mặt thành tựu và hạn chế. Trên cơ sở đó, tác giả khẳng định để phát huy sức mạnh mềm văn hoá Việt Nam cần bồi đắp các nguồn lực cấu thành cơ bản của sức mạnh mềm như văn hóa quốc gia, hệ giá trị và chính sách quốc gia, trên cơ sở kế thừa và phát huy truyền thống tốt đẹp của dân tộc.

Trần Nguyên Khang với bài viết *Sức mạnh mềm của Pháp - Những vấn đề lý luận và thực tiễn* (2018) [51], góp phần làm rõ hơn những nội dung về: (i) Khái niệm sức mạnh mềm và nhận thức của Pháp về sức mạnh mềm; (ii) Phân tích sức mạnh mềm của Pháp qua các giá trị và sức mạnh mềm của Pháp tại Việt Nam qua viện trợ phát triển, giáo dục – đào tạo và qua ngoại giao văn hóa; (iii) Đánh giá sức mạnh mềm của Pháp và bài học cho Việt Nam (Tận dụng những giá trị đến từ lịch sử như văn hóa và các mối quan hệ truyền thống trong triển khai sức mạnh mềm; Sự “lan tỏa”, quảng bá hình ảnh, những giá trị quốc gia; Mở rộng hợp tác với liên minh).

Hồ Sỹ Quý trong bài viết *Về “sức mạnh mềm” Việt Nam* (2019) [90], trên cơ sở khái quát lại học thuyết sức mạnh mềm của J. Nye, khẳng định cùng với vị thế địa chiến lược quan trọng, Việt Nam còn có cả một bề dày văn hóa đã được tạo dựng và tôi luyện qua hàng nghìn năm lịch sử và cũng vừa mới sử dụng trong gần trọn thế kỷ XX. Chủ nghĩa yêu nước sâu sắc, bền bỉ, ý chí “không có gì quý hơn độc lập, tự do” (Hồ Chí Minh), tư tưởng “vì dân” (Nguyễn Trãi, Hồ Chí Minh), tinh thần “lấy nhân nghĩa thắng hung tàn” (Nguyễn Trãi), sách lược “dĩ bất biến ứng vạn biến” (Hồ Chí Minh), v.v.. là những sức mạnh văn hóa có thực nếu thế hệ hôm nay biết tôn trọng, khai thác và vận dụng.

Lê Văn Toan với cuốn *Sức mạnh mềm Ấn Độ gợi mở đối với Việt Nam* (2020) [107], được kết cấu theo 3 chương, tại chương 1 tác giả đã phân tích các nội dung về sức mạnh mềm từ lý luận đến thực tiễn, trong đó đã làm sáng tỏ các nội dung đó là:

(i) Làm rõ các khái niệm công cụ gồm sức mạnh cứng, sức mạnh mềm và sức mạnh thông minh và mối quan hệ giữa các khái niệm; (ii) Khái quát những nội dung, đặc trưng, nguồn gốc, thành phần chủ yếu và các nguyên tắc sử dụng sức mạnh mềm; (iii) Phân tích thực tiễn phát triển sức mạnh mềm. Cuốn sách đã nghiên cứu thực tế lịch sử - văn hóa và việc sử dụng các chính sách đối ngoại của các quốc gia Mỹ, Trung Quốc, Nhật Bản, Nga và Hàn Quốc và đưa ra một số gợi mở kinh nghiệm trong gia tăng sức mạnh mềm ở các quốc gia.

Vũ Thị Phương Hậu trong bài viết *Phát huy sức mạnh mềm văn hoá Việt Nam* (2021) [41], đã khẳng định phát huy sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam vừa là yêu cầu, vừa là giải pháp để thực hiện khát vọng xây dựng đất nước trong giai đoạn hiện nay. Bài viết phân tích làm rõ sức mạnh mềm văn hoá Việt Nam, vai trò sức mạnh mềm văn hoá Việt Nam đi từ lý thuyết đến thực tiễn. Từ đó tác giả cho rằng phát huy giá trị văn hóa, sức mạnh con người Việt Nam được xác định vừa là nhiệm vụ trọng tâm, vừa là khâu đột phá có ý nghĩa chiến lược để đẩy mạnh quá trình phát triển nhanh và bền vững đất nước trong thời gian tới. Để phát huy sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam, cần chú ý các vấn đề sau: Cần xác định rõ những tài nguyên nào có khả năng chuyên hóa thành sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam; Chú trọng phát triển du lịch văn hóa; Tiếp tục đầu tư phát triển ngành công nghiệp văn hóa.

Trần Văn Phòng trong bài viết *Sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam với sự phát triển bền vững đất nước* (2021) [82], đã khẳng định vai trò sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam trong sự phát triển bền vững của đất nước, thể hiện ở: (i) Tạo thuận lợi cho chúng ta mở cửa, hội nhập quốc tế sâu rộng; (ii) Đóng vai trò hỗ trợ, bổ sung cho sức mạnh cứng của Việt Nam; (iii) Thúc đẩy đất nước phát triển nhanh và bền vững; (iv) Là nền tảng tinh thần xã hội, tạo cơ sở cho sự phát triển bền vững của đất nước.

Từ việc tổng quan những công trình nghiên cứu trên cho thấy, ở những mức độ và cách tiếp cận khác nhau, các tác giả đã đề cập và phân tích về mặt lý luận những vấn đề như: sức mạnh mềm, sức mạnh mềm văn hóa, vai trò sức mạnh mềm của văn hóa, và những nhân tố tác động, phương thức phát huy sức mạnh mềm của văn hóa. Đây là những tài liệu tham khảo có giá trị để nghiên cứu sinh luận giải những vấn đề cơ sở lý luận liên quan đến nội dung về sức mạnh mềm, sức mạnh mềm văn hóa trong

luận án. Mặc dù có nhiều ý kiến trái chiều khác nhau về học thuyết sức mạnh mềm của J. Nye, nhưng trên thực tế, chúng ta không thể không phủ nhận những giá trị trong những công trình nghiên cứu của J. Nye. Từ lý thuyết sức mạnh mềm của J. Nye, các học giả ở trong nước đã phân tích kinh nghiệm thực tiễn vận dụng sức mạnh mềm văn hoá ở một số quốc gia trên thế giới và vận dụng vào Việt Nam để phát huy sức mạnh mềm quốc gia từ nền văn hóa dân tộc.

### **1.1.2. Những công trình nghiên cứu về văn hóa, sức mạnh mềm văn hóa ở khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam**

Miền núi phía Bắc là nơi tập trung nhiều thành phần dân tộc thiểu số và có nền văn hoá đa dạng, đậm đà bản sắc của các dân tộc thiểu số nên từ lâu đã thu hút sự quan tâm nghiên cứu của các học giả nước ngoài. Trong đó có những công trình nghiên cứu từ rất sớm như: *The Muong Language* (Ngôn ngữ Mường) [1891] của Parke E.H; *Thai, Kadai và Indonesiens* (Những tộc người nói ngôn ngữ Thái, Kadai và Indônêxia) [1944] của P. K. Benedet; *Le Muong Geographic humaine et Sociologie* (Địa nhân văn - xã hội dân tộc Mường) [1948] của Cuisine J, v.v.. Những nghiên cứu này đã đề cập tới phong tục, tập quán, ngôn ngữ, đặc điểm nhân chủng học, dân tộc học của một số tộc người dân tộc thiểu số ở miền núi phía Bắc. Từ đó đến nay, tiếp tục có những nghiên cứu của các học giả nước ngoài về văn hoá dân tộc ở miền núi phía Bắc thông qua các hoạt động nghiên cứu đào tạo, trao đổi, hợp tác khoa học; hoạt động trong hợp tác thực hiện các dự án về xóa đói giảm nghèo, bảo vệ môi trường - sinh thái giữa nước ta với các tổ chức quốc tế. Tiêu biểu có những công trình nghiên cứu như: *Mấy nhận xét về lý luận và thực tiễn một chuyến đi thăm các dân tộc thiểu số ở Tây Bắc và Việt Bắc*, Tạp chí Ngôn ngữ, số 3 (1973) của A.G.Haudricourt; *Những xu hướng phát triển ở vùng núi phía Bắc Việt Nam* (1997) của nhóm tác giả D. Donovan, T. A. Rambo, J. Fox, Lê Trọng Cúc, Trần Đức Viên. Những công trình nghiên cứu này cung cấp thêm cách nhìn nhận về văn hoá của các dân tộc thiểu số theo đánh giá từ bên ngoài và góp phần cung cấp thêm tư liệu cho bạn bè quốc tế hiểu rõ hơn về văn hoá Việt Nam, trong đó có văn hoá của các dân tộc ở khu vực miền núi phía Bắc. Các công trình: *Socio-economic Overview of the Northern Mountain Region and the Project and Poverty Reduction in the Northern Mountain Region of*

*Vietnam* (Tổng quan về tình hình kinh tế - xã hội khu vực miền núi phía Bắc và dự án xóa đói giảm nghèo ở khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam) (2000) của Neil Jamieson; *Rethinking Approaches to Ethnic Minority Development, the Case of Vietnam* (Nghĩ lại cách tiếp cận chương trình phát triển dân tộc thiểu số, trường hợp Việt Nam) (2000) của Ngân hàng Thế giới, v.v.. Những nghiên cứu, báo cáo này đã đưa ra một số khuyến nghị về bổ sung, hoàn thiện đường lối, chính sách phù hợp với trình độ học vấn và phát huy được năng lực nội sinh của người dân tộc thiểu số trong quá trình phát triển kinh tế - xã hội thông qua việc tôn trọng, giữ gìn, phát huy bản sắc văn hóa của các dân tộc ở khu vực miền núi phía Bắc.

Ở trong nước, các công trình nghiên cứu về văn hoá khu vực miền núi phía Bắc chủ yếu tập trung nghiên cứu về văn hoá, bản sắc văn hoá các dân tộc, tiêu biểu là các công trình:

Bế Viết Đăng trong cuốn sách *Các dân tộc ít người ở Việt Nam (các tỉnh phía Bắc)* (1978) [23], với kết cấu gồm 3 phần đã trình bày khái quát về một số vấn đề liên quan đến các dân tộc thiểu số ở miền núi phía Bắc, trong đó đề cập đến các nội dung cụ thể như: (i) Điều kiện địa lý tự nhiên, vấn đề lịch sử của các tộc người, đặc điểm kinh tế, xã hội, văn hóa, ngôn ngữ; (ii) Khái quát các dân tộc ít người ở Việt Nam bao gồm các dân tộc thuộc nhóm ngôn ngữ Việt - Mường; nhóm ngôn ngữ Môn - Khome; nhóm ngôn ngữ Tày - Thái; nhóm ngôn ngữ Hmông - Dao; nhóm ngôn ngữ Tạng - Miến; nhóm ngôn ngữ Hoa và các dân tộc thuộc nhóm ngôn ngữ khác; (iii) Đời sống các dân tộc ít người và quan hệ giữa các dân tộc trong thời kỳ xây dựng chủ nghĩa xã hội.

Trong cuốn sách *Những biến đổi về kinh tế - văn hóa ở các tỉnh miền núi phía Bắc* của tác giả Bế Viết Đăng (1995) [24], đã làm rõ một số nội dung chính về kinh tế - văn hóa ở các tỉnh miền núi phía Bắc như: Điều kiện tự nhiên, dân cư và lao động; Kinh tế - xã hội truyền thống và những ảnh hưởng của nó; Phát triển kinh tế - xã hội miền núi – nhiệm vụ chiến lược cấp bách của đất nước. Trên cơ sở phân tích những nội dung cơ bản, tác giả khẳng định sự phát triển kinh tế - văn hóa miền núi phía Bắc thực sự có vị trí quan trọng đối với đất nước và sự phát triển các dân tộc trên các phương diện: chính trị, kinh tế, xã hội, quốc phòng, an ninh, vì vậy việc đầu tư cho

vùng này phải đặt ở tầm vĩ mô chung của cả nước một cách đúng mức, thiết thực.

Vương Xuân Tình - Trần Hồng Hạnh với sách *Phát triển bền vững văn hóa tộc người trong quá trình hội nhập ở vùng Đông Bắc* (2012) [106], là kết quả đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, với kết cấu 4 phần, bao gồm các nội dung chính sau: (i) Xây dựng khái niệm, khung phân tích và các chỉ báo về phát triển bền vững và phát triển bền vững văn hóa tộc người; (ii) Xây dựng cơ sở lý luận về vấn đề hội nhập của các tộc người vùng Đông Bắc trong bối cảnh toàn cầu hóa, nền kinh tế thị trường và thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa ở Việt Nam; (iii) Đánh giá về di sản văn hóa truyền thống của các tộc người vùng Đông Bắc trước khi diễn ra hội nhập (trước 1986); (iv) Sự hội nhập kinh tế của các dân tộc Tày, Nùng, Dao, Sán Dìu, Kinh ở vùng Đông Bắc trong bối cảnh toàn cầu hóa, nền kinh tế thị trường và thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa ở Việt Nam, đánh giá thực trạng và tính bền vững của văn hóa tộc người vùng Đông Bắc.

Lại Phi Hùng trong cuốn *Xu hướng biến đổi cấu trúc văn hóa vùng ở các tỉnh phía Bắc Việt Nam* (2013) [44], đã luận bàn về văn hóa khu vực miền núi phía Bắc qua các nội dung như: (i) Văn hóa và đặc điểm địa - văn hóa các dân tộc vùng núi phía Bắc Việt Nam; (ii) Văn hóa truyền thống các dân tộc miền núi phía Bắc Việt Nam và xu hướng biến đổi, tìm hiểu những nét đặc trưng và xu hướng biến đổi trong văn hóa truyền thống trên các phương diện: ẩm thực, trang phục, nhà ở, lịch cổ truyền, lễ hội, hôn nhân, tang ma, tín ngưỡng dân gian; (iii) Văn học dân gian các dân tộc miền núi phía Bắc Việt Nam và xu hướng biến đổi; (iv) Ngôn ngữ, chữ viết và nghệ thuật truyền thống các dân tộc miền núi phía Bắc Việt Nam và xu hướng biến đổi.

Nguyễn Ngọc Thanh với cuốn sách *Đặc trưng văn hóa vùng Đông Bắc* (2018) [94], bằng lối tiếp cận đơn giản, dễ hiểu, kết hợp với kết quả thu được từ các chuyên đi thực nghiệm điều tra điền dã dân tộc học, đã đưa ra cái nhìn khái quát về toàn bộ đặc trưng văn hóa vùng Đông Bắc. Sức hấp dẫn, những lợi thế trong văn hóa vùng Đông Bắc được các tác giả phân tích biểu hiện trong các giá trị văn hóa vật chất và tinh thần được phân chia nội dung theo logic: Đất và người; Di tích và thắng cảnh; Văn hóa ẩm thực, trang phục, nhà ở, nghề thủ công; Phong tục, tập quán, lễ hội. Tác giả cho rằng, để phát triển thế mạnh về du lịch, đặc biệt là du lịch văn hóa – một

ngành kinh tế đầy hứa hẹn của vùng, cũng như vì lợi ích chung của cộng đồng các dân tộc nơi đây, cần phát huy hơn nữa những tiềm năng sẵn có để đưa vào khai thác hiệu quả hơn trên lĩnh vực này.

Hoàng Thị Hương trong sách *Mối quan hệ giữa phát triển kinh tế với giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa các dân tộc thiểu số ở Miền núi phía Bắc nước ta hiện nay* (2018) [48], đã đánh giá, phân tích về bản sắc văn hóa của các dân tộc thiểu số ở miền núi phía Bắc thông qua các phương thức biểu hiện của nó trong đời sống xã hội. Chẳng hạn như: phong tục tập quán, ngôn ngữ, trang phục, kiến trúc nhà ở, văn hóa ẩm thực, tri thức bản địa, kho tàng văn học nghệ thuật dân gian, v.v.. biểu hiện cách thức tư duy, lối sống, lý tưởng thẩm mỹ và phản ánh chiều sâu thế giới quan, nhân sinh quan của các dân tộc thiểu số ở miền núi phía Bắc nước ta. Trên cơ sở phân tích thực trạng giải quyết mối quan hệ giữa phát triển kinh tế với giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa các dân tộc thiểu số ở miền núi phía Bắc hiện nay, tác giả đề xuất một số phương hướng và giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả giải quyết mối quan hệ này ở miền núi phía Bắc.

Dương Đình Hiền với bài viết *Tổng quan về phát triển du lịch các tỉnh vùng Đông Bắc và những vấn đề đặt ra* (2019) [43], đã phân tích những giá trị nổi bật của di sản văn hóa vùng Đông Bắc đối với du lịch thể hiện ở các khía cạnh sau: i) Giá trị về văn hóa, lịch sử; ii) Giá trị về mặt giáo dục, khoa học; iii) Giá trị về mặt tham quan, nghiên cứu, tìm hiểu; iv) Giá trị về mặt tâm linh. Đây là tiền đề quan trọng để phát triển loại hình và sản phẩm du lịch cho Tiểu vùng. Tác giả đã phân tích những thành tựu và hạn chế trong phát triển kinh tế du lịch khu vực miền núi phía Bắc. Trên cơ sở phân tích thực trạng đó, tác giả nêu một số nguyên nhân cơ bản dẫn đến kết quả còn thấp trong phát triển du lịch.

Ngô Thị Hương trong bài viết *Bản sắc văn hóa các dân tộc thiểu số vùng Đông Bắc Việt Nam* (2019) [49], khẳng định Đông Bắc là vùng đất giàu truyền thống cách mạng, nơi hội tụ của hơn 20 dân tộc thiểu số, là khu vực đang hòa mình vào sự chuyển nhịp sôi động mà vẫn giữ được nhiều giá trị văn hóa truyền thống mang bản sắc văn hóa của vùng. Bài viết tập trung phân tích một số đặc trưng cơ bản của bản sắc văn hóa các dân tộc thiểu số vùng Đông Bắc, như: Thế giới quan thần bí, sơ khai, tín ngưỡng vạn vật hữu linh; Đề cao đời sống tinh thần sống đoàn kết, hài hòa, tình nghĩa;



Cần cù, thông minh, sáng tạo và thích ứng với môi trường tự nhiên; Cách tư duy tự nhiên, chân thật, phản ánh lối sống giản dị, mộc mạc.

Vi Hồng Nhân với đề tài Khoa học công nghệ cấp Bộ, *Bản sắc văn hóa các dân tộc thiểu số vùng Đông Bắc - trong thời kỳ đổi mới* (1997) [79], đi sâu vào khái quát chung về văn hóa các dân tộc vùng Đông Bắc, những đặc thù của văn hóa các dân tộc và nhất là những thử thách đối với văn hóa trong thời kỳ mở cửa ở vùng này. Trên cơ sở của các cuộc điều tra khảo sát thực địa, tác giả đề xuất các kiến nghị xây dựng, bảo vệ và phát huy bản sắc văn hóa các dân tộc, tiến tới xây dựng công nghiệp hóa và hiện đại hóa kinh tế - xã hội khu vực các dân tộc thiểu số ở Đông Bắc.

Những nghiên cứu về văn hóa khu vực miền núi phía Bắc là nguồn tư liệu rất hữu ích cho nghiên cứu sinh khi tìm hiểu về sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch. Tuy nhiên, hầu hết các công trình mới chỉ đề cập đến văn hóa ở miền núi phía Bắc nói chung, chưa khai thác ở góc độ phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch. Đây chính là mảng trống mà nghiên cứu sinh cần khai thác, tìm hiểu trong đề tài luận án.

## **1.2. CÁC CÔNG TRÌNH ĐỀ CẬP ĐẾN DU LỊCH VÀ THỰC TRẠNG PHÁT HUY SỨC MẠNH MỀM VĂN HÓA TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ DU LỊCH**

Những nghiên cứu về kinh tế du lịch của các nước trên thế giới đã đưa ra một số khái niệm về du lịch và kinh tế du lịch, hướng vào giải thích phạm trù phản ánh hiện tượng về hoạt động kinh doanh, dịch vụ du lịch; các bộ phận cấu thành, các hình thức dịch vụ du lịch; quan hệ cung - cầu và cơ chế vận hành hoạt động kinh doanh du lịch, trong đó tiêu biểu là các công trình:

Stephen J. Page, Don Getz trong cuốn sách *Quan điểm quốc tế về việc phát triển kinh doanh du lịch tại khu vực nông thôn* (The business of Rural Tourism International Perspective) (1997) [146] đã đề cập đến những vấn đề như chính sách, kế hoạch các tác động của nghiên cứu về việc thương mại du lịch tại khu vực nông thôn, trong đó các tác giả phân tích vấn đề về tài chính cũng như quảng bá cho du lịch tại khu vực nông thôn. Đồng thời nêu ra một số mô hình mẫu tại các nước như Mỹ, Canada, Trung Quốc, Đức, Úc, Niu Dilân, v.v.. và một số tác động đối với việc phát triển loại hình du lịch tại khu vực này.

Amedeo Fossati, Giorgio Panella trong công trình nghiên cứu *Tourism and Sustainable Economic Development* (Du lịch và phát triển kinh tế bền vững) (2000) [133], cung cấp một khuôn khổ lý thuyết về vấn đề phát triển bền vững trong du lịch, bao gồm hai phần: Phần đầu trình bày những lý luận chung về du lịch và phát triển kinh tế bền vững, lấy ví dụ điển hình ở một số vùng và liên vùng cụ thể để chứng minh; Phân tích một số nội dung về mối quan hệ giữa du lịch và môi trường và những vấn đề đặt ra trong phát triển bền vững được xem xét trong mối quan hệ với phát triển vùng, đô thị và nông thôn. Phần thứ hai của cuốn sách phân tích các chiến lược và các công cụ chính sách nhằm giúp phát triển du lịch trong mối quan hệ hài hòa với môi trường.

Trong cuốn sách *Kinh tế du lịch và du lịch học* của tác giả Đồng Ngọc Minh và Vương Đình Lôi (2000) [66], đã cung cấp những nội dung liên quan đến kinh tế du lịch ở chương IV. Cụ thể là: (i) Khái niệm về du lịch, khái quát về kinh tế du lịch, sản phẩm du lịch, thị trường du lịch, vai trò của kinh tế du lịch, quy hoạch xây dựng du lịch; (ii) Phân tích tích những nội dung về sản phẩm du lịch như khái niệm về sản phẩm du lịch, giá trị và giá trị sử dụng của sản phẩm du lịch, cơ cấu của sản phẩm du lịch, đặc tính của sản phẩm du lịch; (iii) Làm rõ hiệu quả và lợi ích kinh tế du lịch qua những phân tích các nội dung về thu nhập và phân phối du lịch; hiệu quả và lợi ích cũng như phương thức nâng cao hiệu quả của kinh tế du lịch; hiệu quả và lợi ích của kinh tế vi mô du lịch và vĩ mô du lịch. Cuốn sách là công trình nghiên cứu khoa học có hệ thống về hoạt động du lịch từ thực tiễn của Trung Quốc, có thể rút ra những bài học để đưa du lịch Việt Nam phát triển theo định hướng Xã hội chủ nghĩa.

Valeriu Ioan Franc, Elena Manuela Istoc với bài *Du lịch văn hóa và phát triển bền vững* (Cultural tourism and sustainable development) (2007) [132], đã phân tích ảnh hưởng của du lịch văn hóa đối với sự phát triển của một vùng, một địa phương. Đánh giá những ảnh hưởng trên theo hướng tích cực hay hạn chế và mức độ tác động đối với sự phát triển bền vững của một vùng, một địa phương.

Larry Dwyer, Peter Forsyth, Andreas Papatheodorou với cuốn *Kinh tế du lịch* (Economics of Tourism) (2011) [131], nghiên cứu về các lý thuyết áp dụng để phân tích nội dung và các nhân tố ảnh hưởng đến kinh tế du lịch. Trên cơ sở đó, nhóm tác

giả đưa ra những dự báo về xu hướng phát triển kinh tế du lịch đến năm 2020 và những tác động của toàn cầu hóa, khu vực hóa đối với kinh tế du lịch thế giới; đồng thời, công trình cũng nghiên cứu dưới góc độ kinh tế học vĩ mô, kinh tế học vi mô về ảnh hưởng của thay đổi khí hậu theo mùa đến phát triển kinh tế du lịch.

Anna Athanasopoulou trong cuốn *Du lịch là một động lực thúc đẩy tăng trưởng và phát triển kinh tế trong khu vực EU 27 và ASEAN* (Tourism as a driver of economic growth and development in the EU-27 and ASEAN regions) (2013) [129], đưa ra những nghiên cứu nổi bật về vai trò và tầm quan trọng của kinh tế du lịch đối với sự phát triển kinh tế - xã hội. Đây là hướng tiếp cận theo chuyên ngành kinh tế chính trị. Dựa theo số liệu của Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO), Hội đồng Du lịch và Lữ hành thế giới, tác giả đã phân tích sự đóng góp rất lớn của du lịch vào GDP, việc làm, đầu tư và xuất khẩu ở Liên minh Châu Âu EU 27 và ASEAN năm 2013. Bên cạnh những tác động tích cực, phát triển kinh tế du lịch cũng có những tác động tiêu cực đó là: hoạt động du lịch có thể hủy hoại môi trường tự nhiên, hủy hoại các di sản quốc gia, ảnh hưởng tới văn hóa địa phương và các làng nghề truyền thống; tính cạnh tranh cao có thể gây khó khăn cho người dân và các doanh nghiệp địa phương hay sự gia tăng thất nghiệp trong các giai đoạn mà du lịch chưa vào vụ, v.v.. Do vậy, kế hoạch phát triển kinh tế du lịch trong tương lai phải đảm bảo các yếu tố về môi trường, văn hóa và xã hội.

Carolin Funck, Malcolm Cooper trong cuốn *Du lịch Nhật Bản: Không gian, Địa điểm và Cấu trúc* (Japanese Tourism: Spaces, Places and Structures) (2013) [135], đưa ra các góc nhìn đa chiều về sự phát triển của du lịch Nhật Bản, đem đến cho người đọc những đặc điểm chính trong phong cách du lịch của người Nhật. Từ một nước chịu thiệt hại vì thua trận sau Chiến tranh thế giới thứ 2, nước Nhật chuyển mình vực dậy nền kinh tế, trong đó du lịch được coi là hướng đi mới và đầy tiềm năng. Điều đầu tiên người Nhật làm chính là khuyến khích người dân đi du lịch trong nước, đây là cách quảng bá hết sức hiệu quả vì không chỉ tác động tới người Nhật mà cả những người nước ngoài đang sống, làm việc, học tập tại Nhật. Bên cạnh đó, chính phủ Nhật Bản coi việc đào tạo con người là một yếu tố quan trọng để nâng cao chất lượng dịch vụ, nổi bật trong tinh thần phục vụ của người Nhật chính là “omotenashi”

(sự tiếp đón nồng hậu) và “*omoiyari*” (luôn đặt mình trong địa vị đối tác để cư xử). Người Nhật yêu thiên nhiên và ý thức được tầm quan trọng của việc bảo vệ môi trường, vì thế các cửa hàng đều sử dụng túi giấy để gói đồ cho khách. Đối với người Nhật, mọi thứ luôn ở ngưỡng “đủ”. Ngoài ra, dịch vụ du lịch của Nhật Bản không dừng lại ở việc khách du lịch ngắm nhìn cảnh đẹp, mà còn là trải nghiệm văn hóa Nhật Bản một cách đa dạng: từ việc tham gia các lễ hội truyền thống tới việc theo học các lớp trà đạo, dạy mặc Kimono; từ việc ăn Sushi tại các cửa hàng đến việc tận tay bắt cá để chế biến Sushi, v.v.. tất cả đã cho du khách những cái nhìn mới về cuộc sống và văn hoá, con người Nhật.

Vannarith Chheang trong sách *Du lịch và hội nhập khu vực ở Đông Nam Á* (Tourism and regional integration in Southeast Asia) (2013) [130], đề cập đến các nội dung cụ thể như: (i) Phân tích khái niệm về kinh tế du lịch và tầm quan trọng của phát triển du lịch trong thời kỳ hội nhập khu vực Đông Nam Á, mối quan hệ gắn kết giữa du lịch và hội nhập khu vực; (ii) Phân tích chính sách phát triển du lịch của 10 quốc gia thành viên ASEAN và đưa ra nhận định rằng, tất cả các chính sách phát triển du lịch của các nước này đều đề cao vấn đề hợp tác trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực, vì vậy ngành du lịch của mỗi nước cần điều chỉnh sao cho phù hợp với xu thế chung của hội nhập.

Engelbert Ruoss, Loredana Alfare với nghiên cứu *Du lịch bền vững là động lực phát triển di sản văn hóa* (Sustainable Tourism as Driving Force for Cultural Heritage Sites Development) (2013) [147], đã hệ thống một số lý thuyết về di sản văn hóa, du lịch bền vững, quy định của một số tổ chức và quốc gia về bảo vệ di sản; đánh giá mối quan hệ hai chiều giữa du lịch và di sản văn hóa. Từ đó chỉ ra những thuận lợi và thách thức từ sự phát triển của hoạt động du lịch đối với việc bảo vệ di sản văn hóa ở các địa phương, phân tích các trường hợp điển hình thành công trong việc duy trì cân bằng trong quan hệ tương tác giữa du lịch - di sản văn hóa ở Venice (Ý) và Dubrovnik (Croatia). Thông qua đó, các tác giả đề xuất một số giải pháp chính sách nhằm giảm thiểu những tác động tiêu cực để hướng đến sự phát triển bền vững của du lịch và phát huy giá trị các di sản văn hóa.

Ở Việt Nam, trong xu thế phát triển của kinh tế du lịch, cũng đã có nhiều các công trình nghiên cứu liên quan đến thực trạng sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch, tiêu biểu là các công trình:

Nguyễn Trung Lương trong cuốn sách *Du lịch sinh thái - Những vấn đề lý luận và thực tiễn* (2002) [58], gồm ba chương, tại chương 2, tác giả đã phân tích tiềm năng và hiện trạng phát triển du lịch sinh thái ở Việt Nam. Tác giả cho rằng Việt Nam có tiềm năng và lợi thế để phát triển du lịch nói chung và du lịch sinh thái nói riêng, hiện nay nhiều tài nguyên du lịch tự nhiên như các bãi biển, các vườn quốc gia, các khu bảo tồn thiên nhiên, v.v.. đã và đang được khai thác sử dụng để phục vụ phát triển du lịch trong đó có du lịch sinh thái. Mặc dù du lịch sinh thái được xem là loại hình du lịch đặc thù, có tiềm năng, được ưu tiên phát triển trong chiến lược phát triển du lịch Việt Nam, tuy nhiên cho đến nay việc phát triển loại hình du lịch này còn nhiều hạn chế, còn thiếu những hiểu biết về lý luận và kinh nghiệm thực tiễn, sự phát triển của du lịch sinh thái hiện còn chưa tương xứng với tiềm năng phong phú và đa dạng của Việt Nam. Trên cơ sở đó, tác giả đã đưa ra một số đề xuất nhằm phát triển du lịch sinh thái ở Việt Nam trong thời gian tới.

Trần Thị Hồng Loan trong bài *Một số vấn đề về văn hóa sinh thái ở miền núi phía Bắc nước ta hiện nay* (2002) [56], chia khu vực miền núi phía Bắc làm ba nhóm đối tượng văn hoá căn cứ vào các điều kiện thiên nhiên mà các dân tộc đang sinh sống, qua đó có thể thấy sự tác động của các điều kiện thiên nhiên lên con người cũng như mức độ ảnh hưởng của từng nhóm đối tượng văn hoá đó đến môi trường, sinh thái khu vực rất khác nhau: *Nhóm 1*: gồm các dân tộc sinh sống ở những vùng bình nguyên, vùng đồi thấp và những vùng tương đối bằng phẳng; *Nhóm 2*: gồm một số hộ dân cư sống ở những vùng đầu nguồn nước, những vùng hẻo lánh như các khe núi, rìa rừng, v.v..; *Nhóm 3*: gồm một số nhóm nhỏ các gia đình cùng dòng họ sinh sống ở trên các sườn núi cao hoặc trong những khu rừng sâu. Qua khảo sát một số nét cơ bản về văn hoá - sinh thái ở ba nhóm đối tượng văn hóa, với những vấn đề đặt ra, tác giả đề xuất một số chính sách phù hợp với ba nhóm đối tượng nhằm nâng cao văn hóa sinh thái nhằm nâng cao văn hóa sinh thái, tránh được những hậu quả đáng tiếc

xảy ra cho môi trường sống và qua đó khắc phục những ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường sống của khu vực miền núi phía Bắc và của cả nước.

Trần Văn Bính trong sách *Văn hoá các dân tộc Tây Bắc thực trạng và những vấn đề đặt ra* (2004) [5], đã phân tích toàn diện, khách quan về thực trạng đời sống văn hoá của một số dân tộc thiểu số vùng Tây Bắc trong công cuộc đổi mới. Qua thực tiễn cuộc sống văn hoá của các dân tộc, tác giả khẳng định muốn phát triển kinh tế thì trước hết là phát triển nguồn nhân lực, nâng cao dân trí, tay nghề cho người lao động để họ làm chủ quá trình sản xuất, có khả năng vận dụng khoa học kỹ thuật vào lao động và đời sống. Nhưng để công nghiệp hoá, hiện đại hoá đi đúng mục tiêu của phát triển là làm cho dân giàu, nước mạnh, xã hội dân chủ, công bằng, văn minh thì cái cốt yếu nhất lại là tư tưởng, đạo đức, lối sống, những cái nằm trong tinh hoa của truyền thống văn hoá các dân tộc hay nói khác đi đó chính là sức mạnh mềm văn hoá. Qua đó các tác giả đồng thời dự báo xu hướng, đề xuất các giải pháp vừa cơ bản vừa cấp bách nhằm bảo tồn và phát triển đời sống văn hoá của các dân tộc trên vùng đất giàu truyền thống Tây Bắc.

Đỗ Cẩm Thơ với bài viết *Phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn - định hướng chiến lược quan trọng phát triển kinh tế - văn hóa - xã hội của đất nước* (2017) [102] đã làm rõ vấn đề về: (1) Với yêu cầu phát triển du lịch trong tình hình mới, khẳng định rõ quan điểm, phát triển du lịch thời gian tới là định hướng chiến lược quan trọng để phát triển đất nước; (2) Nhiệm vụ và giải pháp cần triển khai để tập trung nguồn lực cho sự phát triển du lịch như đổi mới nhận thức, tư duy về phát triển du lịch, khai thác sức mạnh mềm văn hoá cho phát triển du lịch; cơ cấu lại ngành du lịch bảo đảm tính chuyên nghiệp, hiện đại và phát triển bền vững trong bối cảnh xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, tích cực chủ động trong việc hội nhập quốc tế; tiếp tục hoàn thiện hệ thống luật pháp, có cơ chế, chính sách phù hợp và đột phá để phát triển du lịch; đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật ngành du lịch; tăng cường xúc tiến quảng bá du lịch; tạo môi trường thuận lợi cho doanh nghiệp và cộng đồng phát triển du lịch; phát triển nguồn nhân lực du lịch và tăng cường năng lực và hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch.

Nguyễn Thị Kim Liên với bài viết *Khai thác các giá trị văn hóa trong phát triển du lịch* (2017) [54], đã phân tích hệ thống các di sản văn hóa vật thể và phi vật thể ở Việt Nam, từ đó khẳng định các di sản văn hóa là những giá trị văn hóa trường tồn của dân tộc, là nguồn sức mạnh nội lực, nguồn dinh dưỡng, chất keo kết dính cộng đồng và lực hút hội tụ khách du lịch khắp cả nước và quốc tế. Tầm quan trọng của việc khai thác giá trị văn hóa trong hoạt động du lịch được tác giả phân tích ở các khía cạnh: Phải biết phân loại các giá trị văn hóa để đưa vào khai thác, sử dụng, phục vụ hiệu quả cho phát triển du lịch; Có những phương thức giới thiệu, quảng bá các giá trị văn hóa đến với cộng đồng; Bảo tồn và phát huy di sản văn hóa dân tộc là vấn đề cấp bách nhằm giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc trong xu thế mở cửa và hội nhập quốc tế.

Đỗ Anh Tài với đề tài *Nghiên cứu xây dựng các mô hình liên kết trong phát triển du lịch cộng đồng nhằm nâng cao thu nhập cho các hộ dân tại các huyện phía tây thuộc tỉnh Hà Giang* (2019) [93], đã nghiên cứu thực trạng phát triển du lịch cộng đồng tại tỉnh Hà Giang nói chung và các huyện phía tây nói riêng; Phân tích những đánh giá từ các đối tượng khảo sát kết hợp với phân tích các tiềm năng sẵn có của các huyện phía Tây, từ đó xây dựng mô hình liên kết phát triển du lịch cộng đồng nhằm nâng cao thu nhập cho các hộ dân tại các huyện phía tây tỉnh Hà Giang. Dựa vào những kết quả từ mô hình liên kết mang lại, đề tài nghiên cứu đề xuất các giải pháp cho phát triển du lịch cộng đồng tại các huyện phía tây tỉnh Hà Giang và chiến lược phát triển du lịch cộng đồng tại xã Hồ Thầu huyện Hoàng Su Phì đến năm 2030.

Lê Hồng Lý trong bài viết *Lễ hội dân gian và sự phát triển du lịch hiện nay* (2020) [59] đã phân tích sự gắn kết chặt chẽ giữa lễ hội và phát triển du lịch. Lễ hội và du lịch là hai phạm trù gắn bó mật thiết với nhau, hỗ trợ cho nhau và cùng được khuyến khích phát triển trong bối cảnh hiện nay, du lịch lễ hội ngày càng là một nhu cầu lớn đối với người dân. Phân tích thực trạng khai thác lễ hội trong phát triển kinh tế du lịch, tác giả đánh giá những thành tựu đã đạt được trong thời gian qua. Tuy nhiên, nhìn vào thực tế thực hành lễ hội hiện nay vẫn còn tồn tại những hạn chế như xu hướng đồng dạng hóa lễ hội, xu hướng thể tục hóa, “hội chứng xin nâng cấp lễ hội”, v.v.. Chỉ khi chúng ta hiểu rõ được về các vấn đề này và nhìn nhận chúng trong

sự gắn kết của tổng thể các yếu tố văn hóa và xã hội, chính trị và kinh tế thì lễ hội truyền thống sẽ đem lại những lợi ích không nhỏ cho sự phát triển kinh tế của đất nước.

Nguyễn Văn Minh với đề tài *Nghiên cứu xây dựng chính sách bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống độc đáo (tiêu biểu) của dân tộc thiểu số phục vụ phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Hà Giang* (2021) [71] đã góp phần làm rõ một số nội dung cơ bản về: (i) Thực trạng giá trị văn hóa truyền thống độc đáo của các dân tộc thiểu số cần bảo tồn và phát huy để góp phần phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Hà Giang. Trên cơ sở đó góp phần nhận diện những giá trị văn hóa riêng tạo ra nền văn hóa đặc trưng vùng biên cương địa đầu tổ quốc của tỉnh Hà Giang vừa phong phú, đa dạng nhưng đậm bản sắc chung của địa phương và của từng dân tộc; (ii) Đánh giá thực trạng và tác động của các chính sách bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa truyền thống độc đáo, sức mạnh mềm văn hoá của các dân tộc thiểu số của tỉnh Hà Giang trong thời gian qua, nhất là từ năm 2010 đến nay; (iii) Cung cấp các luận cứ khoa học và đề xuất một số định hướng xây dựng chính sách phù hợp nhằm bảo tồn, phát huy giá trị văn hoá truyền thống độc đáo của các dân tộc phục vụ phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Hà Giang trong bối cảnh mới hiện nay; (iv) Đề xuất mô hình bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống độc đáo của một số dân tộc thiểu số của tỉnh Hà Giang tại một điểm cụ thể nhằm phục vụ phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

### **1.3. CÁC CÔNG TRÌNH LIÊN QUAN ĐẾN GIẢI PHÁP PHÁT HUY SỨC MẠNH MỀM VĂN HÓA TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ DU LỊCH**

Phạm Huy Kỳ với bài viết *Vấn đề nâng cao “sức mạnh mềm” văn hóa ở Việt Nam hiện nay* (2010) [52], khái quát khung lý thuyết trong học thuyết sức mạnh mềm của J. Nye và khẳng định trong thời đại ngày nay, Việt Nam không thể không xây dựng “sức mạnh mềm” văn hóa. Để tăng cường xây dựng văn hóa, nâng cao “sức mạnh mềm” văn hóa Việt Nam, tác giả đề xuất một số giải pháp: (i) Tiến hành tiếp thu, chọn lọc và vận dụng đầy đủ với văn minh hiện đại; (ii) Đẩy mạnh công tác tuyên truyền các giá trị văn hóa nước ta ra thế giới; (iii) Phát huy sức cảm hóa và sức hấp dẫn của chủ nghĩa xã hội; (iv) Làm tốt hơn nữa công tác tuyên truyền đối ngoại; (v) Chú trọng phát triển công nghiệp văn hóa; (vi) Tập trung xây dựng “sức mạnh mềm”



văn hóa cơ sở, trước hết, phải coi trọng giáo dục lịch sử; (vii) coi trọng phát huy tác dụng của triết học và khoa học xã hội. Căn cứ vào hiện trạng triết học, khoa học xã hội nước ta, các cấp ủy và chính quyền phải coi xây dựng “sức mạnh mềm” văn hóa là nhiệm vụ quan trọng, lấy nghiên cứu và thực hành lý luận chủ nghĩa Mác – Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh làm nền tảng, phát huy tác dụng quan trọng của triết học, khoa học xã hội trong phát triển đất nước bền vững, xây dựng đầy đủ môi trường thuận lợi cho triết học, khoa học xã hội không ngừng phát triển. Nghiên cứu là nguồn tài liệu tham khảo có ý nghĩa mà nghiên cứu sinh có thể kế thừa để đề xuất chính sách gợi mở cho các địa phương khu vực miền núi phía Bắc triển khai các nhiệm vụ phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch như chính sách nâng cao nhận thức của các chủ thể thông qua công tác tuyên truyền, giáo dục, coi trọng giáo dục lịch sử, phát huy tác dụng của triết học và khoa học xã hội.

Nguyễn Văn Tuấn trong bài *Du lịch Việt Nam và những giải pháp đẩy mạnh phát triển trong thời kỳ mới* (2015) [114], đã phân tích những nỗ lực vươn lên và thành quả cũng như những hạn chế cần khắc phục của du lịch Việt Nam trong thời gian qua, trên cơ sở đó đã đề xuất các giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch như: Nâng cao nhận thức của xã hội về phát triển du lịch; Tăng cường hỗ trợ của Nhà nước cho phát triển du lịch thông qua các chương trình, đề án, chính sách ưu đãi; Tạo điều kiện thuận lợi, bảo đảm an ninh, an toàn để thu hút khách và phát triển du lịch; Hỗ trợ, tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp du lịch; Tăng cường quản lý nhà nước về du lịch. Đây là tham chiếu mà nghiên cứu sinh có thể kế thừa để đề xuất giải pháp như nâng cao nhận thức của các chủ thể, hoàn thiện thể chế, chính sách, tạo điều kiện căn cứ pháp lý cho phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch như xây dựng các chương trình, đề án, tạo điều kiện thuận lợi, tăng cường quản lý Nhà nước.

Nguyễn Thị Kim Dung, Trần Thị Nhuận trong cuốn sách *Xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam trong thời kỳ hội nhập đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững của đất nước theo Tư tưởng Hồ Chí Minh* (2017) [12], gồm 30 bài viết của các tác giả được chia thành 3 phần: (i) Tư tưởng Hồ Chí Minh về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam; (ii) Vận dụng tư tưởng Hồ Chí Minh về xây dựng

và phát triển văn hóa, con người Việt Nam trong thời kỳ hội nhập đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước; (iii) Những bài nói, bài viết của Chủ tịch Hồ Chí Minh và Nghị quyết của Đảng về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam trong thời kỳ hội nhập. Trong đó có một số bài viết liên quan đến đề tài luận án như bài viết *Một số giải pháp nhằm gia tăng “sức mạnh mềm” văn hóa Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế* của tác giả Nguyễn Toàn Thắng, *Tư tưởng “văn hóa soi đường cho quốc dân đi” và bài học kinh nghiệm cho sự nghiệp đổi mới hiện nay* của tác giả Phạm Duy Đức, *Tư tưởng Hồ Chí Minh về giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc* của tác giả Bùi Đình Phong, *Đổi mới việc đào tạo, bồi dưỡng cán bộ văn hóa đáp ứng yêu cầu xây dựng và phát triển nền văn hóa, con người Việt Nam, đảm bảo phát triển bền vững của đất nước* của tác giả Đào Duy Quát, *Một số vấn đề đặt ra trong việc giữ gìn, phát huy giá trị văn hóa tộc người* của tác giả Bùi Thị Kim Chi.v.v.. Các bài viết của các giả trong cuốn sách đã gợi mở cho nghiên cứu sinh đưa ra một số giải pháp nhằm phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc đó là: Đào tạo, bồi dưỡng cán bộ văn hoá, phát huy bản sắc văn hoá dân tộc và giá trị văn hoá tộc người, đẩy mạnh truyền thông, quảng bá các giá trị văn hoá tộc người,...

Đoàn Công Huynh với đề tài *Nghiên cứu sức mạnh mềm và đề xuất giải pháp quảng bá hình ảnh quốc gia thông qua sức mạnh mềm của Việt Nam* (2018) [47], đã hệ thống hóa lý luận về sức mạnh mềm, quảng bá hình ảnh quốc gia, đánh giá thực trạng công tác quảng bá hình ảnh quốc gia thông qua sức mạnh mềm của Việt Nam trong thời gian qua, trên cơ sở đó đề xuất các giải pháp nhằm xây dựng và nâng cao hiệu quả công tác quảng bá hình ảnh Việt Nam thông qua sức mạnh mềm trong thời gian tới, như: Giải pháp về cơ chế, chính sách; Giải pháp tăng cường và nâng cao nhận thức; Giải pháp tăng cường nội dung, phương thức, hình thức quảng bá; Giải pháp tập trung nguồn lực nghiên cứu, đào tạo, bồi dưỡng, khen thưởng. Một số giải pháp mà tác giả đã đưa ra như giải pháp về cơ chế chính sách, giải pháp về nhận thức, giải pháp về nguồn lực là những gợi mở có giá trị để nghiên cứu sinh đề xuất hệ thống các giải pháp trong chương 4 của luận án.

Song Thành trong cuốn sách *Phát huy các giá trị văn hóa - đạo đức “sức mạnh mềm” của Việt Nam trong hội nhập và phát triển* (2018) [97], với 10 bài viết chọn lọc của tác giả, là những báo cáo khoa học, tham luận đã được tác giả trình bày tại các hội thảo quốc tế và trong nước. Trong đó, đáng chú ý là bài viết “*Ngoại giao văn hóa*” với vấn đề gia tăng “sức mạnh mềm” của Việt Nam trong hội nhập và phát triển [97, tr. 20-43]. Trong bài viết, tác giả đã nhấn mạnh đến vai trò của “ngoại giao văn hóa” như là một biện pháp quan trọng để phát huy sức mạnh mềm của quốc gia. Trong ngoại giao văn hóa, cần chú ý đến tăng cường sức mạnh mềm của “ngoại giao công chúng” để giúp bạn bè trên thế giới cập nhật thông tin đúng đắn về Việt Nam.

Lê Doãn Sơn với bài *Xây dựng và phát huy “sức mạnh mềm” để phát triển kinh tế - xã hội ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay* (2019) [91], đã phân tích khái niệm sức mạnh mềm dựa trên quan điểm của J. Nye. Khi nghiên cứu những giá trị căn bản và lợi ích to lớn của sức mạnh mềm cũng như những kinh nghiệm của một số nước trên thế giới, tác giả cho rằng Việt Nam cần có những chính sách, biện pháp phù hợp để xây dựng và củng cố sức mạnh mềm, cụ thể là: Cần tiếp tục đổi mới về thể chế; Nâng cao chất lượng tăng trưởng, năng suất lao động và sức cạnh tranh của nền kinh tế; Tiếp tục gìn giữ, phát huy những giá trị văn hóa của dân tộc; Chú trọng, đẩy mạnh công tác ngoại giao; Ưu tiên đầu tư có trọng tâm, trọng điểm để phát triển khoa học và công nghệ. Đây là những nhóm giải pháp mà nghiên cứu sinh có thể kế thừa để đề xuất các giải pháp nhằm phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch khu vực miền núi phía Bắc ở chương 4 của luận án.

Nguyễn Thị Thu Phương với đề tài *Những vấn đề lý luận và thực tiễn về sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam* (2020) [88], đã cho thấy, chiến lược phát huy sức mạnh mềm văn hóa của Việt Nam trước hết phải bắt đầu từ những “mục tiêu cụ thể” trong việc sử dụng nguồn lực mềm văn hóa để chuyển hóa thành sức mạnh mềm văn hóa. Đó là: (1) Vấn đề lựa chọn và sử dụng nguồn lực mềm văn hóa phải gắn với các cấp độ ưu tiên khác nhau tùy thuộc vào tình hình thực tiễn; (2) Việt Nam có thể chuyển hóa được các nguồn tài nguyên di sản phi vật thể và vật thể thông qua hoạt động du lịch nhằm thu hút du lịch, tạo điều kiện thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội; (3) Việt Nam cần phải tạo ra sự liên kết, phối hợp chặt chẽ giữa các kênh ngoại giao văn hóa,

truyền thông, các ngành công nghiệp văn hóa (đặc biệt là du lịch văn hóa, ẩm thực, thủ công mỹ nghệ) để tạo nên cơ chế chuyển hóa nguồn lực thành sức mạnh mềm hiệu quả; (4) Căn cứ vào điều kiện thực tiễn hiện nay, nhóm nghiên cứu khuyến nghị Việt Nam cần lựa chọn Hà Nội để đưa vào bản đồ thành phố sáng tạo ở khu vực và triển khai các giải pháp nhằm xây dựng thành công thương hiệu thành phố sáng tạo như một điểm đến của sức hấp dẫn, lôi cuốn và thuyết phục của sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam. Đồng thời, nhóm nghiên cứu đã kiến nghị với Ban Bí thư một số vấn đề: Một là, phát huy sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam với nội hàm phát huy sức hấp dẫn, thu hút, thuyết phục của văn hóa Việt Nam thông qua cơ chế chuyển hóa tài nguyên mềm văn hóa thành sức mạnh mềm văn hóa với sự phối hợp đồng bộ các kênh truyền ngoại giao văn hóa, công nghiệp văn hóa, truyền thông và các kênh liên quan khác; Hai là, để triển khai hiệu quả cơ chế này, đề tài kiến nghị Ban Bí thư ban hành Chỉ thị về Xây dựng và phát huy sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế, làm căn cứ pháp lý để các bộ, ngành và toàn xã hội tiến hành xây dựng chiến lược quốc gia về sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam.

Nguyễn Ngọc Hòa với bài viết *Phát huy sức mạnh mềm quốc gia từ giá trị văn hóa dân tộc* (2020) [42], khẳng định để phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá cần triển khai một số giải pháp sau: (i) Phát huy sức mạnh mềm văn hoá thông qua mọi con đường giao lưu, hợp tác trên mọi lĩnh vực cũng như mọi hình thức, phương tiện thông tin, truyền thông để quảng bá, giới thiệu, đưa văn hóa, các giá trị văn hóa Việt Nam ra nước ngoài; (ii) Sáng tạo ra nhiều sản phẩm văn hóa mới có giá trị trên nền tảng văn hóa truyền thống Việt Nam; (iii) Tăng cường hơn nữa việc giới thiệu, quảng bá các giá trị văn hóa tốt đẹp của dân tộc, của đất nước, con người, danh nhân văn hóa Việt Nam, đồng thời kiên quyết chống lại những biểu hiện phản văn hóa, lai căng, mất gốc, sùng ngoại, v.v.. Trong vấn đề này, vai trò của báo chí truyền thông và đạo đức nghề báo là hết sức quan trọng trong hành trình “nhân cái đẹp, dẹp cái xấu”. Bài viết là nguồn tài liệu gợi mở hữu ích cho nghiên cứu sinh đề xuất một số giải pháp phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch từ giá trị văn hoá dân tộc.

Tác giả Nguyễn Thị Nga và Đỗ Thị Vân Hà trong bài viết *Phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong sự phát triển bền vững ở Việt Nam hiện nay* (2020) [77] đã khẳng định sức mạnh mềm văn hoá Việt Nam bắt nguồn từ nhiều nguồn lực văn hóa, từ những giá trị bản sắc tới những di sản văn hóa vật thể, phi vật thể của dân tộc. Trong đó, có thể thấy cốt lõi của sức mạnh mềm văn hoá Việt Nam là bản sắc văn hoá Việt Nam. Trên cơ sở đó, bài viết đưa ra một số giải pháp nhằm phát huy sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam hiện nay: (i) Nâng cao tính chủ động, tích cực cho các chủ thể sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam. Cốt lõi của chiến lược này trước tiên là cần định vị rõ những lợi thế của văn hóa Việt Nam để quảng bá ra bên ngoài; (ii) Xây dựng hệ giá trị Việt Nam trong thời kỳ hội nhập quốc tế; (iii) Giữ gìn, bảo tồn các di sản văn hóa, phát huy giá trị di sản thông qua các sản phẩm du lịch. Thông qua những hoạt động này, chúng ta định vị được hình ảnh đất nước và nền văn hóa độc đáo, đặc sắc của Việt Nam.

Nguyễn Duy Bắc trong bài viết *Phát huy sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam trong bối cảnh mới* (2021) [4] đã phân tích nền văn hóa dân tộc trong bối cảnh toàn cầu hóa, hội nhập quốc tế và cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư với những thuận lợi và khó khăn. Trên cơ sở đó, tác giả đề xuất một số giải pháp cơ bản phát huy hơn nữa “sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam” trên trường quốc tế trong thời gian tới: Một là, quan tâm bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa dân tộc; Hai là, sáng tạo ra nhiều sản phẩm văn hóa mới có giá trị tư tưởng và nghệ thuật cao trên nền tảng văn hóa truyền thống và cách mạng Việt Nam; Ba là, lan tỏa giá trị tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh và các danh nhân văn hóa Việt Nam; Bốn là, đẩy mạnh các hoạt động đối ngoại và ngoại giao văn hóa; Năm là, tập trung đầu tư phát triển mạnh ngành công nghiệp văn hóa và dịch vụ văn hóa; Sáu là, phát triển mạnh du lịch - ngành kinh tế mũi nhọn. Những giải pháp này là cơ sở để nghiên cứu sinh tham khảo, đề xuất các giải pháp phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay.

Tác giả Trần Văn Phòng trong bài viết *Đại hội XIII của Đảng Cộng sản Việt Nam về phát triển văn hóa - nền tảng tinh thần, nguồn lực nội sinh, động lực cho phát triển kinh tế-xã hội, hội nhập quốc tế* (2021) [83], đã đề xuất các giải pháp phát triển

văn hóa với tư cách nền tảng tinh thần, nguồn lực nội sinh, động lực đột phá cho phát triển kinh tế - xã hội, hội nhập quốc tế của Việt Nam theo tinh thần Đại hội XIII của Đảng. Các giải pháp bao gồm: (i) Nghiên cứu, xác định, triển khai xây dựng hệ giá trị văn hóa Việt Nam; (ii) Có cơ chế, chính sách, giải pháp để xây dựng môi trường văn hóa trong sạch, lành mạnh, cải thiện điều kiện hưởng thụ văn hóa của nhân dân; (iii) Xây dựng và thực hiện các chuẩn mực văn hóa trong lãnh đạo, quản lý; (iv) Nâng cao chất lượng, hiệu quả các loại hình văn hóa, văn nghệ; (v) Phát huy sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam; (vi) Phát triển có trọng tâm, trọng điểm ngành công nghiệp văn hóa và dịch vụ văn hóa; (vii) Đổi mới sự lãnh đạo của Đảng, nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý của Nhà nước về văn hóa. Thông qua một số giải cơ bản bám sát theo tinh thần Đại hội XIII, nghiên cứu là những gợi mở hữu ích cho nghiên cứu sinh tham khảo để đề xuất các giải pháp nhằm phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch như giải pháp về nâng cao sự lãnh đạo của Đảng, quản lý của Nhà nước, Giải pháp về cơ chế và chính sách xây dựng môi trường văn hoá,...

Triệu Thị Tình với bài viết *Bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa, gắn với phát triển du lịch bền vững* (2021) [105], nhấn mạnh bảo tồn văn hóa, thực chất là những nỗ lực nghiên cứu, phát huy hệ giá trị, nâng cao hiểu biết của con người về lịch sử hình thành, ý nghĩa và vai trò của di sản văn hóa trong đời sống xã hội. Trên cơ sở phân tích công tác bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa gắn với phát triển du lịch ở Hà Giang, bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa, gắn với phát triển du lịch bền vững: (i) Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch tham mưu cho Chính phủ quan tâm đầu tư nguồn vốn tiếp tục triển khai chương trình mục tiêu, chiến lược phát triển văn hóa, đảm bảo đồng bộ, trọng tâm, trọng điểm; (ii) Nhà nước hoàn thiện cơ chế, chính sách phát triển văn hóa, đầu tư bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống các dân tộc, đầu tư, quan tâm thỏa đáng phù hợp với điều kiện sống và đặc điểm tâm lý xã hội của cộng đồng tộc người, nhất là vùng sâu vùng xa, biên giới; (iii) rà soát và sửa đổi bổ sung các văn bản liên quan lĩnh vực văn hóa đã tồn tại lâu không còn phù hợp; (iv) Đầu tư kinh phí và có chính sách ưu tiên, hỗ trợ việc trùng tu, tôn tạo đối với các di tích, danh thắng đã được xếp hạng cấp quốc gia,

và cơ chế hỗ trợ tạo điều kiện thuận lợi để địa phương phát huy giá trị di sản phục vụ phát triển du lịch; (v) Có chính sách đặc thù hỗ trợ cho hoạt động hội nghệ nhân dân gian, hỗ trợ kinh phí nghiên cứu, phổ biến ngôn ngữ, chữ viết của dân tộc thiểu số, các làn điệu dân ca, dân vũ, dân nhạc, v.v...; (vi) Quan tâm đề xuất cơ chế, chính sách đội ngũ cán bộ làm công tác văn hóa ở cơ sở, nhất là vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào dân tộc thiểu số. Những giải pháp này là cơ sở để nghiên cứu sinh tham khảo và phát triển thêm phù hợp với nội dung đề tài luận án.

Trong bài viết *Sức mạnh “mềm” văn hóa là một thành tố quan trọng cấu thành sức mạnh tổng hợp quốc gia* trên báo Quân đội nhân dân (2021) [128], tác giả Lâm Quốc Tuấn cho rằng, sức mạnh mềm văn hóa là một thành tố quan trọng cấu thành nên sức mạnh tổng hợp quốc gia, nó đặc biệt có ý nghĩa trong quan hệ quốc tế. Để phát huy sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc, cần tiến hành đồng bộ nhiều giải pháp, trong đó nên tập trung: (i) Xác định rõ những tài nguyên nào có khả năng chuyển hóa thành sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam; (iii) Chú trọng phát triển du lịch văn hóa; (iii) Tiếp tục đầu tư phát triển ngành công nghiệp văn hóa. Trong số các ngành công nghiệp văn hóa, Việt Nam nên lựa chọn ưu tiên phát triển một số ngành là thế mạnh của Việt Nam như du lịch, phần mềm trò chơi điện tử, thủ công mỹ nghệ... Tuy nhiên, đây cũng chỉ là một số giải pháp trước mắt, về lâu dài, để phát huy sức mạnh mềm văn hóa quốc gia cần có một kế hoạch tổng thể và chi tiết.

*Kỷ yếu Hội nghị Văn hoá toàn quốc triển khai thực hiện Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng* (2021) được chia làm ba phần: *Phần thứ nhất* bao gồm tham luận của các chuyên gia, nhà khoa học, nhà nghiên cứu và thực hành văn hóa, trong đó có một số bài viết có nội dung liên quan đến đề tài luận án như bài viết *Để văn hoá thực sự là nền tảng tinh thần, mục tiêu và động lực thúc đẩy sự phát triển xã hội* của tác giả Trần Ngọc Thêm, *Phát triển các ngành công nghiệp văn hoá ở Việt Nam hiện nay* của tác giả Nguyễn Thị Thu Phương, *Đặc điểm văn hoá vùng dân tộc thiểu số với phát triển bền vững* của tác giả Trần Hữu Sơn, v.v.. Trong đó, bài viết *Phát huy sức mạnh mềm văn hoá Việt Nam trong bối cảnh mới* của tác giả Nguyễn Duy Bắc đã đề xuất một số giải pháp phát huy sức mạnh mềm văn hoá

Việt Nam như: Quan tâm chú trọng bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hoá dân tộc; Sáng tạo nhiều sản phẩm văn hoá mới có giá trị tư tưởng và nghệ thuật cao trên nền tảng văn hoá và truyền thống cách mạng Việt Nam; Lan toả giá trị tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh và các danh nhân văn hoá Việt Nam; Đẩy mạnh các hoạt động đối ngoại và ngoại giao văn hoá, tích cực chủ động hội nhập quốc tế về văn hoá; Tập trung đầu tư phát triển mạnh ngành công nghiệp văn hoá và dịch vụ văn hoá; Phát triển mạnh du lịch. *Phần thứ 2* của Kỷ yếu bao gồm tham luận của các ban, bộ, ngành, Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, các đoàn thể chính trị - xã hội, liên hiệp hội, hội, học viện và nhà trường. *Phần thứ ba* bao gồm tham luận của các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, trong đó đáng chú ý là các bài viết của tỉnh uỷ các tỉnh thuộc khu vực miền núi phía Bắc như: *Một số kết quả và bài học kinh nghiệm trong phát triển văn hóa ở Hà Giang* (tỉnh uỷ Hà Giang); *Nhiệm vụ, giải pháp bảo tồn, phát huy bản sắc văn hóa truyền thống tốt đẹp của các dân tộc gắn với phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh Lai Châu* (tỉnh uỷ Lai Châu); *Điện Biên với công tác bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa trong xây dựng con người, phát triển kinh tế - xã hội* (tỉnh uỷ Điện Biên); *Đổi mới nội dung và phương thức thực hiện công tác văn hóa dưới sự lãnh đạo của đảng ở Cao Bằng* (tỉnh uỷ Cao Bằng); *Đổi mới, nâng cao chất lượng, hiệu quả hoạt động văn hóa, văn nghệ đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ trong giai đoạn hiện nay* (tỉnh uỷ Lạng Sơn); *Xây dựng, phát triển văn hóa, con người, tạo động lực hiện thực hóa khát vọng đưa Lào Cai trở thành tỉnh phát triển của cả nước* (tỉnh uỷ Lào Cai); *Một số giải pháp xây dựng và phát triển văn hóa, con người Sơn La đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững* (tỉnh uỷ Sơn La); *Bảo tồn và phát huy di sản văn hóa: Nguồn lực phát triển kinh tế - xã hội bền vững* (tỉnh uỷ Tuyên Quang); *Phát huy giá trị văn hóa truyền thống của các di tích lịch sử cấp quốc gia, tạo lợi thế thúc đẩy tỉnh Bắc Kạn phát triển* (tỉnh uỷ Bắc Kạn); *Tỉnh Hòa Bình với công cuộc xây dựng và phát triển văn hóa* (tỉnh uỷ Hòa Bình), v.v.. Các bài viết của các cơ quan, địa phương và các tác giả đã tập trung làm rõ vai trò của văn hóa trong đời sống xã hội, những thành tựu to lớn cũng như những hạn chế, yếu kém, những vấn đề còn tồn tại phải giải quyết, nguyên nhân của những hạn chế, thiếu sót và giải pháp khắc phục, như: Quan điểm, nhận thức, cơ chế quản lý, chế độ, chính sách đãi ngộ đối với văn nghệ sĩ; tuổi lao



động đối với các ngành nghệ thuật đặc thù; cơ chế tự chủ của các đoàn nghệ thuật; cách thức phát huy nghệ thuật truyền thống; phát triển công nghiệp văn hóa - sáng tạo; những kinh nghiệm trong quản lý và phát triển văn hóa ở cơ sở. Những nghiên cứu từ thực tiễn phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở một số địa phương khu vực miền núi phía Bắc sẽ là căn cứ luận quan trọng để nghiên cứu sinh tham khảo đề xuất các giải pháp cơ bản liên quan đến đề tài luận án.

Kỷ yếu hội thảo quốc tế *Văn hoá, giáo dục và du lịch với phát triển kinh tế* (2021) [121] với nội dung chính chia làm 6 phần, tập trung vào các nội dung cụ thể: (i) Văn hoá và văn hoá du lịch Việt Nam; (ii) Giáo dục với phát triển kinh tế và du lịch; (iii) Kinh tế và du lịch dưới tác động của đại dịch COVID-19; (iv) Phát triển du lịch Đà Lạt và kinh nghiệm từ các địa phương khác; (v) Du lịch Việt Nam trong hội nhập và phát triển bền vững; (vi) Việt Nam thời kỳ hiện đại và chuyển đổi số. Cuốn sách tổng hợp các bài viết của các tác giả tham gia báo cáo liên quan đến các nội dung cụ thể trên, trong đó đáng chú ý có nhiều bài viết liên quan đến nội dung đề tài luận án như: Bài viết *Đô thị hoá và việc bảo tồn các giá trị văn hoá làng nghề trong phát triển du lịch* của tác giả Nguyễn Hoàng Phương; *Phát triển hoạt động du lịch gắn liền với bảo tồn văn hoá bản địa của người dân tộc Mông ở thị xã Sa Pa tỉnh Lào Cai* của tác giả Phạm Tất Thành; *Di sản văn hoá và phát triển du lịch di sản Việt Nam đương đại* của tác giả Trần Thị Lan; *Văn hoá trong mối quan hệ với phát triển năng lực cạnh tranh du lịch tại Việt Nam* của tác giả Trần Anh Dũng; *Bảo tồn và phát huy bản sắc văn hoá trong phát triển du lịch Việt Nam thời kỳ hội nhập* của tác giả Lê Thế hiển; *Định vị văn hoá ẩm thực trong xu hướng phát triển hoạt động du lịch* của tác giả Hoàng Thị Mỹ, v.v.. Các bài viết trong kỷ yếu hội thảo là những nguồn tài liệu mà nghiên cứu sinh có thể tham khảo để hoàn thành những nhiệm vụ nghiên cứu trong chương 4 của luận án.

Trần Sỹ Phán trong bài viết *Phát huy sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam theo tinh thần Đại hội XIII của Đảng* (2022) [80], trên cơ sở phân tích thực trạng sức mạnh mềm văn hoá Việt Nam, tác giả đề xuất một số giải pháp phát huy sức mạnh mềm văn hoá Việt Nam trong thời gian tới: (i) Tạo sự chuyển biến mạnh mẽ hơn nữa trong nhận thức về sự cần thiết phải xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến,

đậm đà bản sắc dân tộc; (ii) Xây dựng đội ngũ cán bộ làm công tác văn hóa có đủ phẩm chất, năng lực và tăng cường nguồn lực cho phát triển văn hóa; (iii) Chủ động và tích cực hội nhập quốc tế về văn hóa; (iv) Trong điều kiện công nghệ số và cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, cần phát triển có trọng tâm, trọng điểm ngành công nghiệp văn hóa và dịch vụ văn hóa, v.v., vận dụng có hiệu quả các giá trị, tinh hoa và thành tựu mới của văn hóa, khoa học, kỹ thuật, công nghệ của thế giới; gắn phát triển văn hóa với phát triển du lịch và dịch vụ văn hóa, đưa du lịch thành một ngành kinh tế mũi nhọn, tạo thế đan xen lợi ích và độ tin cậy để văn hóa Việt Nam ngày càng lan tỏa sâu, rộng hơn ra thị trường văn hóa thế giới; để thế giới biết nhiều hơn, chính xác hơn về đất nước, con người Việt Nam tươi đẹp, giàu bản sắc. Nghiên cứu của tác giả bài viết là định hướng hữu ích cho nghiên cứu sinh đề xuất những giải pháp cơ bản nhằm phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay bám sát theo tinh thần Đại hội XIII của Đảng.

#### **1.4. KHÁI QUÁT GIÁ TRỊ CÁC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ TỔNG QUAN VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA CẦN TIẾP TỤC NGHIÊN CỨU**

##### **1.4.1. Khái quát giá trị các công trình khoa học liên quan đến luận án đã tổng quan**

Những công trình nghiên cứu được tổng quan, với các cách tiếp cận khác nhau đã đề cập và luận giải về mặt lý luận những vấn đề như: sức mạnh mềm, văn hóa, sức mạnh mềm văn hóa, vai trò sức mạnh mềm của văn hóa, và những nhân tố tác động đến việc phát huy sức mạnh mềm của văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch. Đây là những tài liệu tham khảo có giá trị để nghiên cứu sinh luận giải những vấn đề về cơ sở lý luận liên quan đến nội dung của luận án. Có thể khái quát những nội dung nghiên cứu và giá trị của những công trình khoa học đã được tổng quan ở các khía cạnh cơ bản sau:

*Thứ nhất*, quá trình tổng quan cơ sở lý luận sức mạnh mềm văn hóa đã cho thấy, đây là vấn đề mà hầu hết các quốc gia trên thế giới đều quan tâm. Từ nhiều góc nhìn và cách tiếp cận khác nhau, các công trình nghiên cứu đã hình thành hệ thống lý luận sức mạnh mềm văn hóa bao gồm nội hàm khái niệm, nguồn lực, cấu trúc, vai trò, v.v.. Đây là căn cứ quan trọng để nghiên cứu sinh xác định được những nội dung

lý luận về sức mạnh mềm văn hóa theo mục đích và phạm vi nghiên cứu của luận án. Tổng quan các nghiên cứu ở nước ngoài cho thấy, học thuyết của J. Nye đã được sử dụng khá phổ biến trong quan hệ quốc tế, mặc dù có một số ý kiến trái chiều về học thuyết sức mạnh mềm của J. Nye, tuy nhiên không thể phủ nhận những giá trị trong những công trình của J. Nye, lý luận sức mạnh mềm của Nye vẫn được coi là cơ sở lý luận cho các công trình nghiên cứu về sức mạnh mềm hiện nay.

Ngoài Joseph Nye, có khá nhiều học giả phương Tây tiếp tục phát triển nghiên cứu sức mạnh mềm từ nhiều góc độ như quan hệ quốc tế, nghiên cứu chính sách đối ngoại, văn hóa, kinh tế, chính trị,... Các công trình nghiên cứu là sự phát triển, bổ sung thêm của các học giả trên thế giới có tính chất phản biện và nối dài thêm các chiều kích, cách nhìn nhận về sức mạnh mềm, nhất là trong bối cảnh thế giới diễn ra quá trình toàn cầu hóa, sự bùng nổ của cách mạng khoa học và công nghệ, và đặc biệt là sự khủng hoảng, mất cân đối của các mô hình phát triển xã hội xem nhẹ phát triển văn hoá.

Ở trong nước, những nghiên cứu về sức mạnh mềm văn hoá triển khai muộn hơn so với các quốc gia khác (bắt đầu từ cuối thập kỷ đầu tiên của thế kỷ XXI đến nay). Các công trình nghiên cứu phần lớn tập trung phân tích hệ thống lý luận sức mạnh mềm, sức mạnh mềm văn hoá của Nye và những vấn đề liên quan đến nguồn lực, thành tố, phương thức gia tăng sức mạnh mềm, sức mạnh mềm văn hoá. Một số công trình nghiên cứu đã đưa ra cách tiếp cận mới mẻ chuyên sâu về phát huy sức mạnh mềm văn hoá từ phương diện tổng kết kinh nghiệm lý luận và thực tiễn của Việt Nam và các quốc gia trong bối cảnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế, dự báo xu hướng phát triển của sức mạnh mềm văn hoá Việt Nam đến năm 2030.

*Thứ hai*, các công trình được tổng quan đã góp phần làm rõ thực trạng phát huy sức mạnh mềm văn hoá, thực trạng phát triển kinh tế du lịch. Các công trình nghiên cứu bởi các học giả nước ngoài đều có điểm chung là khẳng định vai trò, tầm quan trọng của sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch, phát triển kinh tế - xã hội của các quốc gia; kinh tế du lịch là một trong những ngành xuất khẩu lớn nhất và có mức tăng trưởng nhanh nhất. Kinh tế du lịch không chỉ mang lại lợi ích cho các quốc gia mà còn thúc đẩy quá trình hội nhập nhanh chóng và bền vững. Kết

quả của các công trình nghiên cứu ở nước ngoài đã cung cấp cách nhìn tổng thể về quá trình phát triển kinh tế du lịch ở một số vùng và quốc gia có điều kiện tương đồng và khác biệt so với khu vực miền núi phía Bắc. Đồng thời, những công trình này đã rút ra những bài học kinh nghiệm về phát triển kinh tế du lịch một cách toàn diện, cả mặt thành công cũng như chưa thành công. Đây thực sự là nguồn tư liệu hữu ích để luận án kế thừa.

Các công trình nghiên cứu của các học giả trong nước đã khái quát những kết quả đạt được và những hạn chế về thực trạng phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch. Về kết quả đạt được, cụ thể như thành tựu trong việc lan toả các giá trị văn hoá thông qua hoạt động ngoại giao văn hoá, hoạt động sản xuất và xuất khẩu các sản phẩm văn hoá, hoạt động truyền thông đại chúng, thông qua phát triển du lịch; những thành tựu đạt được trong triển khai các thành tố của sức mạnh mềm văn hoá thông qua các kênh truyền dẫn, các kênh truyền thông, từ đó khai thác sức hấp dẫn của văn hoá Việt Nam trong hoạt động du lịch, tăng cường giao lưu văn hoá trong các hoạt động ngoại giao văn hoá, nâng cao năng lực cạnh tranh và hội nhập quốc tế về sức mạnh mềm văn hoá thông qua các ngành công nghiệp văn hoá. Đồng thời, các công trình được tổng quan cũng làm rõ những hạn chế hiện nay đối với phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong hoạt động kinh tế du lịch, như: Các ngành công nghiệp văn hoá chưa phát huy được hết khả năng chuyển đổi từ các nguồn tài nguyên thành sức mạnh mềm văn hoá, chưa tạo được cơ chế phối hợp đồng bộ và hiệu quả giữa các kênh truyền dẫn sức mạnh mềm văn hoá, hoạt động của kinh tế du lịch chưa có sự phối hợp chặt chẽ và hỗ trợ của các ngành liên quan cũng như các địa phương, công tác bảo tồn tài nguyên và bảo vệ môi trường du lịch còn nhiều bất cập, công tác quản lý nhà nước về du lịch còn nhiều khó khăn và hiệu lực quản lý còn thấp, chưa có nhiều sản phẩm du lịch chủ lực đặc thù mang dấu ấn bản sắc văn hoá dân tộc, kết cấu hạ tầng còn thiếu đồng bộ nhất là ở những vùng sâu, vùng xa, núi cao, hải đảo.

*Thứ ba*, các công trình nghiên cứu được tổng quan đã đề xuất một số giải pháp chủ yếu nhằm tiếp tục phát huy sức mạnh mềm văn hoá, phát triển kinh tế du lịch gắn với phát huy sức mạnh mềm văn hoá trên những phương diện nhất định. Trong những

công trình đã được tổng quan, các tác giả nhấn mạnh đến một số giải pháp tiêu biểu như: Nâng cao nhận thức của toàn xã hội về phát huy sức mạnh mềm văn hoá, phát triển kinh tế du lịch; Xây dựng khung chiến lược phát huy sức mạnh mềm văn hoá Việt Nam phù hợp với khung tiêu chí Soft Power 30; Xác định rõ hơn những nội dung sức mạnh mềm văn hoá cần phát huy phù hợp với tiềm năng và lợi thế quốc gia; Đổi mới và nâng cao hiệu quả các phương thức phát huy sức mạnh mềm văn hoá; Liên kết các thành tố cấu thành sức mạnh mềm văn hoá; Phát huy khả năng phối hợp, liên kết của các kênh truyền dẫn; Tạo điều kiện thuận lợi, bảo đảm an ninh, an toàn để thu hút khách và phát triển du lịch; Tăng cường quản lý nhà nước về du lịch.

Các công trình khoa học được tổng quan đã có những ý nghĩa nhất định đối với các nội dung liên quan đến phát huy sức mạnh mềm văn hoá, phát triển kinh tế du lịch. Tuy nhiên, hầu hết các công trình liên quan đến sức mạnh mềm văn hoá chủ yếu trình bày các lý luận chung trên phạm vi thế giới và ở Việt Nam, chưa có công trình nào nghiên cứu về mối tương quan giữa sức mạnh mềm văn hoá và phát triển kinh tế du lịch. Đối với khu vực miền núi phía Bắc, các công trình có đề cập đến trong các nghiên cứu, nhưng chủ yếu khai thác ở phương diện văn hóa, chưa có công trình nào nghiên cứu có tính hệ thống dưới góc độ triết học đề cập đến sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc.

#### **1.4.2. Những vấn đề đặt ra mà luận án cần tiếp tục nghiên cứu**

Các công trình khoa học được tổng quan là những nghiên cứu có giá trị tham khảo về mặt lý luận và thực tiễn. Tuy nhiên, tác giả nhận thấy, các công trình vẫn còn có những khoảng trống bỏ ngỏ nhất định do cách tiếp cận khác nhau mà luận án cần tiếp tục nghiên cứu, đó là:

*Một là*, làm rõ một số vấn đề lý luận về sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc hiện nay qua việc làm rõ quan niệm về sức mạnh mềm văn hoá, kinh tế du lịch, nội dung sức mạnh mềm văn hoá và vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc và những nhân tố tác động đến sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc hiện nay.

*Hai là*, phân tích làm rõ thực trạng phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc, bao gồm những kết quả đạt được và hạn chế dựa trên ba khía cạnh cơ bản: Mặt nhận thức, tính tích cực của các chủ thể nhằm phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch; Mặt nội dung phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch; Mặt phương thức phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch. Trên cơ sở phân tích thực trạng, chỉ rõ những vấn đề đặt ra hiện nay cần phải giải quyết.

*Ba là*, căn cứ vào cơ sở lý luận, thực tiễn nghiên cứu và phân tích thực trạng phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch cùng với những vấn đề đặt ra, luận án đề xuất các giải pháp chủ yếu phát huy hiệu quả sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay.

## Tiểu kết chương 1

Trong chương 1, luận án đã làm rõ các nội dung sau: *Thứ nhất*, đã tổng quan được tình hình nghiên cứu liên quan đến những nội dung lý luận về sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch; *Thứ hai*, đã tổng quan được các công trình nghiên cứu liên quan đến du lịch và thực trạng phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch; *Thứ ba*, tổng quan các công trình nghiên cứu liên quan đến giải pháp phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch; *Thứ tư*, đưa ra những đánh giá về giá trị của các công trình nghiên cứu đã tổng quan liên quan đến đề tài luận án và những vấn đề đặt ra mà luận án tiếp tục nghiên cứu.

Từ việc khảo cứu các nguồn tài liệu liên quan đến đề tài luận án, có thể khẳng định đã có nhiều công trình nghiên cứu bàn về văn hoá, sức mạnh mềm văn hoá, kinh tế du lịch. Tuy nhiên, qua tổng quan các công trình nghiên cứu, có thể thấy rằng, cho đến hiện nay chưa có công trình nghiên cứu nào đi sâu tìm hiểu sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam dưới góc độ triết học. Khu vực miền núi phía Bắc được coi là vùng “phên giậu”, là “lá phổi” của Tổ Quốc, là “cội nguồn” của dân tộc, “cái nôi” của cách mạng Việt Nam và là khu vực có nhiều tiềm năng để phát triển du lịch. Tuy nhiên, trong thời gian qua hoạt động kinh tế du lịch vẫn còn tồn tại một số hạn chế nhất định, nhiều tiềm năng và lợi thế chưa được khai thác hiệu quả, triệt để. Chính vì vậy, nghiên cứu thực trạng sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch, từ đó đề xuất những giải pháp nhằm phát huy hiệu quả sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay là việc làm có ý nghĩa rất quan trọng để phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo sức bật góp phần phát triển kinh tế - xã hội bền vững. Những khoảng trống về mặt lý luận cũng như tầm quan trọng của vấn đề nghiên cứu trong bối cảnh mới hiện nay đã thôi thúc tác giả lựa chọn vấn đề “Sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay” làm đề tài nghiên cứu của luận án. Các công trình được tổng quan ở chương 1 đã cung cấp những chất liệu quan trọng để trên cơ sở đó tác giả hệ thống hóa, tổng hợp, phân tích các vấn đề ở các chương tiếp theo của luận án.

**Chương 2**  
**SỨC MẠNH MỀM VĂN HÓA TRONG PHÁT TRIỂN**  
**KINH TẾ DU LỊCH Ở MIỀN NÚI PHÍA BẮC VIỆT NAM HIỆN NAY–**  
**MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN<sup>1</sup>**

**2.1. QUAN NIỆM VỀ SỨC MẠNH MỀM VĂN HÓA VÀ SỨC MẠNH MỀM VĂN HÓA TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ DU LỊCH**

**2.1.1. Quan niệm về sức mạnh mềm văn hóa**

**2.1.1.1. Sức mạnh mềm**

“Sức mạnh” là khái niệm thường được giới học thuật phương Tây sử dụng để chỉ khả năng làm thay đổi cách hành xử của người khác để đạt được những gì mình muốn. Max Weber (1864 – 1920) đã định nghĩa: “Sức mạnh là khả năng mà một người hoặc nhóm người có thể đạt được mục đích mong muốn bất chấp sự chống đối”<sup>2</sup> [149, tr. 152]. Joseph Samuel Nye cho rằng “sức mạnh là khả năng làm được việc và trong các tình huống xã hội là khả năng tác động người khác để có được kết quả mong muốn”<sup>3</sup> [145, tr.6].

Trong *Từ điển tiếng Việt* định nghĩa: “Sức mạnh là khả năng tác động, ảnh hưởng đến người khác để có thể đạt được điều mình mong muốn” [103, tr. 805]. Tác giả Hoàng Khắc Nam cho rằng “sức mạnh chính là khả năng tác động đến hành vi của các chủ thể khác nhằm có được kết quả như mong muốn, dù kết quả này có thể trùng khớp hoặc không trùng khớp với nguyện vọng, ước muốn, lợi ích của chủ thể khác [76, tr. 7]. Tác giả Nguyễn Thị Thu Phương khẳng định: “Sức mạnh hay quyền lực là khả năng của chủ thể này sử dụng, phát huy năng lực hiện có khiến một hoặc các chủ thể khác phải thực hiện điều mà mình muốn thông qua các công cụ, các kênh truyền dẫn, hay các tác động cụ thể trong môi quan hệ tương tác qua lại đan xen và tương thuộc lẫn nhau” [88, tr.47].

Trong luận án, tác giả tiếp cận nội hàm khái niệm sức mạnh trên hai phương diện gồm: *nguồn lực* (cái làm nên thực chất của sức mạnh và cung cấp công cụ cho

<sup>1</sup> Toàn bộ các chú thích trong luận án được đưa về phần cuối của luận án ở mục CHÚ THÍCH – Trang 190.

<sup>2</sup> Xem chú thích số (1)

<sup>3</sup> Xem chú thích số (2)



sức mạnh) và *quan hệ* (là địa bàn và điều kiện của quyền lực, quyền lực xuất hiện trên cơ sở so sánh năng lực giữa các chủ thể và trong sự tương tác giữa chúng). Chỉ khi có nguồn lực thì một chủ thể mới có thể thực thi sức mạnh và gây tác động lên đối tượng và chỉ trong sự tương tác giữa các chủ thể thì sức mạnh mới hình thành. Theo cách tiếp cận này, tác giả quan niệm *sức mạnh là tổng hợp các nguồn lực của chủ thể tác động có chủ đích đến chủ thể khác để lôi cuốn, thu hút họ thực hiện theo điều mà mình mong muốn thông qua những phương thức khác nhau mà chủ thể lựa chọn*.

Theo cách diễn tả của người phương Tây hiện đại, người ta đưa ra ba phương thức để thực hiện sức mạnh, đó là: đe dọa (cây gậy); dụ dỗ, mua chuộc, mê hoặc (củ cà rốt); và lôi cuốn, hấp dẫn, chinh phục bằng vẻ đẹp công lý, lương tâm, lẽ phải, chính nghĩa (sức mạnh mềm) [143]. Và cũng đã có nhiều quan điểm khác nhau khi phân chia sức mạnh trong quan hệ quốc tế, mỗi cách phân loại đều được xây dựng trên một tiêu chí nào đó tùy thuộc vào đối tượng, mục đích trong nghiên cứu và thực tiễn. Trong phạm vi nghiên cứu của luận án, tác giả tiếp cận cách phân loại sức mạnh theo cách phân chia dựa trên phương thức thực hiện sức mạnh thành sức mạnh cứng và sức mạnh mềm.

Cuối thế kỷ XX, thuật ngữ sức mạnh mềm chính thức được Joseph Samuel Nye hoàn thiện về mặt khái niệm và từng bước tạo dựng thành một hệ thống lý luận có khả năng ứng dụng phổ biến trong quan hệ quốc tế. Năm 1990, lần đầu tiên Nye giới thiệu khái niệm sức mạnh mềm trong cuốn sách *Ràng buộc để dẫn dắt: Bản chất sức mạnh đang thay đổi của Mỹ* (Bound to Lead: The changing Nature of American Power) thông qua phân tích sự thay đổi trong chiến lược phát triển của các quốc gia trong truyền thống và hiện đại, từ sử dụng sức mạnh chủ yếu dựa vào lợi thế về tài nguyên và tiềm lực quốc phòng sang cái được gọi là “bộ mặt thứ hai” của quyền lực [142, tr. 5]. Năm 2004, trong cuốn sách *Quyền lực mềm: Phương tiện đạt đến thành công trong chính trị thế giới* (Soft Power: The Means to Success in World Politics), J. Nye đã bổ sung, hoàn thiện khái niệm sức mạnh mềm: “Sức mạnh mềm là khả năng đạt được những gì bạn muốn thông qua sự hấp dẫn hơn là ép buộc hoặc thanh toán. Nó nảy sinh từ sự hấp dẫn của nền văn hóa, lý tưởng chính trị và các chính sách của một quốc gia” [144, tr. x].

Ở phương Đông, Giáo sư Shin Wha Lee, Khoa Chính trị học và Quan hệ quốc tế, Đại học Hàn quốc, nhấn mạnh sức mạnh mềm “là sự hấp dẫn về lý tưởng và văn hóa nhằm đạt được các mục tiêu chiến lược của quốc gia” [140, tr. 11-18]. Giáo sư Lee Shin-wha với bài viết *Lý thuyết và thực tế sức mạnh mềm: tiếp cận thực tiễn tại Đông Á (The Theory and Reality of Soft Power: Practical Approaches in East Asia)*, mô tả sức mạnh mềm là “một dạng thức sức mạnh quốc gia dựa trên sự hấp dẫn về ý tưởng và văn hóa, được thực hiện một cách vô ý hoặc có chủ ý bởi các chủ thể trong quan hệ quốc tế nhằm đạt được các mục tiêu chiến lược” [140, tr.11].

Ở Việt Nam cũng đã có một số quan điểm về khái niệm sức mạnh mềm như: Tác giả Trần Văn Phòng cho rằng “sức mạnh mềm là sức mạnh thông qua sức hấp dẫn, sức lôi cuốn chứ không phải bằng bạo lực để ép buộc người khác, dân tộc khác đi theo mình” [82]. Tác giả Nguyễn Minh tiếp cận nội dung khái niệm sức mạnh mềm bao gồm 7 khía cạnh: (1) Sức hấp dẫn và sự ảnh hưởng của văn hóa; (2) Sức hấp dẫn về hình thái ý thức xã hội, các quan niệm về giá trị và chính sách quốc gia; (3) Chính sách đối ngoại đúng đắn; (4) Xử lý các mối quan hệ trong nước vừa có tình vừa có lý; (5) Sức hấp dẫn của đường lối phát triển và hình thức chế độ; (6) Năng lực chỉ đạo, hoạch định và kiểm soát các quy phạm quốc tế, tiêu chuẩn quốc tế và cơ chế quốc tế; (7) Mức độ ủng hộ, tán dương của dư luận quốc tế đối với hình ảnh quốc gia [70, tr. 103]. Đồng tình với quan điểm trên, tác giả Lê Văn Toan bổ sung thêm một nội dung nữa khi đưa ra quan điểm về sức mạnh mềm, đó là khả năng chuyển hoá sức mạnh cứng thành sức mạnh mềm. Tác giả Lê Thuý Hằng đưa ra khái niệm: “Sức mạnh mềm là năng lực khiến người khác làm những gì mà mình muốn bởi vì bản thân những người khác cũng muốn như vậy. Đó là năng lực mang tính lôi cuốn, hấp dẫn mà không phải là ép buộc” [39, tr.84].

Tiếp cận từ góc độ triết học, tác giả cho rằng *sức mạnh mềm là tổng thể các nguồn lực của chủ thể, có tác động đến các chủ thể khác để lôi cuốn, thu hút, hấp dẫn họ thực hiện hoạt động như mình mong muốn*. Sức mạnh mềm là sự hấp dẫn tự thân của chủ thể của nó, khiến cho đối tượng chịu tác động của sự hấp dẫn ấy, tự nguyện thực hiện những việc mà chủ thể của sức mạnh mềm mong muốn.

Sức mạnh mềm được biểu hiện ở nhiều cấp độ, từ cấp độ đa dạng, cấp độ hẹp như trong quan hệ giữa các cá nhân trong xã hội, tới cấp độ rộng hơn như quan hệ giữa các tổ chức, tập đoàn và rộng hơn nữa là cả cấp độ quốc gia cũng như những mối quan hệ trong chính trị quốc tế. Trong luận án, sức mạnh mềm được nghiên cứu ở cấp độ quốc gia, là nhân tố quan trọng tạo nên sức mạnh tổng hợp của quốc gia nói chung và của vùng, miền nói riêng.

Sức mạnh mềm được xem như đối lập với “sức mạnh cứng” về mặt phương thức tác động. Sức mạnh cứng là khả năng một chủ thể cưỡng ép hoặc mua chuộc đối tượng khác nhằm buộc họ phải làm theo những điều mình mong muốn. Sức mạnh cứng thường được sử dụng thông qua việc can thiệp quân sự hoặc trừng phạt kinh tế để gia tăng lợi ích quốc gia. Trong bối cảnh hiện đại, khi các quốc gia ngày càng tham gia vào quá trình hội nhập quốc tế sâu rộng, thì việc sử dụng sức mạnh mềm càng cho thấy ưu thế và sự phù hợp hơn so với sức mạnh cứng. Mặc dù cho thấy nhiều ưu thế, song không vì thế mà sức mạnh mềm trở thành yếu tố duy nhất để củng cố và phát triển sức mạnh quốc gia. Sức mạnh cứng và sức mạnh mềm là hai yếu tố không thể tách rời nhau, có tác động và chuyển hóa lẫn nhau để tạo nên sức mạnh tổng hợp của một quốc gia. Một quốc gia chỉ có sức mạnh mềm mà không dựa trên cơ sở sức mạnh cứng nhất định thì sự phát triển cũng bị hạn chế. Trong khi đó, một quốc gia chỉ nhắm vào việc phát triển sức mạnh cứng về quân sự, kinh tế mà sức mạnh mềm không theo kịp, thì ảnh hưởng quốc tế cũng giảm sút đi rất nhiều. Giữa sức mạnh cứng và sức mạnh mềm có những mối tương quan cũng như sự khác biệt trong việc đạt được mục tiêu. Chính vì vậy, trên thực tế, các quốc gia thường sử dụng kết hợp cả sức mạnh cứng và sức mạnh mềm để đạt hiệu quả cao nhất.

#### **2.1.1.2. Sức mạnh mềm văn hóa**

Khái niệm văn hóa đã xuất hiện từ thời cổ đại ở cả phương Đông và phương Tây. Cùng với sự phát triển của tư duy con người, nghĩa của thuật ngữ “văn hóa” không ngừng được mở rộng với nhiều cách tiếp cận hết sức đa dạng. Từ các góc độ tiếp cận khác nhau, khái quát lại, chúng ta có thể thấy có ba cách quan niệm về văn hóa: *Cách thứ nhất*, quan niệm văn hóa như là thuộc tính bản chất của con người, dùng để chỉ toàn bộ năng lực lao động sáng tạo của con người hướng tới cái đúng-chân, cái tốt-

thiện và cái đẹp (khoa học, đạo đức và thẩm mỹ) để thúc đẩy sự phát triển của xã hội và hoàn thiện nhân cách con người; *Cách thứ hai*, quan niệm văn hóa bao gồm các hoạt động sáng tạo tinh thần của con người, là một bộ phận của kiến trúc thượng tầng, chịu sự quy định của cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội và có tác động năng động đối với cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội. *Cách thứ ba*, quan niệm văn hóa như một bộ phận trong kiến trúc tổng thể của xã hội bao gồm chính trị, kinh tế, văn hóa và xã hội. Từ góc độ tiếp cận của luận án, khi coi văn hóa là một nguồn lực quan trọng tạo nên “sức mạnh mềm”, cả ba quan niệm này đều giúp ích cho việc xác định vị trí và vai trò của văn hóa trong tương quan với các lĩnh vực khác như kinh tế, chính trị, xã hội trong quá trình xây dựng và phát triển đất nước phù hợp với hoàn cảnh lịch sử - cụ thể ở mỗi giai đoạn khác nhau. Như vậy, có thể hiểu văn hóa theo nghĩa rộng nhất là tổng thể những giá trị (bao gồm cả vật chất và tinh thần) do con người sáng tạo ra trong hoạt động thực tiễn. Văn hóa là do con người tạo ra, nhưng sau khi ra đời, văn hóa lại chi phối sự tồn tại và phát triển của xã hội, quy định bản sắc của một cộng đồng người, thậm chí quyết định chiều hướng phát triển của một dân tộc. Một nền văn hóa chỉ thực sự phát triển khi cả hai mặt tích hợp và lan tỏa vận hành đồng thời một cách thông suốt, nghĩa là nền văn hóa đó không chỉ biết tiếp thu những giá trị văn hóa từ bên ngoài để làm giàu có, phong phú thêm cho văn hóa bản địa mà còn lan tỏa được những giá trị văn hóa của mình ra bên ngoài. Do đó, văn hóa trở thành một nguồn lực quan trọng – nguồn lực “sức mạnh mềm” để tạo nên sức hấp dẫn, thu phục đối với các quốc gia khác.

Dựa trên những nguồn lực sức mạnh mềm sẵn có, mỗi quốc gia sẽ có những chiến lược, kế hoạch hành động cụ thể để chuyển hóa những nguồn lực đó thành sức mạnh mềm. Về nguồn sức mạnh mềm, theo J. Nye, có ba loại: (1) Văn hóa; (2) hệ giá trị chính trị (ở trong và ngoài nước); (3) các chính sách đối nội và đối ngoại quốc gia. Trong ba nguồn tạo nên sức mạnh mềm, J. Nye đặc biệt đề cao nguồn lực về văn hóa. J. Nye chia văn hoá làm hai loại, là văn hóa dành cho tầng lớp tinh hoa (elite culture) và văn hóa phổ thông (popular culture). Theo J. Nye: “Văn hóa có nhiều biểu hiện khác nhau. Thường người ta hay phân biệt giữa văn hóa cao cấp như văn chương, nghệ thuật, và giáo dục, vốn rất thu hút giới trí thức, và văn hóa đại chúng vốn nhằm

phục vụ mục đích giải trí cho đại đa số quần chúng” [144, tr.44]. Khi một nền văn hóa mang trong mình những giá trị phổ quát và thông qua các chính sách quảng bá, đã nhận được sự chia sẻ từ các quốc gia khác thì nền văn hóa ấy sẽ giúp quốc gia tăng cường sức mạnh mềm. Ngược lại, những nền văn hóa với giá trị hẹp hòi và cục bộ sẽ hiếm khi tạo được sức mạnh mềm. Quá trình chuyển hóa những nguồn lực văn hoá thành sức mạnh mềm văn hoá chính là quá trình triển khai sức mạnh mềm văn hoá. Để sức mạnh mềm văn hoá được triển khai hiệu quả, cần một quá trình tích lũy lâu dài qua nhiều thế hệ, và cần có sự đầu tư dài hạn về bề rộng lẫn chiều sâu, cả về nhân lực cũng như vật lực.

Việc đo lường sức mạnh mềm văn hoá dựa trên kết quả tương tác về sức mạnh, thể hiện qua khả năng sử dụng các thành tố sức mạnh mềm văn hoá thông qua các kênh truyền dẫn và mức độ tiếp nhận của chủ thể ở các mức độ khác nhau. Văn hoá là những giá trị vật chất và tinh thần, chính vì vậy thực chất của phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá cần phải có điều kiện tiên quyết là thông qua hoạt động thực tiễn của con người (tương tác giữa chủ thể và nguồn lực văn hoá, giữa chủ thể tác động và chủ thể tiếp nhận). Cụ thể là, nguồn lực văn hoá gắn với chiến lược, phương thức thực hiện hiệu quả để tạo ra sức hấp dẫn, lôi cuốn của các nguồn lực văn hoá thông qua hoạt động thực tiễn của con người, đây chính là chìa khoá để mang lại hiệu quả trong phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá. Tuy nhiên, tiếp cận vấn đề sức mạnh mềm văn hoá trên phương diện thế giới quan triết học, khi coi văn hoá như là sức mạnh mềm không đồng nghĩa với việc tuyệt đối hóa vai trò văn hoá, theo kiểu duy văn hoá dẫn đến việc xem nhẹ sức mạnh cứng, sức mạnh quân sự hay nhiều sức mạnh khác, tức là xem xét sức mạnh mềm của văn hoá phải đặt trong mối quan hệ biện chứng với các loại hình sức mạnh khác. Vì vậy, muốn tăng cường sức mạnh tổng hợp quốc gia một cách hiệu quả, cần phải sử dụng sức mạnh mềm và sức mạnh cứng theo nguyên tắc bổ trợ, lồng ghép hoặc chuyển hóa linh hoạt giữa các nguồn sức mạnh.

Trên cơ sở đó, luận án đưa ra quan điểm về sức mạnh mềm văn hoá như sau: *Sức mạnh mềm văn hoá được hiểu là tổng thể các nguồn lực văn hoá, tạo ra sự thu hút, hấp dẫn, ảnh hưởng, thuyết phục mạnh mẽ đối với con người. Sức hấp dẫn, lôi cuốn của văn hoá chính là chìa khoá của sức mạnh mềm văn hoá và do đó giúp gia*

tăng sức mạnh mềm của quốc gia. Sức mạnh mềm văn hóa có một số đặc điểm cơ bản sau: *Thứ nhất*, sức mạnh mềm văn hoá là một giá trị, đó là những giá trị nền tảng, căn bản, cốt lõi, độc đáo gắn với truyền thống văn hóa, bản sắc văn hóa của mỗi dân tộc/quốc gia, có sức ảnh hưởng sâu rộng trong cộng đồng nơi nó khởi phát, có khả năng lan tỏa và thâm nhập vào cộng đồng văn hóa khác và tạo ra sức hấp dẫn, lôi cuốn, thái độ chủ động tiếp nhận các hiện tượng văn hóa từ chủ thể/cộng đồng mà nó tác động; *Thứ hai*, sức mạnh mềm văn hoá thuộc lĩnh vực tinh thần của đời sống xã hội; *Thứ ba*, sức mạnh mềm văn hoá mang tính lịch sử, tạo nên tính đặc thù của sức mạnh mềm văn hoá.

### **2.1.1.3. Quan điểm của Đảng và Nhà nước Việt Nam về văn hoá, sức mạnh mềm văn hoá**

Nhận thức của Đảng và Nhà nước Việt Nam về sức mạnh mềm văn hoá được hình thành dựa trên những cơ sở lý luận của Chủ nghĩa Mác – Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh và điều kiện lịch sử cụ thể của đất nước.

Trong *Bản thảo kinh tế - triết học* viết năm 1844, C. Mác đã đưa ra quan niệm: “Văn hóa là toàn bộ những thành quả được tạo ra nhờ hoạt động lao động sáng tạo của con người - hoạt động sản xuất vật chất và tái sản xuất ra đời sống hiện thực của con người” [64, tr.136-137]. Khẳng định vai trò của văn hoá, C. Mác coi văn hóa là “giới tự nhiên thứ hai” do con người sáng tạo ra, đó là giới tự nhiên đảm bảo cho sự tồn tại và sự phát triển của con người, của xã hội loài người, được chính con người “xây dựng theo các quy luật của cái đẹp” [64, tr.137].

Khẳng định vai trò của văn hoá, V. I. Lênin cho rằng, để đưa công cuộc xây dựng chủ nghĩa xã hội đến thắng lợi hoàn toàn, giai cấp vô sản cách mạng Nga phải đồng thời tiến hành những hoạt động cách mạng trên tất cả các lĩnh vực của đời sống kinh tế - xã hội, trong đó không thể không có lĩnh vực văn hoá: “Muốn xây dựng chủ nghĩa xã hội thì phải văn minh đã”, “phải đạt tới một trình độ văn hoá nhất định” [60, tr.433].

Dựa lập trường của chủ nghĩa Mác - Lênin, chủ tịch Hồ Chí Minh đã xác định một cách rõ ràng rằng, cách mạng văn hoá là một bộ phận cấu thành của cách mạng Việt Nam; đường lối xây dựng và phát triển nền văn hoá mới xã hội chủ nghĩa là một

bộ phận không thể tách rời, không thể thiếu trong đường lối chung của cách mạng Việt Nam. Trong phát biểu tại Hội nghị Văn hóa toàn quốc lần thứ nhất (ngày 24/11/1946), Chủ tịch Hồ Chí Minh đã đưa ra luận điểm nổi tiếng khi nhấn mạnh đến tầm quan trọng, tính đi trước đón đầu của văn hóa - ngọn lửa soi đường, dẫn lối cho dân tộc đi đến những thắng lợi: “Số phận dân ta là ở trong tay dân ta. Văn hóa phải soi đường cho quốc dân đi” và phải “xúc tiến công tác văn hoá để đào tạo con người mới và cán bộ mới” [69, tr.173]. Với tinh thần đó, trong cả chặng đường dài của cuộc cách mạng dân tộc dân chủ nhân dân, Đảng đã lãnh đạo xây dựng thành công một nền văn hóa mới với mục tiêu cao đẹp: Tất cả vì độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội, tất cả vì Tổ quốc và hạnh phúc của nhân dân. Bằng lối đi riêng của mình, văn hoá đã đóng vai trò là động lực tinh thần, tạo thành một sức mạnh “thần kỳ”, giúp cho toàn Đảng, toàn dân hợp sức đồng lòng đánh bại mọi kẻ thù xâm lược.

Nghị quyết Trung ương Năm khóa VIII (1998) về xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc đã nêu năm quan điểm chỉ đạo: “Văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội, vừa là mục tiêu, vừa là động lực thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội; Nền văn hóa chúng ta xây dựng là nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc; Nền văn hóa Việt Nam là nền văn hóa thống nhất mà đa dạng trong cộng đồng các dân tộc Việt Nam; Xây dựng và phát triển văn hóa là sự nghiệp của toàn dân do Đảng lãnh đạo, trong đó, đội ngũ trí thức giữ vai trò quan trọng; Văn hóa là một mặt trận, xây dựng và phát triển văn hóa là sự nghiệp cách mạng lâu dài, đòi hỏi phải có ý chí cách mạng và sự kiên trì, thận trọng” [126].

*Cương lĩnh xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội* (bổ sung, phát triển 2011) đã định hướng phát triển văn hóa: “Xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, phát triển toàn diện, thống nhất trong đa dạng, thấm nhuần sâu sắc tinh thần nhân văn, dân chủ, tiến bộ; làm cho văn hóa gắn kết chặt chẽ và thấm sâu vào toàn bộ đời sống xã hội, trở thành nền tảng tinh thần vững chắc, sức mạnh nội sinh quan trọng của phát triển” [18, tr. 69].

Năm 2014, sau khi tiến hành tổng kết 15 năm thực hiện Nghị quyết Trung ương Năm khóa VIII, rà soát lại các quan điểm chỉ đạo về văn hóa, Nghị quyết Trung ương Chín khóa XI đã hoàn thiện, bổ sung đường lối, chính sách về văn hoá và khẳng

định vai trò sức mạnh nội sinh quan trọng của văn hóa trong bối cảnh hội nhập quốc tế: “Xây dựng nền văn hóa và con người Việt Nam phát triển toàn diện, hướng đến chân – thiện – mỹ, thấm nhuần tinh thần dân tộc, nhân văn, dân chủ và khoa học. Văn hóa thực sự trở thành nền tảng tinh thần vững chắc của xã hội, là sức mạnh nội sinh quan trọng bảo đảm sự phát triển bền vững và bảo vệ vững chắc tổ quốc vì mục tiêu dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh” [19].

Thuật ngữ sức mạnh mềm và nội hàm sức mạnh mềm văn hóa lần đầu tiên được chính thức đề cập đến trong bài phát biểu của Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng tại Hội nghị Ngoại giao lần thứ 29 (22/8/2016): “Với văn hóa, không có sự cao thấp, chỉ có sự đa dạng. Sức mạnh mềm của Việt Nam được thể hiện trước hết ở sức hấp dẫn, tỏa ra từ các giá trị văn hóa bao gồm các giá trị vật thể và phi vật thể, giá trị tinh thần và giá trị con người Việt Nam. Chúng ta phải phát huy được những giá trị đó để tạo nên “thương hiệu” cho quốc gia, có sức thu hút thế giới bên ngoài, góp phần nâng cao tinh thần tự tôn dân tộc, sự tự tin trong giao tiếp và quảng bá rộng rãi giá trị văn hóa của Việt Nam ra thế giới” [127]. Những nhận thức mới này là kết quả của chặng đường đổi mới tư duy phát triển văn hóa, xây dựng con người Việt Nam, đặc biệt là trong quá trình tiến hành công cuộc đổi mới từ năm 1986 đến nay.

Kế thừa tinh thần các kỳ đại hội trước, Đại hội XIII của Đảng tiếp tục đề ra nhiệm vụ phát triển văn hóa với tư cách là “nền tảng tinh thần, nguồn lực nội sinh và động lực đột phá cho phát triển kinh tế - xã hội và hội nhập quốc tế” [21, tr. 47]. Báo cáo chính trị Đại hội XIII đặt ra yêu cầu cụ thể hơn, nhấn mạnh mối quan hệ giữa công nghiệp văn hoá với sức mạnh mềm văn hoá Việt Nam và tiếp thu, vận dụng có chọn lọc, sáng tạo những thành tựu, giá trị văn hoá của nhân loại: “Khẩn trương triển khai phát triển có trọng tâm, trọng điểm ngành công nghiệp văn hoá và dịch vụ văn hoá trên cơ sở xác định và phát huy sức mạnh mềm của văn hoá Việt Nam, vận dụng có hiệu quả các giá trị, tinh hoa và thành tựu mới của văn hoá, khoa học, kỹ thuật, công nghệ của thế giới” [21, tr. 145].

Đối với khu vực miền núi phía Bắc, xuất phát từ vị trí, vai trò đặc biệt quan trọng của vùng, ngày 1/7/2004, Bộ Chính trị khóa IX đã ban hành Nghị quyết số 37-NQ/TW về *Phương hướng phát triển kinh tế - xã hội và bảo đảm quốc phòng, an*



*ninh vùng Trung du và miền núi Bắc Bộ đến năm 2010*. Tiếp sau đó, Bộ Chính trị khóa XI đã tổng kết 10 năm thực hiện Nghị quyết số 37-NQ/TW và ban hành Kết luận số 26-KL/TW ngày 2/8/2012 về *Phương hướng phát triển kinh tế - xã hội và bảo đảm quốc phòng, an ninh vùng trung du và miền núi Bắc Bộ đến năm 2010 và thời kỳ 2011 - 2020*. Trên cơ sở kế thừa quan điểm của Nghị quyết số 37-NQ/TW và Kết luận số 26-KL/TW, ngày 10/2/2022 Bộ Chính trị khoá XIII đã ban hành Nghị quyết số 11-NQ/TW về *Phương hướng phát triển kinh tế- xã hội, bảo đảm quốc phòng, an ninh vùng trung du và miền Bắc Bộ đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*. Trên cơ sở phân tích đa chiều từ thực tiễn và những luận cứ khoa học, Nghị quyết số 11-NQ/TW đưa ra định hướng vừa mang tầm chiến lược vừa phù hợp với điều kiện của vùng như: xác định vùng có vị trí chiến lược đặc biệt quan trọng về kinh tế - xã hội, môi trường sinh thái, quốc phòng an ninh và đối ngoại của cả nước, là vùng phát triển xanh và bền vững. Một trong những vấn đề quan trọng nữa được đề cập tại Nghị quyết số 11 của Bộ Chính trị là đầu tư bảo tồn và phát huy hiệu quả các giá trị văn hóa, để phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn, góp phần phát triển kinh tế xã hội bền vững. Nghị quyết số 11-NQ/TW sẽ là kim chỉ nam trong quá trình phát triển kinh tế du lịch của các địa phương khu vực miền núi phía Bắc trong vùng trong thời gian tới.

Các quan điểm, chủ trương trong các Nghị quyết nêu trên đã thể hiện tầm tư duy sâu sắc, toàn diện của Đảng và Nhà nước ta về văn hóa, sức mạnh mềm văn hoá, xác định đúng đắn vị trí của văn hóa trong tiến trình phát triển đất nước, trong đó có phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch.

## **2.1.2. Kinh tế du lịch và sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch**

### **2.1.2.1. Kinh tế du lịch, phát triển kinh tế du lịch**

Kinh tế là tổng thể các yếu tố sản xuất, các mối quan hệ trong quá trình sản xuất và tái sản xuất xã hội. Trong xã hội hiện nay, khái niệm kinh tế vẫn chưa có một cách nhìn thống nhất, hay là một chuẩn mực nhất định. Có thể hiểu một cách cơ bản rằng, kinh tế là tổng hòa các mối quan hệ tương tác lẫn nhau của con người và xã hội liên quan trực tiếp đến việc sản xuất, trao đổi, phân phối, tiêu dùng các loại sản phẩm

hàng hóa và dịch vụ nhằm thỏa mãn nhu cầu ngày càng cao của con người trong một xã hội với một nguồn lực có hạn.

Cùng với hoạt động kinh tế, hoạt động du lịch đã có nguồn gốc hình thành và phát triển rất lâu. Một trong những động cơ khiến con người đi du lịch là để tìm kiếm những điều mới lạ, khám phá những điểm đến chứa đựng các giá trị văn hóa lâu đời như những công trình kiến trúc nghệ thuật, phong tục tập quán, tôn giáo tín ngưỡng, ẩm thực, lễ hội, v.v.. Tùy thuộc vào cách tiếp cận khác nhau, ở mỗi quốc gia khác nhau, khái niệm du lịch cũng đã có nhiều quan niệm khác nhau.

Khái niệm “du lịch” khi mới xuất hiện được hiểu là sự khởi hành và hoạt động lưu trú tạm thời của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của họ.

Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO): “Du lịch là khái niệm đề cập đến hoạt động của các du khách, trong đó các khách du lịch là những người di chuyển giữa các địa điểm địa lý khác nhau dù cho hoạt động này xuất phát từ bất kỳ mục đích cũng như thời gian nào” [148, tr.9].

Luật du lịch Việt Nam năm 2017 đưa ra định nghĩa: “Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên trong thời gian không quá 01 năm liên tục nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí, tìm hiểu, khám phá tài nguyên du lịch hoặc kết hợp với mục đích hợp pháp khác” [89, tr.3].

Theo quan niệm của chúng tôi, *du lịch là những hoạt động của các chủ thể liên quan đến quá trình di chuyển và lưu trú tạm thời ở ngoài nơi cư trú với mục đích an dưỡng, tham quan, trải nghiệm, tìm hiểu văn hoá, v.v.. qua đó nâng cao nhận thức về thế giới xung quanh.*

Theo *Từ điển Bách khoa Việt Nam* do Trung tâm biên soạn từ điển bách khoa Việt Nam xuất bản thì kinh tế du lịch được hiểu là: “Kinh tế du lịch là một loại hình kinh tế có tính đặc thù, mang tính dịch vụ và thường được xem như ngành công nghiệp không khói, gồm có du lịch quốc tế và du lịch trong nước; có chức năng, nhiệm vụ tổ chức, khai thác các tài nguyên và cảnh quan của đất nước nhằm thu hút khách du lịch trong nước và ngoài nước; tổ chức buôn bán, xuất nhập khẩu tại chỗ hàng hóa và dịch vụ cho khách du lịch” [109, tr.273].

Theo tác giả Nguyễn Thị Hồng Lâm: Kinh tế du lịch là một quan hệ kinh tế

trong lĩnh vực cung ứng sản phẩm du lịch, bao gồm các quan hệ ngành, nghề như: kinh doanh lữ hành, kinh doanh lưu trú du lịch, kinh doanh vận chuyển khách du lịch, kinh doanh phát triển khu du lịch, điểm du lịch và kinh doanh dịch vụ du lịch khác, nhằm thỏa mãn nhu cầu tinh thần của du khách, đem lại lợi ích kinh tế, chính trị, xã hội thiết thực cho nước làm du lịch và bản thân doanh nghiệp du lịch [53, tr.36].

Trong phạm vi nghiên cứu của luận án, khái niệm kinh tế du lịch được hiểu: *Kinh tế du lịch là một loại hình kinh tế trong tổng thể nền kinh tế quốc dân có chức năng và nhiệm vụ tổ chức, khai thác các tài nguyên du lịch (tài nguyên thiên nhiên, tài nguyên văn hoá, v.v..) của đất nước nhằm thu hút khách du lịch, đem lại lợi ích cho các cá nhân, tổ chức và quốc gia.*

*Phát triển kinh tế du lịch là quá trình phát triển các hoạt động kinh doanh tài nguyên du lịch để đáp ứng các nhu cầu hiện tại của khách du lịch và người dân bản địa, nhằm mang lại lợi ích kinh tế cho các chủ thể có liên quan, trên cơ sở đó phát triển của đời sống kinh tế - xã hội của đất nước.*

Từ cách tiếp cận trên, nội hàm chủ yếu của phát triển kinh tế du lịch, sẽ bao gồm các phương diện: *Thứ nhất*, sự phát triển các loại hình du lịch; *Thứ hai*, sự nâng chất lượng hoạt động của các điểm đến du lịch; *Thứ ba*, là sự phát triển cung ứng dịch vụ du lịch; *Thứ tư*, sự phát triển của kinh tế du lịch thông qua phương thức quảng bá hình ảnh đất nước bằng thực hiện sức mạnh mềm văn hoá.

Phát triển kinh tế du lịch tập trung vào các nội dung chính yếu dưới đây:

*Một là*, phát triển các loại hình kinh doanh du lịch. Kinh doanh du lịch là một quan hệ kinh tế tổng hợp, bao gồm các hệ thống quan hệ ngành, nghề chủ yếu là kinh doanh: dịch vụ lữ hành, vận tải khách du lịch, lưu trú du lịch và dịch vụ du lịch khác (Kinh doanh phát triển khu du lịch, điểm du lịch, Kinh doanh dịch vụ du lịch) [89].

*Hai là*, phát triển các sản phẩm, hàng hóa du lịch và khai thác có hiệu quả các nguồn tài nguyên kinh doanh du lịch tại các điểm đến du lịch. Sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ trên cơ sở khai thác giá trị tài nguyên du lịch để thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch [89, tr.7]. “Tài nguyên du lịch là cảnh quan thiên nhiên, yếu tố tự nhiên và các giá trị văn hóa làm cơ sở để hình thành sản phẩm du lịch, khu du lịch, điểm du lịch, nhằm đáp ứng nhu cầu du lịch. Tài nguyên du lịch gồm tài nguyên du

lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch văn hóa” [89, tr.6].

*Ba là*, phát triển dịch vụ thương mại nhằm kích thích khách du lịch tăng chi tiêu cho chuyến du lịch. Kinh doanh thương mại không chỉ đáp ứng nhu cầu hàng hóa cho khách du lịch, mà còn có ý nghĩa chiến lược đối với phát triển nền kinh tế nói chung và phát triển ngành du lịch nói riêng; thực hiện xuất khẩu hàng hóa tại chỗ, thu ngoại tệ với hiệu quả cao, đồng thời thúc đẩy sản xuất phát triển, đặc biệt là khôi phục được các ngành, nghề truyền thống.

*Bốn là*, phát triển các phương thức quảng bá hình ảnh của các điểm đến du lịch. Để kinh tế du lịch đến gần hơn với du khách, ngành cần có sự chuyển đổi cách tiếp cận và quảng bá du lịch theo hướng có trọng tâm và sáng tạo. Bên cạnh các kênh quảng bá truyền thống là phát hành tờ rơi, tập gấp, cẩm nang du lịch, cần phối kết hợp với các doanh nghiệp lữ hành tham gia khảo sát tour, tuyển nhằm giới thiệu các điểm đến, sản phẩm du lịch mới; xây dựng, duy trì và đẩy mạnh công tác thông tin, quảng bá trên các công, trang thông tin điện tử: với nhiều nội dung giới thiệu quảng bá hình ảnh du lịch, cung cấp thông tin, phản ánh các hoạt động văn hóa, phong tục tập quán, các lễ hội truyền thống.

#### **2.1.2.2. Sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch**

Ở một lát cắt, văn hóa là một lĩnh vực thuộc kiến trúc thượng tầng, vì vậy thực chất của sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch là giải quyết mối quan hệ giữa cơ sở hạ tầng và kiến trúc thượng tầng. Nguồn gốc phát sinh của văn hóa là từ cơ sở kinh tế, sau khi hình thành văn hóa lại có quy luật phát triển riêng, có tính độc lập tương đối và tác động mạnh mẽ trở lại kinh tế. C.Mác và Ph.Ăngghen phát hiện ra mối quan hệ giữa văn hóa và kinh tế trong phát triển: “Sự phát triển của chính trị, pháp luật, tôn giáo, văn học và nghệ thuật... đều xây dựng trên cơ sở phát triển kinh tế. Nhưng tất cả chúng đều tác động lẫn nhau và tác động đến cơ sở kinh tế. Vấn đề hoàn toàn không phải là chỉ có hoàn cảnh kinh tế mới là nguyên nhân, chỉ có nó là tích cực, còn tất cả những cái còn lại đều chỉ là hậu quả thụ động. Không, ở đây tác động qua lại trên cơ sở tất yếu kinh tế, xét cho cùng bao giờ cũng mở đường đi cho mình” [62, tr.446]. Mối quan hệ giữa kinh tế và văn hóa còn thể hiện ở sự thâm nhập vào nhau giữa kinh tế và văn hóa, trong kinh tế có văn hóa và trong văn hóa có

kinh tế. Điều này sớm được C. Mác dự báo qua quan điểm coi văn hóa cũng có thể trở thành một loại hàng hóa. Văn hóa ở đây được C. Mác xem xét ở khía cạnh văn học, nghệ thuật. Đây là một loại hàng hóa đặc biệt nên việc sản xuất và tiêu dùng nó cũng khác với các loại hàng hóa khác. C. Mác viết: “Nếu như nghe nhạc hay và người nghe nhạc hiểu được nhạc thì việc tiêu dùng âm nhạc còn cao quý hơn việc tiêu dùng rượu sâm banh, tuy rằng việc sản xuất ra rượu sâm banh là lao động sản xuất, còn việc sản xuất ra âm nhạc là lao động không sản xuất” [32, tr.265]. Hàng hóa này vừa có chức năng kinh tế vừa có chức năng văn hóa, giáo dục, bồi dưỡng tâm hồn, trí tuệ, tình cảm con người, hướng con người vươn tới chân, thiện, mỹ. Dự báo này của C. Mác đã được minh chứng bằng sự ra đời và phát triển mạnh mẽ của ngành công nghiệp văn hóa từ giữa thế kỷ XX. Đó là sản phẩm của sự kết hợp giữa kỹ thuật cao với sự phát triển của văn hóa, thể hiện xu thế kinh tế và văn hóa thấm sâu vào nhau.

Cho nên mối quan hệ giữa kinh tế du lịch và văn hóa luôn luôn là sự gắn kết biện chứng vô cùng chặt chẽ, có tác động qua lại, ảnh hưởng nhau rõ rệt. Bất kỳ một hiện tượng nào trong xã hội đều có khía cạnh văn hóa của nó nhưng đối với hoạt động kinh tế du lịch, văn hóa vừa là tài nguyên, vừa là biện pháp, cách thức làm ra lợi nhuận. Nếu xem mọi thứ từ con người đều ẩn chứa văn hóa thì văn hóa sẽ tồn tại trong tất cả các loại hình du lịch và gần như có mặt ở mọi khía cạnh của những cuốn hút du lịch. Điều này tạo ra sự khác biệt và cũng chính là sự cạnh tranh của các điểm đến du lịch. Sự khác biệt tạo ra chủ yếu từ khía cạnh văn hóa, cho nên những điểm đến thành công thường kết hợp tốt giữa văn hóa với du lịch. Văn hóa kết hợp với du lịch sẽ tạo ra lợi thế cạnh tranh so sánh đặc biệt cho cả hai.

Du lịch là một kênh truyền dẫn đóng vai trò quan trọng trong lan tỏa sức hấp dẫn, thu hút về sức mạnh mềm văn hóa đến với các chủ thể tiếp nhận. Trong quá trình triển khai các hoạt động du lịch, du lịch Việt Nam đã tích cực khai thác các thế mạnh và tiềm năng sẵn có của nguồn tài nguyên văn hóa phong phú, đa dạng và giàu sức hấp dẫn vào việc xúc tiến, quảng bá du lịch nhằm thu hút khách du lịch, từ đó phát huy sức mạnh mềm văn hóa của Việt Nam trong giai đoạn hiện nay. Văn hóa trở thành “nguồn lực mềm”, chất xúc tác quan trọng giúp nâng cao năng lực cạnh tranh

của kinh tế du lịch<sup>1</sup>. Dựa theo số liệu tại Phụ lục , trong các nguồn tạo dựng năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam thì nhóm 14 (tài nguyên văn hóa) đang có thứ hạng cao nhất so với các nhóm tiêu chí còn lại. Điều này đã chứng minh rất rõ ảnh hưởng của sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch.

Như vậy, văn hóa và du lịch có mối quan hệ đặc biệt mang tính biện chứng trong quá trình phát triển. Không có hoạt động du lịch nào tách rời văn hoá, du lịch dựa vào văn hóa để phát triển những sản phẩm, gia tăng cuốn hút du khách. Ngược lại, văn hóa được quảng bá và phát triển tốt hơn thông qua các hoạt động du lịch. Quá trình biến đổi sức mạnh mềm văn hóa trở thành nguồn lực trong phát triển kinh tế du lịch thể hiện ở sự khai thác hiệu quả để tạo ra sức hấp dẫn, lôi cuốn của những nguồn lực văn hóa nhằm thu hút khách du lịch. Trong đó, nguồn lực văn hóa gắn với phương thức thực hiện hiệu quả thông qua hoạt động thực tiễn của con người chính là công thức để mang lại hiệu quả nhằm phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch.

Từ việc phân tích khung lý thuyết liên quan đến sức mạnh mềm văn hoá và phát triển kinh tế du lịch, chúng tôi hiểu *sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch là sức mạnh có được từ nguồn lực văn hóa, được các chủ thể khai thác, phát huy, truyền bá đến khách du lịch bằng sự thu hút, lôi cuốn, thuyết phục cảm hóa họ thông qua phát triển du lịch văn hóa*. Do đó, yêu cầu kết quả mong muốn của sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch là: Tạo tâm lý hấp dẫn, thỏa mãn của khách du lịch; Tạo sự an toàn, không khí vui tươi trong tâm trạng của con người để vừa lòng khách du lịch và quảng bá hình ảnh của các điểm đến du lịch; Tạo sự đoàn kết dân tộc, tự tôn dân tộc, bảo đảm môi trường sinh thái; Tạo niềm tin, ngưỡng mộ, thỏa mãn cho du khách; Tạo phát triển kinh tế du lịch.

Trên cơ sở đó, vai trò sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch được chúng tôi hiểu ở những khía cạnh cơ bản sau: *Thứ nhất*, góp phần định hướng cho phát triển kinh tế du lịch; *Thứ hai*, tạo cơ sở, điều kiện, động lực thuận lợi cho hoạt động kinh tế du lịch; *Thứ ba*, tạo đời sống phong phú cho ngành du lịch; *Thứ tư*,

---

<sup>1</sup> Xem Phụ lục 2 – Xếp hạng năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam năm 2019 theo 14 nhóm tiêu chí.

sức mạnh mềm văn hóa góp phần khắc phục những ảnh hưởng tiêu cực, phi văn hóa trong ngành du lịch; *Thứ năm*, góp phần xây dựng môi trường xanh, sạch, đẹp trong hoạt động kinh tế du lịch. Thực chất nội dung vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc trong mối quan hệ biện chứng giữa nhân tố khách quan và chủ quan là phải làm rõ được vấn đề trên hai phương diện: Phát huy sức mạnh mềm văn hoá từ phương diện nguồn lực văn hóa (nền văn hóa thống nhất trong đa dạng, kho tàng di sản văn hóa phong phú: danh lam thắng cảnh, di tích, kiến trúc, v.v..) và phát huy sức mạnh mềm văn hóa từ phương diện hành vi (gắn liền với con người – yếu tố mang tính chủ quan: yêu nước, cần cù, dũng cảm, đoàn kết, v.v..).

*Phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch là phát huy các giá trị có được từ nguồn lực văn hoá, được các chủ thể truyền bá, lan toả những giá trị văn hoá đến khách du lịch bằng sự thu hút, lôi cuốn, thuyết phục, cảm hoá, ... để phục vụ phát triển kinh tế du lịch trong sự phát triển nền kinh tế quốc gia.* Việc phát huy sức mạnh nền văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch cần chú ý những yêu cầu sau: *Thứ nhất*, tạo sự thống nhất trong đa dạng về bản sắc văn hóa; *Thứ hai*, phát huy phải đặt trong mối quan hệ với các yếu tố đối lập; *Thứ ba*, phát huy chú trọng đến bảo tồn bản sắc văn hoá dân tộc; *Thứ tư*, kế thừa và đổi mới là cơ sở để phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch.

Dù theo phương diện nào thì đều có một mẫu số chung, đều có một đích cuối cùng mà mọi người quan tâm trong phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch, đó là “kết quả mong muốn” chứ không phải nguồn lực văn hóa. Kết quả mong muốn ở đây là sức thu hút, lôi cuốn của các nguồn lực văn hóa để phục vụ cho phát triển kinh tế du lịch. Vì vậy, để đạt được kết quả mong muốn thì phải chú ý nhiều đến các yếu tố liên quan đến chủ thể, bối cảnh và chiến lược, phương thức thực hiện. Chiến lược gắn kết phương tiện với mục đích, và chiến lược kết hợp thành công với nguồn tài nguyên văn hóa sẽ mang lại hiệu quả trong phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch.

## 2.2. KHÁI QUÁT KHU VỰC MIỀN NÚI PHÍA BẮC VÀ SỨC MẠNH MỀM VĂN HÓA Ở MIỀN NÚI PHÍA BẮC VIỆT NAM

### 2.2.1. Khái quát đặc điểm khu vực miền núi phía Bắc

#### *Điều kiện tự nhiên*

Khu vực miền núi phía Bắc bao trùm toàn bộ hai vùng miền núi rộng lớn ở phía Bắc là Đông Bắc và Tây Bắc, với tổng diện tích tự nhiên toàn vùng là 95 221 km<sup>2</sup> (chiếm 28,7 % về diện tích cả nước, diện tích lớn đứng thứ 2 sau vùng Bắc Trung Bộ)<sup>1</sup>. Trung tâm vùng là thành phố Thái Nguyên.

Khu vực miền núi phía Bắc có địa hình tương đối phức tạp và không có sự đồng nhất, tồn tại những hình thái địa hình đa dạng như: vùng cao nguyên, vùng trung du, vùng cao và vùng núi. Phân chia theo độ cao, địa hình các tỉnh miền núi phía Bắc được chia ra thành 6 kiểu: địa hình núi cao (độ cao trên 2 500m); địa hình núi trung bình; địa hình núi thấp; địa hình sơn nguyên; địa hình đồi (độ cao dưới 500m) và địa hình kiểu Cácxtơ<sup>2</sup>. Đất đai đa dạng trong đó chủ yếu là đất feralit, ngoài ra có đất phù sa cổ ở vùng trung du, đất phù sa dọc các thung lũng, các con sông và các cánh đồng.

Khu vực miền núi phía Bắc nằm trong vành đai khí hậu nhiệt đới. Trên nền chung đó, độ cao và hướng địa hình đã làm cho khí hậu nơi đây có sự pha trộn giữa tính cận nhiệt và ôn đới núi cao. Đặc trưng tiêu biểu của khí hậu trong vùng là có mùa đông lạnh nhất nước ta do ảnh hưởng trực tiếp của gió mùa Đông Bắc. Nếu như trong mùa hạ, nhiệt độ cao gần như ngang bằng với các vùng khác trong cả nước thì vào mùa đông, sự khác biệt lại trở nên thật sự rõ ràng, nhiệt độ xuống dưới 0<sup>0</sup>C, xuất hiện băng tuyết ở vùng núi cao. Khu vực miền núi phía Bắc chịu ảnh hưởng của chế độ gió mùa rõ rệt.

Điều kiện tự nhiên miền núi phía Bắc là môi trường sống, nuôi dưỡng và phát triển các giá trị văn hoá, là điều kiện khách quan của tồn tại xã hội hình thành nên những phong tục, tập quán sinh sống, canh tác đặc thù và sự đa dạng về văn hoá của khu vực. Trải qua hàng nghìn năm phát triển, vừa thích ứng với những điều kiện tự nhiên khắc nghiệt, vừa liên tục đấu tranh với các thế lực ngoại xâm để tồn tại và phát

<sup>1</sup> Xem chi tiết Phụ lục, Nguồn Tổng cục Thống kê, tính đến ngày 31/12/2020, truy cập tại trang thông tin điện tử [https:// www.gso.gov.vn](https://www.gso.gov.vn).

<sup>2</sup> Xem chú thích số (4).



triển, đồng bào các dân tộc nơi đây đã tạo nên những giá trị văn hóa – nhân văn huyền bí và vô cùng độc đáo, đặc biệt là văn hoá của các dân tộc thiểu số<sup>1</sup>. Những thửa ruộng bậc thang đẹp như tranh vẽ ở Mù Căng Chải trong mùa lúa chín có thể coi là hình ảnh biểu tượng cho sự hòa hợp giữa con người và thiên nhiên; chiếc khăn Piêu tha thướt cùng điệu múa xòe say đắm lòng người của các cô gái Thái; điệu Then nồng ấm, ẩn chứa những giá trị lịch sử, văn hóa lâu đời của các dân tộc Tày, Nùng là cầu nối giữa con người với thế giới thần linh; lễ hội nhảy lửa gửi gắm mong ước về một năm mới bình yên, mưa thuận gió hòa, mùa màng bội thu của các chàng trai người Dao đỏ ở Hoàng Su Phì,... Đó là những không gian văn hóa vô cùng đặc sắc, đậm chất tâm linh, tạo nên sức hút khó cưỡng đối với du khách. Đây là nguồn lực văn hóa giàu giá trị, trực tiếp tạo nên các sản phẩm du lịch mang tính đặc thù của vùng núi phía Bắc. Bên cạnh đó, tiềm năng du lịch văn hóa ở vùng miền núi phía Bắc nước ta còn có thể kể đến nhiều giá trị văn hóa gắn với từng dân tộc như ẩm thực, trang phục, kiến trúc nhà ở, tập quán sản xuất, cấu trúc xã hội, thiết chế văn hóa truyền thống... cùng với di sản văn hóa thiên nhiên đã tạo nên sức hấp dẫn đặc biệt đối với du khách, tạo nên “sức mạnh mềm” văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch.

### ***Điều kiện kinh tế***

Khu vực miền núi phía Bắc nằm ở vị trí có nhiều tiềm năng để phát triển kinh tế, đặc biệt là kinh tế thương mại, du lịch và dịch vụ. Phía Tây và phía Bắc của vùng (Hà Giang, Lạng Sơn, Cao Bằng, Lào Cai, Sơn La, Lai Châu, Điện Biên) có đường biên giới giáp với Trung Quốc dài 1.500km và giáp nước Lào dài khoảng 560km [7] với hệ thống cửa khẩu quốc tế, cửa khẩu quốc gia, các chợ biên giới đa dạng, tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển kinh tế ngoại thương, kinh tế ngoại thương, kinh tế du lịch, dịch vụ, đây được coi là những ngành kinh tế mũi nhọn của các địa phương trong vùng. Hệ thống giao thông vùng có 4 phương thức vận tải, cụ thể: đường bộ quốc gia có 11 đoạn tuyến cao tốc; đường sắt tập trung 3/7 tuyến chính quốc gia; đường thủy nội địa đang khai thác 5/17 tuyến chính của miền Bắc; cảng hàng không có cảng hàng

---

<sup>1</sup> Xem chú thích số (5).

không Điện Biên, cảng hàng không Nà Sản và cảng hàng không Sa Pa đang trong quá trình khởi công xây dựng và hoàn thiện.

Với điều kiện tự nhiên đa dạng về khí hậu, địa hình, đất đai, các tỉnh miền núi phía Bắc có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển một nền nông nghiệp toàn diện với các sản phẩm đa dạng, từ lương thực, cây ăn quả, cây công nghiệp, dược liệu, thủy sản, lâm sản, v.v.. Các địa phương trong vùng còn có nhiều tiềm năng để sản xuất nhiều loại rau ôn đới, hoa xuất khẩu, khai thác và trồng các loại rau rừng (rau bồ khai, rau sắng, rau ngót rừng,...), trồng các loại cây lấy tinh dầu (sả, sớ, đậu tương, lạc,...), cây dược liệu quý (đỗ trọng, đương quy, tam thất, hồi, quế, thảo quả,...), trồng cây công nghiệp (chè, thuốc lá,...). Sản phẩm nông nghiệp của các địa phương khu vực miền núi phía Bắc không chỉ đa dạng về chủng loại mà còn có nhiều lợi thế cạnh tranh trên thị trường với đặc trưng riêng bản địa đặc sắc như cam sành (Hà Giang), táo mèo, mận Bắc Hà (Lào Cai), quýt Bắc Sơn, hồng Bảo Lâm, na Đồng Mỏ (Lạng Sơn), nhãn Văn Chấn (Yên Bái), bưởi Đoan Hùng, hồng Hạc (Phú Thọ), gạo tám thơm, gạo nếp hương (Điện Biên), gạo Tú Lệ, gạo tám chiêm hương (Yên Bái), gạo Ség Cù (Lào Cai), v.v.. Nền nông nghiệp đa dạng sản phẩm với đặc trưng vùng miền là lợi thế để tạo nên bản sắc riêng trong văn hoá ẩm thực, chữa bệnh để phát triển kinh tế du lịch. Việc gắn kết giữa sản xuất nông nghiệp với công nghiệp chế biến sẽ nâng cao giá trị sản phẩm nông nghiệp, tăng giá trị tổng sản phẩm nội vùng và thu nhập cho nông dân miền núi phía Bắc, đồng thời cũng quy định tính đặc thù của con đường phát triển công nghiệp hoá, hiện đại hoá nông nghiệp nông thôn ở các tỉnh miền núi phía Bắc.

Miền núi phía Bắc là khu vực có nhiều tiềm năng phát triển kinh tế thương mại, du lịch và dịch vụ. Trên địa bàn miền núi phía Bắc có nhiều danh lam thắng cảnh được tạo nên bởi cảnh sắc thiên nhiên đa dạng của núi, rừng, động, thác, hồ, sông, suối, nguồn nước suối khoáng, thung lũng. Có thể kể đến một số địa danh nổi tiếng như: Thác Bản Giốc (Cao Bằng); hồ Ba Bể (Bắc Kạn); suối Mỏ Mắm, động Tam Thanh, động Nhị Thanh, núi Mẫu Sơn (Lạng Sơn); suối nước nóng Kim Bôi (Hoà Bình); thác Tà Lôm, núi Cô Tiên; thung lũng Mường Hoa (Lào Cai); hồ Núi Cốc, hang Phượng Hoàng (Thái Nguyên); suối nước khoáng Mỹ Lâm (Tuyên Quang) v.v..

Khu vực miền núi phía Bắc còn được biết đến với vẻ đẹp của những thửa ruộng bậc thang (Sa Pa), cao nguyên Đồng Văn (Hà Giang), những di tích lịch sử văn hoá quốc gia (di tích lịch sử Ai Chi Lăng, di tích khảo cổ hang Thẩm Khuyên, Thẩm Hai, Kéo Lèng, di tích lịch sử văn hoá Bãi đá cổ Sa Pa, di tích lịch sử ATK, di tích lịch sử Điện Biên Phủ, v.v.. Vẻ đẹp của phong cảnh thiên nhiên, những di tích lịch sử, văn hoá và khí hậu mát mẻ đang trở thành nguồn tài nguyên tiềm năng cho các địa phương khu vực miền núi phía Bắc phát triển kinh tế du lịch với nhiều sản phẩm đa dạng từ du lịch sinh thái, du lịch mạo hiểm, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch cộng đồng, du lịch văn hoá lịch sử hấp dẫn, bổ ích.

### ***Đặc điểm dân cư, tập quán sinh sống***

Miền núi phía Bắc là vùng có mật độ dân số thấp (134 người/km<sup>2</sup>) với tổng dân số là 12.725.780 người (chiếm 13% dân số cả nước, dân số thấp đứng thứ 2 trên vùng Tây Nguyên)<sup>1</sup>. Các tỉnh miền núi phía Bắc có dân cư đa dạng về thành phần dân tộc (Ngoài người Kinh, có 30 thành phần dân tộc nếu tính từ dân tộc có số lượng từ 642 người (Khmer) đến 1.565.659 người (Tày) [108]. Sự đa dạng về thành phần dân tộc chính là tiền đề quan trọng để phát triển các hoạt động du lịch. Không gian tộc người ở những tỉnh miền núi phía Bắc chia thành 3 vùng khá rõ ràng: Vùng rẻo cao (đỉnh núi) là nơi cư trú của những dân tộc bản địa thuộc nhóm ngôn ngữ Môn – Dao; Vùng rẻo giữa (sườn núi) là nơi cư trú của những dân tộc bản địa thuộc nhóm ngôn ngữ Môn – Khome; Vùng thung lũng (chân núi) là nơi sinh sống của những nhóm ngôn ngữ Việt – Mường, nhóm Tày – Thái, nhóm ngôn ngữ Kadai, nhóm ngôn ngữ Hán; Riêng người Hoa sinh sống ở cả nông thôn và thành thị. Mặc dù có lịch sử, nguồn gốc khác nhau nhưng đặc điểm nổi bật của các dân tộc ở các tỉnh miền núi phía Bắc là có truyền thống gắn bó lâu đời với mảnh đất địa đầu Tổ quốc; đoàn kết, thân ái, tương trợ lẫn nhau và cùng với cộng đồng các dân tộc Việt Nam dệt nên những trang sử hào hùng.

---

<sup>1</sup> Xem chi tiết Phụ lục, Nguồn Tổng cục Thống kê, tính đến ngày 31/12/2020, truy cập tại trang thông tin điện tử <https://www.gso.gov.vn>

Cư dân ở khu vực miền núi phía Bắc chủ yếu sinh sống ở vùng nông thôn. Dân số nông thôn của các tỉnh miền núi phía Bắc chiếm tỷ lệ cao nhất cả nước (80%)<sup>1</sup>. Khu vực nông thôn miền núi phía Bắc bao trùm toàn bộ vùng giáp ranh thành thị, vùng sâu, vùng xa, vùng biên giới rộng lớn. Dân cư ở nông thôn phân bố thưa thớt trên địa bàn rộng, địa hình khó khăn, hiểm trở, kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội còn nhiều yếu kém, bất cập. Cộng đồng dân cư nông thôn quần tụ gắn bó với nhau trong những mô hình làng/thôn/bản. Chính vì vậy, khi nghiên cứu khu vực miền núi phía Bắc, từ góc độ tiếp cận nào (kinh tế hay văn hoá) cũng đều phải chú ý đến lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn và nông dân với những mặt thuận lợi và khó khăn của nó trong quá trình phát triển.

### **2.2.2. Sức mạnh mềm văn hóa ở miền núi phía Bắc Việt Nam**

Sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam là sức hấp dẫn, thu hút, lôi cuốn của những giá trị văn hóa đặc thù, nổi bật đối với các chủ thể khác thông qua các hoạt động kinh tế - xã hội. Sức mạnh mềm văn hóa ở khu vực miền núi phía Bắc được tiếp cận dưới dạng những giá trị đang khai thác và những giá trị tiềm năng cần được khơi dậy, phát huy để trở thành nguồn lực thúc đẩy kinh tế du lịch phát triển. Nhìn một cách tổng thể, những nguồn lực văn hóa có khả năng chuyên hóa thành sức mạnh mềm trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay bao gồm:

#### **2.2.2.1. Nền văn hóa thống nhất trong đa dạng**

Dưới lát cắt của thế giới quan triết học, nền văn hóa thống nhất trong đa dạng chính là biểu hiện cụ thể của mối quan hệ biện chứng giữa cái chung và cái riêng. Bản sắc văn hóa là nét đẹp, tinh hoa, các giá trị tiêu biểu và đặc trưng của một nền văn hóa nhất định, được hình thành và phát triển dưới tác động của các yếu tố lịch sử, tự nhiên, xã hội. Muốn nhận biết bản sắc văn hóa của dân tộc (cái chung) thì phải thông qua vô vàn biểu hiện sắc thái văn hóa (cái riêng). Sự đa dạng trong thống nhất, thống nhất mà vẫn đa dạng của văn hoá là đặc trưng, đồng thời là quy luật phát triển,

<sup>1</sup> Xem chi tiết Phụ lục, Nguồn Tổng cục Thống kê, tính đến ngày 31/12/2020, truy cập tại trang thông tin điện tử <https://www.gso.gov.vn>.

tiềm năng, tính hấp dẫn trong phát huy sức mạnh mềm văn hoá nói chung và sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc nói riêng.

Khu vực miền núi phía Bắc là địa bàn sinh sống của nhiều dân tộc và dân cư các dân tộc thiểu số, tương ứng với đó là nền văn hóa thống nhất trong đa dạng. Nền văn hóa thống nhất trong đa dạng là sản phẩm của quá trình nhân dân các dân tộc tạo dựng trong suốt chiều dài lịch sử của quá trình lao động sản xuất, dựng nước và giữ nước. Tính thống nhất và tính đa dạng phản ánh sâu sắc mối quan hệ giữa bản sắc văn hóa dân tộc - quốc gia Việt Nam và sắc thái văn hóa dân tộc/tộc người<sup>1</sup>, văn hóa của các địa phương ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay.

Văn hóa của cộng đồng các dân tộc miền núi phía Bắc vận động trong tiến trình lịch sử đã thể hiện rất rõ tính thống nhất của nền văn hóa dân tộc. Cho dù nhiều tộc người di cư vào khu vực ở những thời điểm lịch sử khác nhau, có tộc người đến sớm từ hàng nghìn năm, có tộc người mới du nhập vài trăm năm nhưng khi cùng sinh sống trên lãnh thổ của đất nước Việt Nam thì các tộc người đều có chung một ký ức về cội nguồn tiên tổ, là đồng bào của nhau, thừa nhận quốc gia - dân tộc phải có cương vực rõ ràng, có người đứng đầu đại diện cho dân quản lý đất nước, thống nhất quốc kỳ, quốc huy, quốc hiệu, quốc ca... của đất nước. Thống nhất phép tắc của nhà nước, lấy tiếng nói người Kinh làm ngôn ngữ phổ thông trong giao tiếp, quy định chữ viết quốc gia trong mỗi thời kỳ lịch sử. Thống nhất hệ tư tưởng và thể chế quản lý xã hội, hành vi con người cùng xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.

Nền văn hóa ở khu vực miền núi phía Bắc là nền văn hóa đa dân tộc. Văn hóa đa dân tộc đã kiến tạo một nền văn hóa đa dạng các thành tố và hình thức biểu hiện. Đi sâu tìm hiểu bất kỳ thành tố nào của văn hóa như văn hóa ẩm thực, nhà ở, trang phục, phong tục, tập quán, hội lễ, tín ngưỡng tôn giáo, văn học nghệ thuật,... chúng ta đều dễ dàng nhận ra những biểu hiện riêng, độc đáo ở mỗi tộc người, địa phương. Đó là những dấu hiệu đặc trưng tạo thành bản sắc riêng để nhận biết và phân biệt văn hóa của của các tộc người. Khi sắc thái văn hóa của mỗi tộc người được hoà quyện vào nền văn hóa của

---

<sup>1</sup> Xem Chú thích số (6).

quốc gia thì nền văn hóa Việt thực sự đa dạng, thực sự là một vườn hoa văn hóa phong phú đa sắc, đa hương.

Như vậy, có thể khẳng định nền văn hóa của các dân tộc ở khu vực miền núi phía Bắc là nền văn hóa thống nhất trong đa dạng sắc thái văn hóa của cộng đồng các dân tộc anh em. Tính thống nhất không triệt tiêu tính đa dạng, mà là cơ sở để tính đa dạng được thể hiện phong phú hơn, có môi trường bộc lộ tốt hơn thông qua giao thoa văn hóa, sự học hỏi và tiếp thu lẫn nhau giữa các dân tộc. Tính đa dạng bổ sung, làm phong phú, tăng cường tính thống nhất, làm cho cái riêng luôn được chất lọc, lựa chọn được phần tinh túy để bồi đắp vào cái chung. Mọi biểu hiện tuyệt đối hóa tính đa dạng mà phủ nhận tính thống nhất, hoặc tuyệt đối hóa tính thống nhất mà phủ nhận tính đa dạng đều dẫn tới sai lầm, không tôn trọng mối quan hệ khách quan giữa cái riêng và cái chung. Chính vì vậy, khi khai thác nguồn lực văn hóa từ phương diện phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch phải bảo đảm tính thống nhất trong đa dạng của văn hóa, qua đó góp phần thực hiện mục tiêu xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc.

#### ***2.2.2.2. Các giá trị văn hóa tinh thần của cộng đồng các dân tộc miền núi phía Bắc***

Văn hóa của các dân tộc miền núi phía Bắc Việt Nam là thành quả của quá trình lao động sáng tạo, gìn giữ và bảo vệ Tổ quốc của đồng bào các dân tộc nơi đây trong suốt trường kỳ lịch sử. Trải qua những thế kỷ sáng tạo, nhân dân các dân tộc miền núi phía Bắc đã hình thành nên bản sắc văn hóa độc đáo được truyền lưu và bồi đắp qua nhiều thế hệ, kết tinh thành những giá trị văn hóa tinh thần độc đáo, đó là những nấc thang nâng tầm giá trị nhân sinh trong tâm hồn con người trường tồn qua dòng chảy của lịch sử. Đó cũng chính là tiềm năng của sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch của khu vực.

*\* Lòng yêu nước, tinh thần đoàn kết, cố kết cộng đồng*

Khu vực miền núi phía Bắc của Tổ quốc được biết đến với một bề dày lịch sử gắn liền với cuộc đấu tranh dựng nước và giữ nước của dân tộc Việt Nam. Các địa danh như cột cờ Lũng Cú (Hà Giang), vùng đất địa đầu Tổ quốc hay Ải Chi Lăng - nơi hội tụ hào khí Đông A lẫy lừng cho đến cứ điểm Điện Biên Phủ với chiến thắng năm 1954 chặn động địa cầu, hay chiến khu Pác Pó, Cao Bằng và căn cứ cách mạng

Tân Trào, Tuyên Quang, ATK Định Hóa gắn với cuộc kháng chiến chống thực dân Pháp và đế quốc Mỹ vẻ vang... Tất cả những địa danh này đều chứa đựng những giá trị lịch sử - văn hóa, kiến trúc - nghệ thuật và chuyển tải những câu chuyện, sự kiện lịch sử hào hùng trong lịch sử, là minh chứng cho tinh thần yêu nước của nhân dân, tạo nên sức hấp dẫn của đất và người nơi đây.

Lòng yêu nước là tiền đề cho những giá trị tinh thần cao quý khác hình thành, trong đó có tinh thần đoàn kết, cố kết cộng đồng. Tinh thần đoàn kết, cố kết cộng đồng của đồng bào các dân tộc miền núi phía Bắc được thể hiện qua văn hóa bản, làng. Một điểm dễ nhận thấy là cư dân địa phương của khu vực miền núi phía Bắc thường cư trú theo bản/làng, tùy theo địa bàn sinh sống và tùy theo từng dân tộc mà quy mô và hình thái cư trú có sự khác biệt. Có làng, bản tập trung hàng trăm gia đình (nóc nhà), trung bình thì khoảng 30-40 gia đình. Có hình thức làng cư trú tập trung như của người Thái, người Mường.v.v..., cũng có loại làng phân tán, rải rác theo địa hình và đất canh tác như bản làng của người Hmông, Dao, các dân tộc thuộc nhóm Môn – Khơ-me. Làng, bản là một đơn vị xã hội của văn hóa, là một môi trường văn hóa mà ở đó mọi thành tố, mọi hiện tượng văn hóa được sinh thành phát triển, lưu giữ và trao truyền tới mọi cá thể.

*\* Tính linh hoạt, cần cù, sáng tạo, năng lực thích ứng cao*

Địa hình hiểm trở cùng với sự khắc nghiệt của thiên nhiên, trong quá trình lao động sản xuất người dân miền núi phía Bắc đã biết thuận theo tự nhiên, biết cải tạo, khắc phục thiên nhiên, cùng nhau cố kết thành cộng đồng để vượt qua nhiều gian nan, thử thách. Những thử thách của thiên nhiên đã hun đúc nên đức tính cần cù, sáng tạo, năng lực thích ứng cao của con người miền núi phía Bắc. Cần cù, sáng tạo, năng lực thích ứng cao đã trở thành những giá trị văn hóa tinh thần, là lẽ sống, cội nguồn của những triết lý nhân sinh của người dân nơi đây. Truyền thống ấy trong lao động biểu hiện rất đa dạng, phong phú và rõ nét. Đó là công cuộc cải tạo, chinh phục tự nhiên; là sự sáng tạo trong chế tác, cải biến công cụ lao động; là việc hình thành các ngành nghề gắn với từng lợi thế của địa phương; là quá trình sản xuất vật chất phục vụ cuộc sống, phát triển xã hội... Trong công cuộc xây dựng chủ nghĩa xã hội, dưới sự lãnh đạo của Đảng, tính linh hoạt, cần cù sáng tạo, năng lực thích ứng cao của nhân dân

miền núi phía Bắc ngày càng được phát huy mạnh mẽ. Linh hoạt, cần cù, sáng tạo, năng lực thích ứng cao đã hòa quyện thành những giá trị văn hoá tinh thần quý báu của con người miền núi phía Bắc trong quá trình cộng cư và đã trở thành sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay.

*\* Tinh thần khoan dung, nhân ái, thân thiện, nghĩa tình*

Trong lịch sử hình thành, tồn tại và phát triển lâu đời của các vùng quê miền núi phía Bắc, cũng như mọi vùng miền núi khác trên đất nước ta, các dân tộc đặc biệt rất coi trọng những giá trị văn hoá như tinh thần khoan dung, nhân ái, chân thành, thân thiện, nghĩa tình. Mọi người trong cộng đồng sống với nhau có tình, có nghĩa, chân thành, thân thiện, làm cơ sở bảo đảm cho sự tồn tại và phát triển nét đẹp trong lối sống cộng đồng.

Với đặc điểm đa dân tộc, mỗi dân tộc có sự khác nhau về sắc thái văn hóa, mỗi khu vực đều có “lệ làng, lệ bản”, nhưng đều có một triết lý chung “Sông có nguồn, nhân sinh có tổ”, lấy việc thờ cúng tổ tiên từ trong gia đình cho đến nhà thờ họ, thờ phụng những người có công với bản làng, với đất nước làm trọng; mỗi bản làng lại chọn một vị có công làm Thành hoàng để lập đình, đền để thờ (người dân tự suy tôn). Những việc đó chính là cơ sở của đạo làm người, có trước có sau, là cuộc sống tín ngưỡng, là lời răn dạy, là chỗ dựa tinh thần cho mỗi người, mỗi nhà và cả cộng đồng dân cư. Hiện nay, bản sắc văn hóa bản làng phải được hòa quyện trong nội dung các tiêu chí nông thôn mới gắn với phát triển du lịch, trên cơ sở đó bảo đảm cho sự phát triển nông thôn mới bền vững.

*\* Sống hài hòa với thiên nhiên*

Xuất phát từ hình thái kinh tế chủ yếu là nông nghiệp trong điều kiện phụ thuộc nhiều vào yếu tố tự nhiên, vì vậy môi trường tự nhiên đóng vai trò quan trọng trong đời sống của người dân khu vực miền núi phía Bắc. Điều kiện thực tiễn này đã hình thành văn hóa ứng xử sống hài hòa với thiên nhiên của con người nơi đây. Từ những đặc thù của khu vực miền núi phía Bắc, có thể khái quát những giá trị văn hóa cơ bản của lối sống hài hòa với thiên nhiên được thể hiện chủ yếu trên ba khía cạnh: *Thứ nhất*, biểu hiện qua quan niệm và hành vi tôn trọng, bảo vệ nương rẫy, cây trồng, động vật. Các lễ hội tiêu biểu như lễ hội Lòng Tòng, lễ hội Xên bản người Thái, lễ



Cơm mới của người Si La, hội Cốm của dân tộc Tày (Chiêm Hóa, Tuyên Quang), lễ hội “Roóng Poọc” của người Giáy (SaPa, Lào Cai), lễ hội Gầu Tào của người Hmông, v.v.. thể hiện khát vọng và niềm tin về cuộc sống được yên lành, mùa màng bội thu, cộng đồng vững mạnh, được đùm bọc bởi tình làng xóm, được che chở của Thành hoàng làng, được hòa mình vào thiên nhiên, được sáng tạo và thưởng thức cái đẹp. *Thứ hai*, giá trị văn hoá ứng xử hài hòa tự nhiên biểu hiện qua quan niệm và hành vi tôn trọng, bảo vệ rừng. Điển hình như Lễ cúng rừng cấm (*đoòng chừ thu lũng*) của người Nùng. Điều đặc biệt trong quá trình cúng và chuẩn bị cúng, những người thực hiện không được làm những việc vi phạm đến rừng cấm như chặt cây lấy củi, săn bắt, ... Lễ cúng rừng cấm là một sinh hoạt tín ngưỡng mang đậm nét văn hóa đặc trưng của cư dân sản xuất nông nghiệp. Lễ cúng rừng cấm còn có ý nghĩa nhân văn hết sức sâu sắc, đó là ý nghĩa giáo dục tình yêu thiên nhiên, ý thức bảo vệ rừng, bảo vệ môi trường sống xung quanh con người, v.v.. *Thứ ba*, giá trị văn hoá ứng xử với môi trường thiên nhiên biểu hiện qua quan niệm và hành vi tôn trọng, bảo vệ nguồn tài nguyên đất, nước, như Lễ Hội Cầu mưa của người Thái, v.v..

Tư duy và hành động sống hài hòa với thiên nhiên, ngoài ý nghĩa giáo dục tình yêu thiên nhiên, yêu quê hương, đất nước, con người, còn thể hiện rõ trong đó vấn đề lớn của thời đại - bảo vệ thiên nhiên, bảo vệ môi trường, ứng phó với biến đổi khí hậu. Tình yêu thiên nhiên, đất nước của người dân không đơn giản chỉ là một thái độ ứng xử tích cực đối với cuộc sống xung quanh, hơn thế, còn là sự quan tâm, bảo vệ và sống hài hòa với thiên nhiên.

### **2.2.2.3. Kho tàng di sản văn hóa phong phú**

Miền núi phía Bắc là khu vực sinh sống của nhiều tộc người, mỗi một tộc người có đặc điểm văn hóa khác nhau. Mỗi một dân tộc có các di sản mang tính đặc thù đã tạo nên vùng văn hóa đa dạng. Di sản văn hóa không chỉ là tiềm năng, nguồn lực của du lịch, mà còn trực tiếp tạo nên các sản phẩm du lịch di sản mang tính đặc thù. Đồng bào các dân tộc thiểu số sinh sống ở nhiều cảnh quan sinh thái khác nhau, vì thế đã tạo nên sự độc đáo trong du lịch. Sự độc đáo đó càng được tô đậm khi mỗi một dân tộc còn lưu giữ một bản sắc văn hóa tộc người riêng biệt. Đó là sản phẩm du lịch mang dấu ấn người Mông, Dao, Xá Phó, Tày trên đỉnh núi Sa Pa. Đó là sản phẩm

du lịch phản ánh sự thích ứng với môi trường tạo nên những khu ruộng bậc thang kỳ vĩ ở Mù Cang Chải - Yên Bái, Hoàng Su Phì – Hà Giang, Bát Xát – Lào Cai, v.v.. Các loại hình canh tác trên nền đất dốc, trên ruộng bậc thang hay những thung lũng ven sông, ven suối đều tạo ra vẻ đẹp hấp dẫn của du lịch trải nghiệm nông nghiệp xưa. Như vậy, tính đa dạng, phong phú các di sản văn hóa tộc người đã tạo nên sức hút cho du lịch di sản vùng miền núi phía Bắc. Di sản văn hóa mang đậm bản sắc tộc người, còn là nguồn lực để xây dựng các điểm, tuyến du lịch. Tuyến du lịch vòng cung Tây Bắc nối liền 6 tỉnh Tây Bắc vừa mang tính chất kỳ vĩ, vừa phong phú văn hóa của gần 30 tộc người.

Di sản văn hóa các dân tộc cũng là chất liệu để xây dựng các điểm du lịch miền núi. Hầu hết các tỉnh miền núi vùng dân tộc thiểu số trong các cuộc kháng chiến của dân tộc đều trở thành những khu căn cứ địa quan trọng. Vì vậy, ngày nay ở các tỉnh này luôn có mạng lưới hệ thống các di tích lịch sử cách mạng. Các di tích quốc gia được phân bố rộng khắp như ATK Định Hóa – Thái Nguyên và ATK Sơn Dương – Tuyên Quang, khu di tích Chiến thắng Điện Biên Phủ, v.v.. Một số địa phương hiện nay đang khai thác phát triển dịch vụ du lịch rất tốt như: “thị trấn trong mây” Sapa, bản Cát Cát, bản Tả Phìn, Tả Văn; phố cổ Đồng Văn, chợ Khau Vai - thị trấn Mèo Vạc; thung lũng Mai Châu - Mộc Châu; phố Kỳ Lừa - khu kinh tế cửa khẩu Đồng Đăng; Công viên địa chất toàn cầu - non nước Cao Bằng, v.v.. Bên cạnh đó, điều mà khách du lịch cả trong lẫn ngoài nước đều rất thích thú ở nơi đây là được trải nghiệm không gian lưu trú đậm chất bản địa trong những căn nhà sàn, nhà trình tường độc đáo tại thôn bản của đồng bào địa phương; được thưởng thức những món đặc sản dân dã như thắng cố, mèn mén, rêu đá, cá suối nướng, uống rượu sâu chít, cùng cơm lam thơm dẻo, v.v.. Những lễ hội và sinh hoạt cộng đồng mang đậm bản sắc của vùng sinh thái - văn hóa rẻo cao Tây Bắc và Đông Bắc như lễ hội hoa ban Điện Biên, hội xuân hát giao duyên của người Dao đỏ, lễ hội Lồng Tồng (xuống đồng) của người Tày-Nùng hay các chợ phiên miền núi nổi tiếng như Bắc Hà, Tả Phìn, Mèo Vạc, Đồng Đăng, v.v.. đều luôn để lại một ấn tượng trong lòng du khách và bạn bè muôn nơi.

Ngoài những di sản văn hóa vật thể, khu vực miền núi phía Bắc còn giàu tiềm năng về các loại hình văn hóa phi vật thể. Các di sản phi vật thể đã được kiểm kê, phát hiện là rất phong phú, với các bao gồm: tiếng nói, chữ viết; ngữ văn dân gian (truyện thần thoại, ngụ ngôn, truyện thơ, truyện cười; đồng dao, tục ngữ, thành ngữ, câu đố, ca dao; nhóm trường ca, sử thi; nhóm văn cúng, lời khấn; nhóm dân ca, hát ru); nghệ thuật trình diễn dân gian (âm nhạc, hát, múa, trò chơi dân gian và các hình thức trình diễn dân gian khác); tập quán xã hội (luật tục, hương ước, quy ước; các chuẩn mực đạo đức, nghi lễ ứng xử trong gia đình, cộng đồng; các quy định ứng xử với thiên nhiên, vật dụng; việc cưới, việc tang; các phong tục sinh đẻ, ốm đau...); lễ hội truyền thống; nghề thủ công truyền thống (dệt, đan lát, rèn...); tri thức dân gian (y học dân gian liên quan đến sức khỏe con người, vật nuôi, cây trồng; ẩm thực dân gian; trang phục truyền thống; kiến trúc dân gian; tín ngưỡng dân gian; lịch pháp, số đếm...), v.v.. là những giá trị văn hóa trường tồn của dân tộc, nguồn dinh dưỡng, chất keo kết dính cộng đồng và lực hút hội tụ khách du lịch khắp cả nước và quốc tế.

Ngoài ý nghĩa về mặt nhận thức, giáo dục, thẩm mỹ, trong xu thế mở cửa, hội nhập và phát triển, di sản văn hóa còn mang ý nghĩa về mặt kinh tế. Nếu giá trị văn hóa kết hợp với du lịch sẽ đưa ra sức mạnh mềm văn hoá cho phát triển kinh tế du lịch.

## **2.3. SỨC MẠNH MỀM VĂN HÓA TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ DU LỊCH Ở MIỀN NÚI PHÍA BẮC VIỆT NAM VÀ NHỮNG NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG**

### **2.3.1. Sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam – Chủ thể, nội dung, phương thức phát huy**

#### ***2.3.1.1. Chủ thể phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam***

Con người thông qua hoạt động thực tiễn đã tự biểu hiện và tự khẳng định mình là chủ thể sáng tạo ra văn hoá, chính vì vậy, sẽ không có văn hoá nếu không có hoạt động thực tiễn của con người. Khu vực miền núi phía Bắc có nhiều nguồn lực văn hoá có thể chuyển hoá thành sức mạnh mềm trong phát triển kinh tế du lịch. Quá trình chuyển hoá các tài nguyên văn hoá thành sức mạnh mềm văn hoá chỉ có thể thực hiện được thông qua hoạt động thực tiễn của các chủ thể. Chủ thể phát huy sức mạnh

mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam được xác định bao gồm: Các chủ thể lãnh đạo, quản lý; các doanh nhân, doanh nghiệp kinh doanh du lịch; đội ngũ các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân; nhân dân. Những chủ thể này được coi là những lực lượng đóng vai trò đi đầu của quá trình phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay.

*Các chủ thể lãnh đạo, quản lý* có vai trò quan trọng trong xây dựng các chương trình, kế hoạch và triển khai các đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, nhằm khai thác những nguồn lực văn hoá, chuyển hoá các nguồn lực văn hoá thành “sức mạnh mềm” để phát huy trong phát triển kinh tế du lịch. Với vai trò định hướng, hoạch định và thực hiện chính sách, nhận thức của chủ thể lãnh đạo, quản lý là vô cùng quan trọng, quyết định đến sự thành bại của quá trình phát huy, bởi vì chỉ khi có nhận thức đúng thì mới có được định hướng đúng và phương thức phát huy phù hợp. Ngược lại, nếu nhận thức không đúng thì sẽ dẫn đến định hướng và cách làm không hiệu quả. Các chủ thể lãnh đạo, quản lý là lực lượng nắm vai trò định hướng và quản lý, giám sát trong việc phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch. Trong đó: Đảng và các cấp ủy Đảng ban hành nghị quyết, chỉ thị; Nhà nước và chính quyền địa phương các cấp ban hành cơ chế, chính sách, quy định; Cán bộ văn hoá chính là người hoạch định, tổ chức, kiểm tra, giám sát, điều chỉnh kế hoạch thực hiện các chính sách liên quan đến vấn đề thực hiện sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay. Có thể nói rằng, tất cả những thành tựu trong thực hiện sức mạnh mềm văn hoá có được của một cộng đồng, dân tộc hay một quốc gia đều là kết quả của những nỗ lực sáng tạo và lưu giữ, phổ biến của mọi tầng lớp trong xã hội. Thế nhưng, những thành quả đó sẽ không có ý nghĩa, sẽ bị khủng hoảng, đảo lộn, thậm chí bị tiêu huỷ nếu như không có sự định hướng và lãnh đạo của Đảng và quản lý Nhà nước. Điều này càng có ý nghĩa quan trọng đối với phát huy sức mạnh mềm văn hoá nhằm phát triển kinh tế du lịch trong bối cảnh toàn cầu hoá và hội nhập quốc tế hiện nay. Những tác động của mặt trái cơ chế thị trường, mặt trái của toàn cầu hoá, hội nhập quốc tế,... đã ảnh hưởng không nhỏ đến khai thác những giá trị văn hoá của các dân tộc khu vực

miền núi phía Bắc, làm nghèo nàn và biến dạng đời sống văn hoá tinh thần của một bộ phận đông bào các dân tộc. Nếu bản thân những người đề ra, tổ chức thực hiện chính sách này không hiểu được vị trí và vai trò sức mạnh mềm văn hoá đối với phát triển kinh tế du lịch thì sẽ dẫn đến những sai lầm trong quá trình phát huy. Người lãnh đạo và thực thi chính sách cần có sự nhận thức đúng đắn, am hiểu về sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch. Cán bộ văn hoá từ cơ sở đến cấp tỉnh phải là lực lượng tham gia tích cực, có trách nhiệm để tham mưu, định hướng cho cấp trên. Trên cơ sở đó mới đề ra được những chủ trương, chính sách phù hợp, nhằm phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay.

Trong kinh doanh du lịch, *các doanh nhân, doanh nghiệp* kinh doanh du lịch đóng vai trò là chủ thể đầu tư, khai thác, sử dụng tài nguyên văn hóa, nguồn lực văn hóa để tạo nên hàng hóa, dịch vụ thu hút, phục vụ nhu cầu của du khách du lịch và phát triển kinh tế du lịch. Do đó, các doanh nghiệp cũng tác động trực tiếp đến tài nguyên văn hoá, đến nguồn lực văn hóa, môi trường tự nhiên - xã hội cũng như đến cộng đồng dân cư nơi có hoạt động du lịch. Nếu cơ sở kinh doanh có trách nhiệm sẽ có ý thức sử dụng hiệu quả, hợp lý tài nguyên và các nguồn lực văn hóa để góp phần thúc đẩy, gia tăng vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch theo hướng bền vững, chia sẻ lợi ích với cộng đồng, đóng góp cho giải quyết việc làm, xóa đói giảm nghèo ở địa phương, bảo vệ tài nguyên văn hoá, môi trường du lịch. Ngược lại, nếu các doanh nghiệp thiếu ý thức trách nhiệm trong sử dụng các nguồn lực văn hóa, nguồn tài nguyên du lịch bị khai thác, sử dụng lãng phí hoặc quá mức cho mục tiêu lợi nhuận sẽ gây ảnh hưởng lớn đến phát triển du lịch bền vững.

Trong dòng chảy của văn hóa các dân tộc miền núi phía Bắc, *đội ngũ các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân* luôn đóng vai trò là người sáng tạo ra các giá trị văn hóa vật chất và tinh thần. Bản chất của văn hóa là sáng tạo ra những giá trị mới phục vụ cho sự sinh tồn và phát triển của con người. Đội ngũ các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân luôn đóng vai trò tiên phong trong sự tìm tòi, sáng tạo những giá trị văn hóa mới, tạo nên những giá trị văn hóa của dân tộc. Trong lĩnh vực văn hóa, các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân là những người am hiểu về các giá trị văn hóa

dân tộc, có khả năng khái quát, dẫn dắt cộng đồng trong việc thực hành văn hóa, thông qua đó đã góp phần thực hiện, phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch. Bằng tri thức, uy tín, phương pháp, họ sẽ truyền dạy cho cộng đồng cách thức thực hành văn hóa và giúp cộng đồng nâng cao nhận thức về giá trị của của các sản phẩm văn hóa, để từ đó chung tay bảo vệ, gìn giữ các giá trị văn hóa. Đội ngũ trí thức, các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân đóng vai trò là người trực tiếp triển khai thực hiện các chương trình, kế hoạch cụ thể, vì vậy, nhận thức của họ sẽ có tác động trực tiếp đến các sản phẩm văn hoá, du lịch. Chỉ khi đội ngũ trí thức, văn nghệ sĩ, giới truyền thông thực sự nhận thức rõ nhiệm vụ thực hiện, phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch thì các sản phẩm mà họ tạo nên mới chuyển tải được những thông điệp văn hoá, tạo ra sức lôi cuốn, hấp dẫn của những sản phẩm văn hoá để phục vụ cho phát triển kinh tế du lịch.

Trong quá trình phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển du lịch, *nhân dân* là một trong những chủ thể quan trọng nhất. Trên bình diện lí luận cũng như thực tế xã hội đã chứng tỏ nhân dân chính là người sáng tạo và giữ gìn, làm giàu và phát huy các giá trị văn hóa của dân tộc. Khi nhân dân địa phương có nhận thức tích cực về các hoạt động thực hiện, phát huy sức mạnh mềm văn hoá thì kinh tế du lịch phát triển toàn diện. Ngược lại, nếu nhận thức, thái độ của nhân dân là tiêu cực, người dân có thể gây ra lực cản đối với quá trình thực hiện, phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển du lịch. Như vậy, nhận thức và thái độ tích cực có thể biến người dân thành đại sứ văn hóa của điểm đến du lịch. Như vậy, để thực hiện sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc thì chủ thể quan trọng trong quá trình thực hiện phải là đồng bào các dân tộc nơi đây và mục đích của quá trình thực hiện cũng chính là vì nhân dân các dân tộc miền núi phía Bắc. Nhân dân chính là chủ thể thực hiện và chủ thể thụ hưởng. Đó chính là bản chất dân chủ nhân văn của việc phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay.

### ***2.3.1.2. Nội dung phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam***

Vùng miền núi phía Bắc là nơi sinh sống của đồng bào các dân tộc giàu bản sắc văn hóa. Nền văn hoá thống nhất trong đa dạng cùng cuộc sống sinh hoạt, tập tục, truyền thống canh tác, lễ hội, ẩm thực, âm nhạc của các dân tộc nhiều nơi được gìn giữ nguyên vẹn là sức hấp dẫn lớn đối với khách du lịch. Từ khung lý thuyết phân tích nội dung sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc, khái quát lại những giá trị văn hóa đó có thể chuyển hóa thành sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch thể hiện ở ba nội dung cơ bản sau:

***Thứ nhất, sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển du lịch cộng đồng***

Ở Việt Nam, du lịch cộng đồng được định nghĩa tại Khoản 15 Điều 3 Luật Du lịch 2017 (có hiệu lực từ ngày 1/1/2018). “Du lịch cộng đồng là loại hình du lịch được phát triển trên cơ sở các giá trị văn hóa của cộng đồng, do cộng đồng dân cư quản lý, tổ chức khai thác và hưởng lợi” [89].

*Trong luận án, du lịch cộng đồng được hiểu là loại hình du lịch phát triển dựa trên sự mong muốn khám phá của du khách để tìm hiểu thêm về đời sống văn hoá, sinh hoạt hàng ngày của người dân ở các địa bàn khác nhau nên hoạt động du lịch cộng đồng thường liên kết với các tầng lớp nhân dân tại chỗ để thưởng thức cuộc sống tại đó trong một khoảng thời gian nhất định.*

Trong phát triển du lịch cộng đồng, văn hoá đóng vai trò trọng yếu, là nguồn lực chủ yếu tạo dựng nên sức hấp dẫn và chất lượng của các điểm đến trong phát triển du lịch cộng đồng. Vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch cộng đồng chứa đựng các nội dung chủ yếu như sau: *Thứ nhất*, du khách là tác nhân bên ngoài, là tiền đề mang lại lợi ích kinh tế và sẽ có những tác động nhất định kèm theo việc thụ hưởng các giá trị về môi trường sinh thái tự nhiên và nhân văn khi đến với một cộng đồng địa phương cụ thể. *Thứ hai*, cộng đồng địa phương là người kiểm soát các giá trị về mặt tài nguyên văn hoá để hỗ trợ du khách có cơ hội tìm hiểu và nâng cao nhận thức của mình khi có cơ hội tiếp cận hệ thống tài nguyên văn hoá tại không gian sinh sống của cộng đồng địa phương. *Thứ ba*, cộng đồng địa phương sẽ nhận được lợi ích về mặt kinh tế, mở rộng tầm hiểu biết về đặc điểm tính cách của du khách cũng như có cơ hội nắm bắt các thông tin bên ngoài từ du khách, cộng đồng địa phương ngày càng được tăng cường về khả năng tổ chức, vận hành và thực hiện các hoạt động, xây

dựng các sản phẩm du lịch văn hoá phục vụ cho du khách. Từ đó, cộng đồng ngày càng phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển du lịch cộng đồng.

Du lịch cộng đồng là loại hình du lịch có sự tham gia của cộng đồng dân cư vào chuỗi cung ứng và quản lý du lịch. Chính vì vậy, để phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển du lịch cộng đồng ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay, sự tham gia của cộng đồng địa phương được xem là nhân tố quan trọng trong phát triển du lịch bền vững cũng như thực hiện các mục tiêu phát triển kinh tế, văn hoá, xã hội địa phương. Mô hình du lịch này hình thành và phát triển dựa trên cơ sở văn hóa do chính cộng đồng dân cư quản lý, tổ chức và hưởng lợi. Cụ thể hơn, du khách sẽ được trải nghiệm cuộc sống của người dân bản địa, được cung cấp chỗ ở và được tạo điều kiện tham gia các hoạt động, sinh hoạt văn hoá thường ngày cùng người dân. Đây là cơ hội để du khách khám phá, tìm hiểu về văn hóa, giá trị truyền thống của địa phương.

Du lịch cộng đồng được hình thành và phát triển ở khu vực miền núi phía Bắc từ giữa thập kỷ 90 của thế kỷ XX, bắt đầu từ vùng người Thái ở Bản Lác (huyện Mai Châu, Hòa Bình). Sau gần 30 năm phát triển, đến nay du lịch cộng đồng đã trở thành một trong những loại hình du lịch được yêu thích nhất của khách du lịch khi đến với các địa phương vùng núi phía Bắc như Lào Cai, Hà Giang, Sơn La, Hòa Bình, Thái Nguyên, Yên Bái,... Mặc dù các hoạt động du lịch cộng đồng xuất hiện ở nhiều vùng và địa phương trong cả nước, tuy nhiên nét đặc trưng của các dân tộc vùng miền núi phía Bắc vẫn có sức hút riêng biệt, có tính đặc thù cao. Sở hữu những cảnh quan thiên nhiên hùng vĩ, ẩm thực đặc sắc và nét văn hóa đậm đà bản sắc dân tộc,... đã tạo nên sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch cộng đồng của cộng đồng các dân tộc khu vực miền núi phía Bắc.

***Thứ hai, sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển du lịch sinh thái, sinh thái nghỉ dưỡng, thăm quan di tích<sup>1</sup> lịch sử - văn hóa***

Du lịch sinh thái là loại hình du lịch dựa vào thắng cảnh thiên nhiên, dựa trên bản sắc văn hóa địa phương cùng với sự tham gia của cộng đồng dân cư nhằm phát triển bền vững. Tài nguyên du lịch sinh thái chính là các giá trị tự nhiên thể hiện trong

---

<sup>1</sup> Xem chú thích số (7).



một hệ sinh thái cụ thể và các giá trị văn hóa bản địa tồn tại và phát triển không tách rời hệ sinh thái tự nhiên đó.

Trong cuộc sống của xã hội hiện đại, khi quá trình đô thị hoá đang diễn ra mạnh mẽ, tâm lý con người đôi khi lại muốn được nghỉ ngơi, về những vùng nông thôn với giếng nước, gốc đa, bờ tre, ruộng lúa để đắm mình trong khung cảnh thiên nhiên thơ mộng, tận hưởng hương đồng, gió nội. Chính vì vậy, du lịch sinh thái, thăm quan danh lam thắng cảnh, trải nghiệm văn hoá dân tộc là ngành đang phát triển trong xu thế của xã hội hiện đại. Nằm trong nền khí hậu nhiệt đới gió mùa, khu vực miền núi phía Bắc có địa hình địa hình đồi núi và cao nguyên, hệ động thực vật đa dạng phân bố đều khắp, cộng đồng nhiều dân tộc với những nét đặc trưng riêng... Các yếu tố này là điều kiện cần và đủ tạo nên bộ mặt của loại hình du lịch sinh thái hiện nay ở khu vực.

Các yếu tố tiềm năng văn hoá tạo điều kiện cho hình thức du lịch sinh thái phát triển ở khu vực miền núi phía Bắc rất phong phú. Đó là bản sắc đa văn hóa phong phú của các dân tộc anh em cùng những nguồn tài nguyên văn hoá vô cùng giá trị, với hơn 2.000 các di tích văn hoá. Chính sự hòa quyện, đan xen tinh tế của khí hậu, lịch sử, văn hóa, ẩm thực trên nền kiến trúc phong cảnh thiên nhiên đã làm cho miền núi phía Bắc có sức hấp dẫn, lôi cuốn để phát triển du lịch sinh thái. Miền núi phía Bắc cũng là nơi chứa đựng những giá trị hào hùng về lịch sử, có giá trị đặc biệt hấp dẫn du lịch di tích lịch sử và giáo dục truyền thống cách mạng. Các giá trị lịch sử có thể được khai thác trong các sản phẩm du lịch như: Tìm hiểu chiến khu Việt Bắc (tham quan, tìm hiểu di tích cách mạng, giáo dục truyền thống cách mạng ở ATK Định Hóa (Thái Nguyên), ATK Kim Quan (Tuyên Quang), ATK Bằng Lũng (Bắc Kạn), hang Pắc Bó (Cao Bằng)); thăm lại chiến trường xưa (tham quan quần thể khu di tích Điện Biên Phủ – Mường Phăng, thăm Pháo đài Đồng Đăng, Ải Chi Lăng (Lạng Sơn); thăm quan Nhà tù Sơn La)); tìm về cuội nguồn (tham quan đền Hùng, tìm hiểu, tham gia Lễ hội giỗ tổ Hùng Vương), v.v.. Tính đến năm 2020, khu vực miền núi phía Bắc có hơn 2.000 di tích, thắng cảnh trong đó có hơn 300 di tích được xếp hạng di tích quốc gia và hơn 1.700 di tích được xếp hạng cấp tỉnh Mật độ và số lượng di tích nhiều nhất ở các

tỉnh Bắc Giang, Hà Giang, Sa Pa, Lào Cai, Phú Thọ, Thái Nguyên<sup>1</sup>.

Một trong những giá trị quan trọng của các di tích, danh thắng ở khu vực miền núi phía Bắc chính là *tính đa văn hóa*<sup>2</sup>. Giá trị này có thể thấy được thông qua sự đan xen những loại hình kiến trúc thuộc các nền văn hóa khác nhau, từ đó tạo nên sức hấp dẫn của các di tích trong phát triển du lịch. Các di tích và danh thắng ở miền núi phía Bắc có *giá trị về mặt ý nghĩa lịch sử, đa dạng về loại hình*. Những di tích, danh thắng nổi tiếng như cao nguyên đá Đổng Văn (Hà Giang), thác Bản Giốc (Cao Bằng), Đền thờ vua Lê Lợi (Lai Châu) hang Đán Cúm, hang Nà Chảo, bãi đá cổ Nám Dẩn (Xín Mần), tập đoàn cứ điểm Nà Sản (Sơn La), thác Cầu Mây (Lai Châu), Động Nhị Thanh – Chùa Tam Thanh (Lạng Sơn), v.v... là những minh chứng cho sự phát triển của địa chất cũng như con người ở vùng đất xung quanh di tích, danh thắng đó. Hệ thống di tích, danh thắng ở miền núi phía Bắc còn chứa đựng nhiều *giá trị khoa học* rất hữu ích đối với công tác nghiên cứu về địa chất, địa mạo, địa lý, khí hậu, sự sinh trưởng của các loài động, thực vật thời cổ đại,...<sup>3</sup> Bởi tính phong phú của thông tin khoa học, hệ thống di tích, danh thắng ở miền núi phía Bắc không chỉ đơn thuần là những địa danh trong bản đồ của ngành du lịch mà còn là những điểm đến có ý nghĩa của những nhà khoa học, nhà nghiên cứu, những người có đam mê khám phá về thế giới con người và tự nhiên thông qua chính những di tích, danh thắng đó. Bên cạnh đó, giá trị về mặt kiến trúc là một trong những giá trị của các di tích do con người tạo dựng nên. Các loại hình kiến trúc của từng di tích cũng là nguồn tư liệu góp phần xác định niên đại của di tích. Ngoài việc gắn bó chặt chẽ với giá trị kiến trúc của các di tích, *giá trị nghệ thuật - thẩm mỹ* còn có thể thấy được thông qua cảm nhận của con người về vẻ đẹp cảnh quan của các di tích, danh lam thắng cảnh<sup>4</sup>. Có thể nói, giá trị nghệ thuật - thẩm mỹ của các di tích, danh thắng góp phần phát triển khả năng cảm thụ nghệ thuật và thẩm mỹ của con người. Những di tích, danh thắng có bàn tay tạo dựng của con người chứa đựng *giá trị sáng tạo*<sup>5</sup>. Đối với các di tích, danh thắng ở miền núi phía

<sup>1</sup> Xem Phụ lục 3 - Phân bố di tích cấp quốc gia, cấp tỉnh tại các địa phương khu vực miền núi phía Bắc.

<sup>2</sup> Xem chú thích (8).

<sup>3</sup> Xem chú thích (9).

<sup>4</sup> Xem chú thích (10).

<sup>5</sup> Xem chú thích (11).

Bắc, hiểu đúng về giá trị sáng tạo sẽ có ích cho việc đưa ra những quyết định và hành động đúng đắn đối với công tác bảo tồn và phát huy giá trị của di tích, danh thắng, từ đó phát huy được sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển du lịch thăm quan các di tích. Mặt khác, các di tích và danh thắng ở miền núi phía Bắc còn có *giá trị giải trí*. Có nhiều cách để con người giải tỏa bản thân khỏi những áp lực của công việc và cuộc sống. Thực hiện một chuyến du lịch để chiêm ngưỡng vẻ đẹp tự nhiên của một danh thắng như ruộng bậc thang Hoàng Su Phì, Thác Tiên đèo Gió (huyện Xín Mần) hoặc thưởng lãm những nét độc đáo trong nghệ thuật kiến trúc của một di tích như khu Nhà Vua hay phố cổ Đồng Văn, chinh phục đỉnh Fansipan... là một trong những cách làm được không ít người lựa chọn nhằm cân bằng lại cuộc sống. Những cung đường uốn lượn qua sườn núi tạo nên cảnh quan vừa hùng vĩ vừa thơ mộng với nhiều địa danh nổi tiếng phân bố ở khắp các địa phương khu vực miền núi phía Bắc đã tạo nên sức hút riêng đối với du khách từ nhiều vùng miền. Khía cạnh giải trí của di tích, danh thắng nằm ở chỗ hoạt động thưởng ngoạn tạo cho con người sự thư giãn hay cảm xúc hào hứng, từ đó có thể giải phóng những nguồn năng lượng mới tích cực hơn. Cũng từ góc độ này, những chuyến dã ngoại học tập của học sinh phổ thông tại di tích, danh thắng ngoài mục đích giáo dục cũng chứa đựng giá trị giải trí bởi nó giải phóng học sinh thoát khỏi khuôn mẫu của bốn bức tường lớp học và mở ra cách tiếp nhận tri thức theo một hình thức tự do, thoải mái hơn.

Với những giá trị có ý nghĩa trên, các di tích lịch sử - văn hóa và danh thắng ở khu vực miền núi phía Bắc đã trở thành những điểm đến tạo cơ sở để du lịch phát triển. Giá trị của những di tích lịch sử - văn hóa, danh thắng là giá trị gia tăng, không nằm yên một chỗ mà sẽ có sinh lời nếu con người biết khai thác một cách đúng mục và hợp lý những giá trị quý giá khác gắn liền với di tích lịch sử - văn hóa, danh thắng. Điều đáng lưu ý là, để giá trị kinh tế của di tích lịch sử-văn hóa, danh thắng ngày càng phát triển, không thể chỉ đơn thuần nhắm đến cái đích kiếm được càng nhiều tiền càng tốt từ việc khai thác di tích lịch sử - văn hóa và danh thắng. Tạo ra sự gia tăng cho giá trị kinh tế, cần đảm bảo sự hài hòa với việc duy trì và phát huy những giá trị khác của di tích lịch sử-văn hóa, danh thắng bởi chính các giá trị văn hóa, giá trị xã hội kết hợp với giá trị vật chất của di tích lịch sử-văn hóa, danh thắng mới tạo

nên sức hút để khai thác và thu về nguồn lợi từ phát triển du lịch. Nguồn lợi tài chính thu được từ khai thác các giá trị của di tích lịch sử - văn hóa, danh thắng đến lượt nó cũng cần được quay vòng trở lại một phần nhất định để trùng tu, tôn tạo di tích lịch sử - văn hóa, danh thắng trước những tác động của thời tiết, thời gian cũng như của con người.

***Thứ ba, sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển du lịch ẩm thực, chăm sóc sức khỏe***

Du lịch ẩm thực - một sự kết hợp giữa nhu cầu về trải nghiệm các món ăn đặc sản của địa phương và tham quan các địa danh du lịch trên hành trình khám phá những điểm đến của du khách đang rất phổ biến tại nhiều nước trong khu vực và trên thế giới. Không ít quốc gia như Trung Quốc, Nhật Bản, Thái Lan, Malaysia, Singapore... đã thành công trong việc xây dựng chiến lược phát triển du lịch ẩm thực. Các khảo sát cho thấy, “ẩm thực” là yếu tố quan trọng đứng thứ ba trong việc quyết định lựa chọn điểm đến của du khách sau “văn hóa” và “cảnh quan tự nhiên”. Thông tin truyền du lịch được du khách quan tâm rất đa dạng, bên cạnh yếu tố khách sạn, điểm du lịch, cảnh quan, các phương tiện vận chuyển, điều kiện giao thông... thì không thể thiếu yếu tố ẩm thực được thể hiện qua danh mục các món ăn, đồ uống.

Theo báo cáo toàn cầu về du lịch ẩm thực của Tổ chức du lịch thế giới, trung bình 1/3 ngân sách của khách du lịch được dành cho ẩm thực. Điều này chỉ ra rằng ẩm thực là một phần trải nghiệm quan trọng trong mỗi chuyến đi. Trên thực tế, với kho tàng văn hóa ẩm thực đa dạng, hấp dẫn, không ít quốc gia trên thế giới đã tận dụng tối đa lợi thế này để phát triển du lịch nói chung và du lịch ẩm thực nói riêng, tạo cơ hội lớn để thúc đẩy kinh tế địa phương, gia tăng chuỗi giá trị trong sản xuất nông lâm nghiệp, chế biến thực phẩm, đồng thời giữ gìn và quảng bá văn hóa dân tộc, văn hóa quốc gia ra thế giới.

Ở các tỉnh khu vực miền núi phía Bắc, dù chưa hình thành du lịch ẩm thực nhưng văn hóa ẩm thực của các dân tộc nơi đây cũng là kho tàng phong phú để “ngành công nghiệp không khói” khai thác, nhằm hình thành những sản phẩm du lịch độc đáo, mang đậm bản sắc địa phương. Thực tế đã cho thấy một số món ăn đã có vị trí khá quan trọng trong việc tạo sức hút cho điểm đến. Ở những phiên chợ, hội chợ,

điểm du lịch..., văn hóa ẩm thực của các dân tộc không chỉ đáp ứng nhu cầu ăn uống cho khách du lịch, giới thiệu đến du khách bản sắc văn hóa dân tộc mà còn tạo việc làm và mang lại thu nhập cho một bộ phận người dân địa phương hoạt động trong lĩnh vực sản xuất, dịch vụ ăn uống, góp phần thúc đẩy phát triển sinh kế. Mèn mèn, cháo ấu tẩu, thắng cố, thịt treo, Lạp xưởng, rượu ngô men lá... là những món ăn mà du khách nào khi đặt chân đến khu vực miền núi phía Bắc cũng muốn thưởng thức ít nhất một lần. Kết thúc hành trình khám phá, nhiều du khách không quên việc tìm mua những đặc sản địa phương về làm quà như bánh tam giác mạch, chè Shan tuyết, chè Chế Là, tinh bột nghệ, mật ong thảo quả,...

Bên cạnh các phong tục tập quán, lễ hội, loại hình văn học nghệ thuật..., thì văn hóa ẩm thực của đồng bào các dân tộc miền núi phía Bắc cũng góp phần quan trọng trong việc nhận dạng đặc trưng văn hóa và đem lại những trải nghiệm khó quên cho du khách khi đặt chân đến vùng đất này. Đó là sự phong phú và riêng có, từ các món ăn rất độc đáo như cháo ấu tẩu, bánh cuốn trứng, thắng cố, thắng dền, thịt treo gác bếp, Lạp xưởng, mèn mèn, bánh tam giác mạch, bánh ngô, mật ong bạc hà, mật ong thảo quả, tinh bột nghệ..., cho đến các thức uống như rượu ngô Thanh Vân, chè Shan tuyết, chè Chế Là,.... Chính sự khéo léo, tinh tế, nghệ thuật trong kỹ thuật chế biến kết hợp với nguồn nguyên liệu đặc trưng của vùng cao nguyên núi đá, đồi núi đất đã tạo nên những món ăn, thức uống độc đáo, ấn tượng của vùng đất này. Thông qua văn hoá ẩm thực, ẩn chứa sâu trong những món ăn là sự đảm đang, khéo léo trong tổ chức cuộc sống, là tình cảm chân thành nồng hậu, hiếu khách của con người miền núi phía Bắc. Văn hoá ẩm thực cũng chứa đựng những quan niệm tín ngưỡng riêng thể hiện qua việc kiêng kỵ như: kiêng ăn thịt trâu, thịt bò, thịt chó (dân tộc Tày, Nùng), kiêng ăn thịt mèo (dân tộc Si La), v.v.. những tín ngưỡng này tạo nên nét đặc thù trong văn hoá ẩm thực ở khu vực miền núi phía Bắc.

Với nét độc đáo đó, thưởng thức các món ẩm thực địa phương là nội dung quan trọng của sản phẩm du lịch khu vực miền núi phía Bắc. Du khách có thể kết hợp với việc tham quan, tìm hiểu hoặc trải nghiệm cuộc sống trong bản với thưởng thức các món ẩm thực các dân tộc Mường, Thái, Tày, Dao. Bên cạnh đó, các loại sản vật địa phương, đặc sản núi rừng như mật ong, măng, v.v.. cũng hấp dẫn nhiều du khách.

Hầu như địa phương nào cũng có ẩm thực dân tộc riêng biệt, trong đó quan trọng nhất là ẩm thực tại các tỉnh: Hòa Bình, Lạng Sơn, Cao Bằng, Hà Giang, Lào Cai, Sơn La.

Sau thời gian dài cả thế giới chịu ảnh hưởng bởi đại dịch COVID-19, cùng với tình trạng biến đổi khí hậu, ô nhiễm môi trường và các loại dịch bệnh gia tăng đã khiến con người ngày càng chủ động chăm sóc sức khỏe, mong muốn giải tỏa căng thẳng. Điều này khiến thị trường chăm sóc sức khỏe ngày càng phát triển, cùng với đó là nhu cầu du lịch chăm sóc sức khỏe gia tăng. Nhiều chuyên gia dự báo, trong thời gian tới, xu hướng du lịch sẽ có sự thay đổi rõ rệt. Những chuyến đi dài ngày của du khách sẽ không chỉ là tham quan đơn thuần mà còn là du lịch tận hưởng kết hợp chăm sóc, cải thiện sức khỏe. Khu vực miền núi phía Bắc có nhiều lợi thế phát triển loại hình du lịch chữa bệnh, chăm sóc sức khỏe do có nhiều điểm suối khoáng nóng, bùn khoáng, khí hậu ôn hòa, mát mẻ, v.v.. Có thể kể đến du lịch chăm sóc sức khỏe trên cơ sở khai thác nước khoáng, nước nóng, khoáng bùn tự nhiên như Khu du lịch suối khoáng nóng Mỹ Lâm-Tuyên Quang được tập đoàn Vinpearl đầu tư, Khu du lịch suối khoáng nóng Thanh Thủy ở tỉnh Phú Thọ, được tập đoàn YoKo của Nhật Bản đầu tư khai thác theo mô hình Onsen của Nhật Bản, v.v.. Đặc biệt là các tỉnh miền núi phía Bắc có độ che phủ rừng cao; đất đai và khí hậu đa dạng, phù hợp với nhiều loài cây dược liệu đang nghiên cứu và phát triển trồng xen dưới tán rừng đối với các loại cây dược liệu khai thác tự nhiên. Đây là giải pháp giúp bảo vệ tài nguyên rừng hiệu quả, đồng thời tạo sinh kế để người dân vùng cao phát triển loại hình du lịch chữa bệnh từ thảo dược.

### ***2.3.1.3. Phương thức phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam***

Phương thức phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam rất phong phú, đa dạng. Dựa trên những phương thức có hiệu quả được nhiều quốc gia, khu vực sử dụng để thực hiện sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch, đồng thời căn cứ vào điều kiện cụ thể của khu vực miền núi phía Bắc, luận án xác định một số phương thức thực hiện sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam như sau:

*Thứ nhất, thông qua công tác bảo tồn và phát huy giá trị của các di tích lịch*

*sử - văn hoá, các thiết chế văn hoá cơ sở.*

Hình thức cư trú thôn/bản/làng là đặc điểm quần cư đặc trưng của đồng bào các dân tộc miền núi phía Bắc. Xây dựng thiết chế văn hóa ở cơ sở với sự kết hợp linh hoạt giữa phát huy các thiết chế văn hóa cổ truyền (già làng, người có uy tín, chủ đất, chủ thầy cúng,...) với các thiết chế văn hóa quan phương (trưởng thôn/xóm, các đoàn thể xã hội, câu lạc bộ, phòng truyền thống, trung tâm văn hóa thể thao), đồng thời tận dụng các thiết chế văn hóa tôn giáo mới du nhập (mục sư, thầy giảng, nhà thờ,...). Giải quyết mối quan hệ giữa ba loại thiết chế văn hóa này ở thôn, xóm/bản/làng các dân tộc thiểu số là vấn đề phức tạp, không chỉ ở chiều cạnh văn hóa mà còn ở khía cạnh quan hệ chính trị. Hành vi, nhân cách, lối sống văn hóa của đồng bào các dân tộc khu vực miền núi phía Bắc trong thời kỳ mới được định hình tùy thuộc rất nhiều vào “sự đồng thuận” hoặc “không đồng thuận” của ba thiết chế văn hóa này. Khi xây dựng các thiết chế văn hóa quan phương cần phải dựa trên nền tảng truyền thống, phải chú ý “địa phương hóa” nó, làm cho quá trình thực hiện sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch có sức sống trong lòng các đồng bào dân tộc, làm cho đồng bào các dân tộc nhận thức được và thấy được vị trí và vai trò của sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch. Tạo môi trường xã hội lành mạnh, không gian văn hoá thuận lợi trong xây dựng các thiết chế văn hoá ở cơ sở chính là một trong những phương thức hữu hiệu để lưu giữ và chọn lọc những giá trị văn hoá phù hợp nhằm thực hiện sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay

*Thứ hai, thông qua công tác giáo dục, đào tạo nguồn nhân lực theo hướng am hiểu về văn hoá, nâng cao tri thức về văn hoá, ngoại ngữ cho đồng bào các dân tộc miền núi phía Bắc.*

Nguồn nhân lực am hiểu về văn hoá là yếu tố quan trọng góp phần vào thành công của việc phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch. Ở khu vực miền núi phía Bắc, nguồn nhân lực văn hóa còn thiếu hụt về số lượng cũng như trình độ, mức độ chuyên nghiệp. Để xây dựng được nguồn nhân lực văn hóa có chất lượng cao, năng lực chuyên môn tốt, có đạo đức, am hiểu văn hóa dân tộc, có khả năng thích ứng với tình hình trong nước và thế giới, cần xây dựng được chính sách

phát triển nguồn nhân lực theo lộ trình của quá trình phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc hiện nay theo từng giai đoạn.

Trong bối cảnh tác động của cơ chế thị trường, toàn cầu hoá và hội nhập quốc tế hiện nay, việc giữ gìn và phát huy những giá trị văn hoá truyền thống không có cơ sở và điều kiện tồn tại như một hệ thống toàn vẹn trong quá khứ. Hoạt động giáo dục là phương thức quan trọng trong việc đào tạo nguồn nhân lực và tạo cho đồng bào các dân tộc có được sự nhận thức đúng đắn về giá trị của văn hoá truyền thống, vị trí sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch. Thông qua các hoạt động giáo dục sẽ hình thành nên nhận thức của người dân, qua đó hình thành nên ý thức gìn giữ những giá trị văn hoá truyền thống, chuyển hoá nó thành sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch.

Nhà trường là một môi trường rất tốt cho việc giáo dục những giá trị văn hoá truyền thống, phát huy những giá trị văn hoá đó cho các thế hệ học sinh thông qua các thầy cô giáo truyền dạy, định hướng. Vì vậy bên cạnh việc truyền dạy kiến thức phổ thông, nhà trường cần thường xuyên quan tâm đến việc giáo dục gìn giữ những giá trị văn hoá truyền thống của đồng bào các dân tộc khu vực miền núi phía Bắc từ cấp mầm non trở đi thông qua các chương trình chính khoá và ngoại khoá. Ngoài ra, lồng ghép việc gìn giữ, phát huy những giá trị văn hoá truyền thống trong chính các hoạt động văn hoá, kinh tế, xã hội, nghệ thuật... của đồng bào các dân tộc khu vực miền núi phía Bắc.

*Thứ ba, thông qua các hoạt động quảng bá văn hoá, ngoại giao văn hoá.*

Để phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay trong bối cảnh toàn cầu hoá và cách mạng công nghiệp 4.0, các hoạt động quảng bá văn hoá là phương thức hữu hiệu. Trong hoạt động quảng bá văn hoá, truyền thông đóng vai trò rất quan trọng. Truyền thông được coi như công cụ hữu hiệu để thực hiện sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch. Đây là công cụ trực tiếp để các chủ thể đem văn hóa của mình thâm nhập vào không gian văn hóa của chủ thể khác, truyền bá và phổ biến hình ảnh của mình nhằm lôi cuốn, thu hút khách du lịch tại các điểm đến. Hiện nay, với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin, internet và truyền hình, các phương tiện truyền thông hiện đại



như báo điện tử, truyền hình vệ tinh, mạng xã hội cũng theo đó phát triển mạnh mẽ và trở thành công cụ hữu hiệu trong việc quảng bá sức hấp dẫn, vẻ đẹp văn hóa tại các điểm đến du lịch, xây dựng hình ảnh hay tạo dựng dư luận có lợi cho thực hiện sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch. Có thể nói, truyền thông đại chúng là phương thức mang lại sức mạnh đáng kể để thực hiện sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay.

Ngoại giao văn hóa là một hoạt động ngoại giao đặc thù, thường được hiểu theo hai khía cạnh, đó là sử dụng công cụ văn hóa để đạt được các mục tiêu của ngoại giao và thông qua ngoại giao để thúc đẩy giao lưu văn hóa và sự phát triển văn hóa nhằm tôn vinh vẻ đẹp của văn hóa. Mục đích của ngoại giao văn hóa là thúc đẩy giao lưu, hợp tác về văn hóa, cổ vũ sự tiếp xúc và trao đổi giữa các nền văn hoá khác nhau, ngoại giao văn hóa là một công cụ đắc lực để gia tăng sức mạnh mềm văn hoá của các vùng, miền, khu vực, quốc gia.

Ngoại giao văn hóa được thực hiện thông qua nhiều loại hình hoạt động văn hóa cụ thể khác nhau. Cụ thể như: thông tin tuyên truyền đối ngoại; Giao lưu, trao đổi các đoàn văn hóa nghệ thuật; Hợp tác với các vùng, miền khác cùng tổ chức các sự kiện văn hóa; Tham gia các hoạt động và các tổ chức hợp tác khu vực và quốc tế về văn hóa; Tổ chức các hoạt động văn hóa thông qua cộng đồng kiều bào. Việc triển khai những hoạt động này có thể thông qua hình thức song phương hoặc đa phương giữa các địa phương, khu vực, như tổ chức các chương trình văn hoá, nghệ thuật giữa hai bên; tổ chức các hoạt động “năm văn hoá”, “tháng văn hoá”, “tuần văn hoá”; các hoạt động trao đổi học giả, học viên; biếu tặng các sản phẩm văn hóa như sách, áo, phim ảnh, các sản phẩm ẩm thực;...

*Thứ tư, thông qua phát triển các ngành công nghiệp văn hoá.*

Văn hóa không chỉ bao gồm những giá trị trừu tượng mà chúng còn thể hiện trong những sản phẩm cụ thể. Các sản phẩm văn hóa càng mang nhiều giá trị về sử dụng, thẩm mỹ, nhân văn thì mức độ lan toả của nó càng lớn, do vậy, sức chuyển tải tinh thần, giá trị, thông điệp của nó càng mạnh mẽ. Vì vậy, việc phát triển các ngành công nghiệp văn hóa là một trong những phương thức quan trọng để quảng bá nền văn hóa của khu vực, quốc gia và thông qua đó góp phần thực hiện sức mạnh mềm

văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc. Công nghiệp văn hóa là sự tập hợp các ngành kinh tế khai thác và sử dụng hiệu quả tính sáng tạo, kỹ năng, sở hữu trí tuệ, sản xuất các sản phẩm và dịch vụ có ý nghĩa văn hóa xã hội; nhấn mạnh đến hai yếu tố công nghiệp và sáng tạo. Đó là sản phẩm kết hợp chặt chẽ giữa giá trị kỹ, mỹ thuật cao với giá trị văn hóa, thể hiện xu thế kinh tế và văn hóa hòa đồng, thâm quyện vào nhau. Phát triển công nghiệp văn hóa đã và đang trở thành chiến lược nhằm gia tăng sức mạnh văn hóa. Để các ngành công nghiệp văn hóa tham gia thành công vào công cuộc thực hiện, phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch, các nhà sản xuất phải biết cách lồng ghép một cách hợp lý các mục tiêu quảng bá vào các sản phẩm văn hóa, biết cách sử dụng các hình thức văn hóa để thực hiện mục tiêu của mình. Mục tiêu ấy không đơn thuần là thu được lợi nhuận kinh tế mà còn phải mang theo và chuyển tải những thông điệp văn hóa có giá trị, đúng đắn, và tin cậy. Từ đó, những thông điệp văn hóa đó (thường mang trong nó những quan niệm giá trị và ý tưởng văn hóa) sẽ thấm thấu vào bên tiếp nhận một cách tự nhiên, từ từ theo kiểu “mưa dầm thấm lâu”. Đồng thời, khi các sản phẩm công nghiệp văn hóa phục vụ cho phát triển kinh tế du lịch mang nhiều ý nghĩa, chuyển tải được nhiều giá trị trong nó thì tự nhiên sẽ hấp dẫn được nhiều khách du lịch, và thu về những nguồn lợi để kinh tế du lịch phát triển.

### **2.3.2. Những nhân tố tác động đến phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam**

Sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch luôn mang tính lịch sử, mang dấu ấn khá đặc thù của mỗi khu vực, nó chịu sự tác động của nhiều nhân tố, cả bên trong và bên ngoài. Ngoài những yếu tố tự thân như sự phong phú đa dạng, hấp dẫn của chính nền văn hóa ấy, phương thức chuyển tải phù hợp hiệu quả, sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố. Có thể kể đến một số yếu tố cơ bản:

*Thứ nhất, chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước về văn hoá*

Chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước về văn hoá là nhân tố quan trọng có tác động đến mạnh mẽ đến phát huy sức mạnh mềm trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc hiện nay.

Cùng với công cuộc đổi mới toàn diện đất nước, chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước về phát triển văn hoá đã tạo ra sự đổi mới nhận thức sâu sắc về vai trò của văn hoá đối với sự phát triển đất nước, khẳng định sự gắn kết chặt chẽ giữa văn hoá và kinh tế, chiến lược phát triển kinh tế du lịch trở thành ngành “kinh tế mũi nhọn”, v.v.. Điều này đã giúp các nhà quản lý, các nhà hoạt động văn hoá và nhân dân nhận thức ngày càng sâu sắc hơn về vai trò “sức mạnh mềm” của văn hoá trong phát triển kinh tế - xã hội. Đối với khu vực miền núi phía Bắc, trong thời kỳ đổi mới và thực hiện công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước, năm 2004, Bộ Chính trị khoá X đã ban hành Nghị quyết 37 và tiếp đó là Kết luận số 26 của Bộ Chính trị khoá XI; đặc biệt ngày 10/2/2022, Bộ Chính trị đã ban hành Nghị quyết 11 về “Phương hướng phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm quốc phòng, an ninh vùng Trung du và miền núi Bắc Bộ đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045”. Sự quan tâm của Đảng và Nhà nước cùng với lợi thế của vùng trong thời gian qua đã tạo được sự bứt phá trong phát triển kinh tế du lịch, thu hút các nhà kinh tế, các doanh nghiệp tham gia đầu tư để tạo ra các sản phẩm và dịch vụ văn hoá có sức hấp dẫn, thu hút khách du lịch. Cùng với đó, tình hình chính trị ổn định và phát triển là cơ hội cho những địa phương có thế mạnh về nguồn tài nguyên du lịch thu hút được nhiều nguồn khách du lịch, đặc biệt là lượng khách quốc tế.

Tuy nhiên, nếu tình hình chính trị bất ổn hoặc các cuộc xung đột thường xảy ra thì sẽ tạo ra tâm lý lo ngại cho khách du lịch, đồng thời gây ảnh hưởng tiêu cực đến nguồn tài nguyên du lịch, đến kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất - kỹ thuật, đến môi trường du lịch, v.v.. Hiện nay, một số nơi ở khu vực miền núi phía Bắc còn tiềm ẩn những nguy cơ bất ổn. Do các tỉnh miền núi phía Bắc có tuyến đường biên giới dài, địa hình phức tạp và đây cũng là nơi cư trú của chủ yếu của đồng bào các dân tộc thiểu số nên các thế lực thù địch đã thực hiện chiến lược “diễn biến hòa bình”, xuyên tạc chủ trương, chính sách, pháp luật của Đảng, Nhà nước, kích động đồng bào biểu tình, đòi thành lập “khu tự trị của người Mông”, v.v.. gây chia rẽ khối đại đoàn kết

dân tộc, chống phá sự nghiệp xây dựng chủ nghĩa xã hội ở nước ta. Gắn liền với đó là những vấn nạn khác như tình trạng tranh chấp biên giới, buôn lậu qua đường biên giới, buôn bán phụ nữ và trẻ em, lâm tặc.v.v.. Những khó khăn này sẽ là nhân tố tác động tiêu cực đến phát huy vai trò sức mạnh mềm trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc ở Việt Nam hiện nay.

### ***Thứ hai, điều kiện kinh tế***

Kinh tế có vai trò quyết định đến văn hoá, kinh tế phát triển hay không phát triển đều có tác động trực tiếp và ảnh hưởng đến việc phát huy sức mạnh mềm trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc hiện nay. Kinh tế phát triển tích cực sẽ tạo cơ sở, tiền đề tốt, đầy đủ cho phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch (tiền đề về cơ sở vật chất, kết cấu hạ tầng, trình độ văn hoá và dân trí của người dân, nguồn lực về tài chính và trình độ tổ chức xã hội, v.v.. tại mỗi điểm đến du lịch). Đồng thời, khi kinh tế tại mỗi địa phương phát triển sẽ góp phần cải thiện đời sống dân cư, nâng cao mức thu nhập bình quân đầu người và khả năng chi tiêu; đa dạng hoá loại hình dịch vụ phục vụ hoạt động kinh tế du lịch; và quan trọng hơn hết là thông qua đó nhận thức và ý thức trách nhiệm của người dân đối với kinh tế du lịch theo hướng phát triển bền vững ngày càng được nâng cao như ý thức về bảo vệ giá trị văn hoá, lịch sử và tài nguyên, môi trường. Bên cạnh đó, căn cứ vào trình độ phát triển kinh tế mà mỗi địa phương sẽ đề ra những mục tiêu, định hướng phát triển ngành kinh tế du lịch theo hướng bền vững phù hợp với điều kiện, bối cảnh và từng giai đoạn phát triển.

Ngược lại, nếu kinh tế chậm phát triển sẽ gây ra tác động tiêu cực đến vấn đề phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc. Khi đời sống kinh tế của người dân còn khó khăn thì người dân khó có thể sáng tạo nên những sản phẩm văn hoá có chất lượng cao, khó có thể chăm lo bồi dưỡng các hoạt động văn hoá tinh thần. Kinh tế chậm phát triển cũng kéo theo các tệ nạn xã hội ảnh hưởng xấu đến đời sống văn hoá và phát triển kinh tế du lịch.

### ***Thứ ba, tính tích cực, trình độ nhận thức của các chủ thể***

Hoạt động thực tiễn của con người chỉ có thể thành công khi con người có được nhận thức đúng đắn, chính vì vậy, phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát

triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc chịu tác động rất nhiều từ nhận thức của các chủ thể. Trong nghị quyết Trung ương 9 khóa XI, Đảng Cộng sản Việt Nam đã khẳng định: “Xây dựng và phát triển văn hóa là sự nghiệp của toàn dân do Đảng lãnh đạo, Nhà nước quản lý, nhân dân là chủ thể sáng tạo, đội ngũ trí thức giữ vai trò quan trọng” [124]. Các chủ thể này bao gồm từ chủ thể lãnh đạo, quản lý, những doanh nhân, các nhà khoa học, văn nghệ sĩ (cán bộ làm công tác văn hoá, những người sáng tạo ra các sản phẩm văn hoá), giới truyền thông và nhân dân.

*Chủ thể lãnh đạo, quản lý* có vai trò vạch ra những chủ trương, đường lối và đưa ra những quan điểm chỉ đạo nhằm phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch. Những quan điểm chỉ đạo này là cơ sở cho việc triển khai các hoạt động phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay. Các *doanh nhân, doanh nghiệp kinh doanh du lịch* là những chủ thể đầu tư nguồn kinh phí, trực tiếp triển khai thực hiện các chương trình, kế hoạch cụ thể, vì vậy họ có vai trò, vị trí đặc biệt quan trọng trong việc khơi thông những mạch nguồn văn hóa, mở đường cho sự phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch. Các *nhà khoa học, văn nghệ sĩ* là những chủ thể trực tiếp sáng tạo các sản phẩm văn hóa nghệ thuật, là cầu nối truyền tải những giá trị văn hóa tới đối tượng tiếp nhận. Vì các sản phẩm văn hóa nghệ thuật là các sản phẩm sáng tạo và mang dấu ấn cá nhân khá rõ nét, do vậy, chỉ khi những người làm công tác văn hóa, các văn nghệ sĩ thực sự nhận thức rõ nhiệm vụ phát huy sức mạnh mềm văn hóa dân tộc của mình, thì các sản phẩm văn hóa do họ tạo nên mới chuyển tải được những thông điệp văn hóa của dân tộc tới đối tượng tiếp nhận. Họ cũng là những người am hiểu nhu cầu hưởng thụ văn hóa của nhân dân, vì vậy có thể tham mưu cho cấp ủy đảng, chính quyền trong việc xây dựng, ban hành chủ trương, chính sách để lãnh đạo, triển khai các công việc, đảm bảo đúng định hướng, mục tiêu của Đảng, Nhà nước. Ở trung tâm của quá trình phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc chính là *nhân dân*. Nhân dân là những người sáng tạo nên toàn bộ nền văn hóa của dân tộc, bảo vệ, giữ gìn những giá trị văn hóa ấy trải suốt chiều dài lịch sử dân tộc. Vai trò chủ thể của nhân dân trong việc phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc thể

hiện ở chỗ nhân dân chính là người trực tiếp tham gia sáng tạo các sản phẩm văn hóa, các công trình văn hóa, đời sống văn hóa, trực tiếp duy trì, bảo tồn những giá trị văn hóa của dân tộc thông qua các hoạt động cụ thể của mình, đồng thời là những người trực tiếp thụ hưởng, tiêu dùng các sản phẩm văn hóa. Khi mỗi người dân nhận thức và ý thức rõ về vị trí sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch và thể hiện trong hành vi, trong hoạt động của mình, chủ động thực hiện nó, thì đó là những chủ thể chuyển tải văn hóa hiệu quả và trực tiếp nhất, từ đó phát huy được sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch.

Có thể nói, quá trình phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc phụ thuộc vào nhận thức, sự chủ động, tích cực và sự phối hợp nhịp nhàng của các chủ thể trên. Có như vậy, chiến lược phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc mới có thể đạt được thành tựu, phục vụ cho quá trình phát triển của khu vực và đất nước.

#### ***Thứ tư, giáo dục – đào tạo***

Chủ nghĩa Mác - Lênin khẳng định chính con người đã sáng tạo ra lịch sử, làm nên lịch sử. Để có được những con người mới ấy, công tác giáo dục - đào tạo có tác động và đóng một vai trò rất to lớn. Theo Mác - Ăngghen: “Công tác giáo dục sẽ làm cho những người trẻ tuổi có khả năng nắm vững nhanh chóng toàn bộ hệ thống sản xuất trong thực tiễn, làm cho họ có thể lần lượt chuyển từ ngành sản xuất này sang ngành sản xuất nọ theo nhu cầu của xã hội hoặc tùy theo sở thích của bản thân họ. Do đó, công tác giáo dục sẽ làm cho họ thoát khỏi tình trạng một chiều mà sự phân công lao động hiện nay đang buộc mỗi một người phải theo” [61, tr.474]. Nhờ có giáo dục, con người mới có tri thức, nắm bắt được quy luật của tự nhiên và xã hội, mới có khả năng để thực hiện năng lực làm chủ của mình, hoàn thành vai trò chủ thể của quá trình phát triển của xã hội. Với vai trò đó, giáo dục – đào tạo cũng là một trong những nhân tố quan trọng tác động đến phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc hiện nay.

Giáo dục – đào tạo phát triển sẽ góp phần nâng cao nhận thức, tính tích cực của các chủ thể nhằm huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch. Trong ngành du lịch, phần lớn lao động tiếp xúc trực tiếp với khách hàng và họ tham

gia thực hiện các công việc nhằm đạt được những mục tiêu của đơn vị. Chất lượng dịch vụ được cung cấp cho khách hàng không chỉ phụ thuộc vào trình độ, kỹ năng tay nghề của người lao động mà còn phụ thuộc vào thái độ làm việc của họ. Chính vì vậy, các doanh nghiệp du lịch muốn tồn tại và phát triển trong điều kiện cạnh tranh ngày càng gay gắt, cần phải nhận thức rõ hơn vai trò đội ngũ lao động, phải có được một đội ngũ lao động có kiến thức sâu rộng, giỏi tay nghề, có đạo đức nghề nghiệp tốt, am hiểu về sức mạnh mềm văn hoá. Để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch, giáo dục – đào tạo có tác động và đóng vai trò rất quan trọng. Giáo dục cũng được coi là giải pháp mang tính lâu dài và bền vững để tôn vinh và lưu truyền những giá trị vô giá của những di sản, di tích văn hóa, lịch sử, là kênh truyền thông có tính hiệu quả cao nhất. Những kết quả đạt được và hạn chế trong công tác giáo dục – đào tạo đang là những nhân tố có tác động hai chiều đến phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc hiện nay. Nắm bắt và giải quyết những vấn đề đặt ra từ thực tiễn công tác giáo dục - đào tạo sẽ góp phần phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc hiện nay.

***Thứ năm, toàn cầu hóa, Cách mạng công nghiệp lần thứ tư***

Hiện nay, xu hướng toàn cầu hoá đang tác động mạnh mẽ đến mọi quốc gia trên thế giới. Toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế là một xu thế tất yếu, khách quan, ngày càng gia tăng mạnh mẽ, nhất là khi cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư bùng nổ. Toàn cầu hoá một mặt tạo cơ hội mở rộng giao lưu văn hoá với thế giới, chọn lọc, tiếp thu các giá trị văn hoá của nhân loại, làm giàu bản sắc văn hoá của dân tộc mình. Tuy nhiên, toàn cầu hoá cũng là “con dao hai lưỡi”, nó có thể làm phai nhạt bản sắc văn hoá dân tộc; dưới tác động của toàn cầu hoá, các thang giá trị của bản sắc văn hoá dân tộc có thể bị đảo lộn, gây ra sự chệch hướng trong việc xây dựng nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc. Trong quá trình toàn cầu hóa việc đánh mất bản sắc văn hóa dân tộc là mối lo chung của các nước đang phát triển. Văn hóa và ngôn ngữ của các nước lớn sẽ tác động rất nhiều đến đời sống văn hóa của các nước nhỏ; mặt khác, lợi dụng toàn cầu hoá, các thế lực thù địch với chế độ xã hội chủ nghĩa thực hiện “diễn biến hòa bình” trên lĩnh vực tư tưởng văn hoá, nhằm phá hoại bản sắc văn hoá dân tộc.

Cùng với toàn cầu hoá, cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư có tác động mạnh mẽ đến mọi mặt của đời sống xã hội, trong đó có phát huy sức mạnh mềm văn hoá văn hoá và du lịch. Kết nối Internet vạn vật, dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo, điện toán đám mây, v.v.. giúp hình thành nền văn hóa số, du lịch số; mọi người được tiếp cận và khai thác lượng thông tin đồ sộ của toàn nhân loại. Các phương tiện truyền thông xã hội (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Tiktok,...) đã trở thành hiện tượng văn hóa mới, diễn ra các hoạt động thông tin, văn hóa đa dạng và phong phú, chứa đựng nhiều giá trị và cả phản giá trị, lan tỏa sức mạnh mềm văn hóa và hạn chế, phá hoại sức mạnh mềm văn hóa quốc gia... Các phương tiện truyền thông xã hội, mạng viễn thông, Internet tạo thuận lợi cho giao lưu, tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại, đồng thời cũng là nơi diễn ra cuộc đấu tranh gay gắt để bảo tồn bản sắc văn hóa dân tộc, bảo vệ thể chế chính trị, an ninh quốc gia, an ninh văn hóa, an ninh con người... Mặt trái của Cách mạng công nghiệp lần thứ tư còn có thể gây ra sự bất bình đẳng về văn hóa, xã hội. Nó có thể phá vỡ thị trường lao động truyền thống, có thể làm gia tăng mức chênh lệch về cơ hội tiếp cận công nghệ và phúc lợi xã hội về văn hóa của các nhóm dân cư; nó có thể làm gia tăng sự xâm nhập của các hiện tượng phi văn hoá, phi nhân tính, phá huỷ những giá trị của nền văn hoá dân tộc.

***Thứ sáu, điều kiện tự nhiên và truyền thống văn hóa khu vực***

Điều kiện tự nhiên và tài nguyên du lịch là yếu tố cơ bản, là điều kiện tiên quyết để tạo ra sản phẩm du lịch nhằm thu hút khách du lịch. Với những lợi thế đặc biệt về mặt vị trí địa lý, kinh tế và chính trị, khu vực miền núi phía Bắc có nhiều điều kiện tự thuận lợi để phát triển kinh tế du lịch. Sự đa dạng về địa hình, đất đai, khí hậu, có nhiều tiềm năng để phát triển nền kinh tế nông nghiệp toàn diện với các sản phẩm nông nghiệp đa dạng, nhiều loại sản vật độc đáo. Khí hậu ôn hoà với 4 mùa rõ rệt Xuân – Hạ - Thu – Đông thích hợp cho phát triển loại hình du lịch nghỉ dưỡng. Quỹ đất cho phát triển kinh tế - xã hội nói chung và cho phát triển du lịch nói riêng còn khá dồi dào, vì vậy có khả năng chuyển đổi đáp ứng nhu cầu phát triển các công trình dịch vụ du lịch, đặc biệt là phát triển các khu du lịch nghỉ dưỡng cuối tuần, khu vui chơi giải trí gắn với khung cảnh làng quê, núi rừng, thác nước thoáng đãng để thu hút khách du lịch từ các khu đô thị về nghỉ dưỡng. Các tỉnh miền núi phía Bắc còn nổi



tiếng với nhiều danh lam thắng cảnh thiên nhiên đẹp, nhiều di tích lịch sử văn hoá nổi tiếng. Tuy nhiên, điều kiện tự nhiên của khu vực cũng có những khó khăn, thách thức. Địa hình các tỉnh miền núi phía Bắc trải rộng trên diện tích lớn nhưng lại bị phân tầng, chia cắt mạnh dẫn đến giao thông nội vùng và liên vùng khó khăn. Khí hậu khắc nghiệt do ảnh hưởng của chế độ gió mùa gây nên khô, nóng, hạn hán, sương muối, hiện tượng xói lở, lũ ống, lũ quét gây trở ngại cho sản xuất, đời sống sinh hoạt và công tác bảo tồn các di tích lịch sử văn hoá. Vùng có diện tích đất tự nhiên lớn nhưng diện tích đất sản xuất nông nghiệp không lớn và thiếu tập trung là một khó khăn phát triển các vùng sản xuất chuyên canh nông nghiệp lớn.

Miền núi phía Bắc là nơi sinh sống của nhiều dân tộc thiểu số, mỗi dân tộc đều có một nền văn hóa riêng. Trong quá trình chinh phục tự nhiên, tạo dựng cuộc sống, sinh cơ lập nghiệp, đồng bào các dân tộc miền núi phía Bắc đã sinh thành những quan niệm nhân sinh để rồi từ những quan niệm đó đã chuyển hóa thành những phong tục, tập quán truyền thống riêng trong đời sống văn hóa được thể hiện qua ngôn ngữ, trang phục, nhà ở, ẩm thực, phong tục tập quán,... Truyền thống văn hoá của khu vực một mặt là tài nguyên, nguồn lực văn hoá để phát triển kinh tế du lịch nhưng mặt khác, sự tồn tại của những hủ tục như: Trong việc tổ chức tang lễ, không ít nơi còn mời thầy mo, thầy cúng yểm bùa, trừ ma; Vẫn còn hiện tượng một số gia đình có người đau ốm đã cúng ma để giải hạn mà không đưa tới trạm y tế xã, v.v..

Như vậy, điều kiện tự nhiên và đặc điểm truyền thống văn hoá khu vực vừa tạo thời cơ, thuận lợi và đồng thời cũng đặt ra những khó khăn cho quá trình phát triển nói chung và quá trình phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch nói riêng. Tận dụng, khai thác, phát huy được tiềm năng, thế mạnh và khắc phục, hạn chế được những khó khăn, thách thức của điều kiện tự nhiên, kinh tế - xã hội, truyền thống văn hoá đang là bài toán đặt ra cho con đường phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay.

## Tiểu kết chương 2

Những nghiên cứu ở chương 2 đã giải quyết được những khái niệm công cụ, những tiền đề lý luận cơ bản làm cơ sở nền tảng cho những nội dung nghiên cứu ở chương 3. Trong đó có ba nội dung nổi bật sau:

*Thứ nhất*, khái quát các quan niệm và làm rõ các nội dung liên quan đến sức mạnh mềm, sức mạnh mềm văn hoá, kinh tế du lịch, phát triển kinh tế du lịch; Khái quát quan điểm của triết học Mác – Lênin về văn hoá và phân tích quan điểm của Đảng và Nhà nước về sức mạnh mềm văn hoá qua các thời kỳ gắn liền với lịch sử dân tộc; Làm rõ mối liên hệ biện chứng giữa sức mạnh mềm văn hoá và phát triển kinh tế du lịch.

*Thứ hai*, phân tích những đặc thù về điều kiện tự nhiên, kinh tế, đặc điểm dân cư, tập quán sinh sống của khu vực miền núi phía Bắc tác động đến phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch; Phân tích sức mạnh mềm văn hoá ở miền núi phía Bắc biểu hiện ở ba nội dung cơ bản, bao gồm nền văn hoá thống nhất trong đa dạng, các giá trị văn hoá tinh thần và kho tàng di sản văn hoá phong phú.

*Thứ ba*, phân tích sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc, bao gồm sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển du lịch cộng đồng, sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển du lịch sinh thái, sinh thái nghỉ dưỡng, tham quan di tích lịch sử - văn hoá và sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển du lịch chăm sóc sức khoẻ, ẩm thực. Trên cơ sở đó, làm rõ những nhân tố tác động đến phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc, bao gồm các nhân tố về chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách của Nhà nước, điều kiện kinh tế, giáo dục – đào tạo, toàn cầu hoá, cách mạng công nghiệp lần thứ tư, điều kiện tự nhiên, truyền thống văn hoá khu vực và nhận thức của các chủ thể lãnh đạo, quản lý, nhân dân các dân tộc khu vực miền núi phía Bắc.

Những nội dung đã được luận án phân tích làm rõ trong chương 2 sẽ là khung lý thuyết và là những căn cứ quan trọng giúp nghiên cứu sinh tiếp tục tiến hành khảo sát cũng như phân tích thực trạng trong chương tiếp theo của luận án.

### Chương 3

## PHÁT HUY SỨC MẠNH MỀM VĂN HÓA TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ DU LỊCH Ở MIỀN NÚI PHÍA BẮC VIỆT NAM – THỰC TRẠNG VÀ VẤN ĐỀ ĐẶT RA

### 3.1. THỰC TRẠNG PHÁT HUY SỨC MẠNH MỀM VĂN HÓA TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ DU LỊCH Ở MIỀN NÚI PHÍA BẮC VIỆT NAM HIỆN NAY

Dưới lát cắt của luận án, thực trạng phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc được đánh giá thông qua những kết quả đạt được và hạn chế thể hiện ở ba khía cạnh cơ bản: Thực trạng nhận thức và tính tích cực của các chủ thể; Thực trạng nội dung phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch; Thực trạng phương thức phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch.

#### 3.1.1. Những kết quả đạt được

##### *3.1.1.1. Một số kết quả đạt được về mặt nhận thức, tính tích cực của các chủ thể trong phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch*

Trong thời gian qua, nhận thức về vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch của các chủ thể ở miền núi phía Bắc ngày càng được nâng cao rõ rệt, trên cơ sở đó đã góp phần phát huy tính tích cực của các chủ thể, nâng cao đời sống, tăng thu nhập cho cộng đồng dân cư.

##### *Thứ nhất, chủ thể lãnh đạo, quản lý*

Nhận thức về sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch của các cấp lãnh đạo, quản lý trong thời gian qua đã từng bước được nâng cao, đặc biệt từ năm 2011 khi Chính phủ ban hành quyết định phê duyệt *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*, tiếp sau đó năm 2017 Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết số 08-NQ/TW về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Theo *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*, sản phẩm du lịch tiêu biểu của các tỉnh miền núi phía Bắc là du lịch văn hoá, cộng đồng - sinh thái gắn với tìm hiểu bản sắc văn hoá của đồng bào dân tộc thiểu số, trong đó xác định Điện Biên, Hà Giang, Lào Cai, Sơn La là một trong 7 khu vực động

lực phát triển du lịch của quốc gia (2 trong 4 trung tâm lưu trú của khu vực động lực này là Mộc Châu và thành phố Điện Biên). Căn cứ vào *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020 tầm nhìn đến năm 2030*, *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Vùng Trung du miền núi Bắc Bộ đến năm 2020* đã được lập, trong đó nhấn mạnh hướng khai thác sản phẩm du lịch tiêu biểu của vùng là du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, từ đó làm căn cứ cho các tỉnh miền núi phía Bắc triển khai quy hoạch phát triển du lịch của mình<sup>1</sup>, qua đó góp phần phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch, cải thiện được hạ tầng, cơ sở vật chất ở nhiều điểm du lịch, hỗ trợ phát triển du lịch ở những vùng quy hoạch.

Trên cơ sở các văn bản chỉ đạo của Trung ương, phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch đã được các cấp Ủy Đảng, chính quyền các địa phương khu vực miền núi phía Bắc quan tâm và triển khai. Các địa phương đã ban hành các kế hoạch cụ thể để tổ chức thực hiện nhằm phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch<sup>2</sup>.

Căn cứ Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22 tháng 01 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030, các địa phương đã ban hành đề án phát triển du lịch theo các giai đoạn, trong đó có nội dung đề cập đến phát triển kinh tế du lịch phù hợp với điều kiện thực tế dựa chủ yếu vào lợi thế về văn hoá đặc trưng ở các địa phương<sup>3</sup>.

Triển khai các kế hoạch nêu trên, Tỉnh uỷ, Ủy ban nhân dân (UBND) các tỉnh khu vực miền núi phía Bắc đã chỉ đạo Sở Văn hoá Thể thao và Du lịch phối hợp với các ngành và địa phương thông qua nhiều hình thức để tổ chức tuyên truyền, phổ biến nội dung các chương trình hành động của địa phương cùng với chủ trương chung của Đảng, Nhà nước nhằm phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch đến người dân, doanh nghiệp, cán bộ các cơ quan quản lý nhà nước, qua đó, nhận thức và tính tích cực của các chủ thể nhìn chung được nâng lên rõ rệt.

### *Thứ hai, chủ thể doanh nghiệp kinh doanh du lịch*

<sup>1</sup> Xem chú thích số (12).

<sup>2</sup> Xem chú thích số (13).

<sup>3</sup> Xem chi tiết hệ thống văn bản đã được ban hành ở các địa phương khu vực miền núi phía Bắc ở Phụ lục 4 - Hệ thống văn bản về văn hoá, du lịch được ban hành giai đoạn 2015 – 2021.

Để phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc, nâng cao nhận thức và phát huy tính tích cực của các chủ thể doanh nghiệp kinh doanh du lịch có vị trí đặc biệt quan trọng. Khu vực miền núi phía Bắc là nơi chứa đựng những trang sử hào hùng của dân tộc trong quá trình dựng nước và giữ nước với nhiều cảnh đẹp thiên nhiên ban tặng và người dân thân thiện, mến khách, tuy nhiên đây vẫn là vùng “trũng nghèo” của cả nước. Vì vậy, để phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch, sự quan tâm, đầu tư của các doanh nghiệp sẽ tạo tiềm lực để du lịch trong khu vực “chấp cánh” phát triển dựa trên những thế mạnh về văn hoá của khu vực.

Những năm gần đây, nhận thức và hoạt động của doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch dựa trên cơ sở phát huy sức mạnh mềm văn hoá đã có những bước phát triển tích cực, đóng góp vào sự phát triển kinh tế - xã hội của khu vực. Với sự quan tâm và đầu tư của các doanh nghiệp du lịch, hình ảnh, tiềm năng du lịch khu vực miền núi phía Bắc đã được quảng bá tới các địa phương trên toàn quốc nhằm thu hút đầu tư, mở rộng thị trường thương mại và du lịch thông qua các hội nghị xúc tiến, hội chợ triển lãm, các lễ hội truyền thống, hội nghị, hội thảo và các phương tiện thông tin đại chúng... Các tập đoàn lớn như Sun Group, Mường Thanh, Vingroup, Sông Hồng Thủ Đô... và các công ty như Công ty Cổ phần Ao Vua, Công ty Cổ phần Đầu tư Thăng Long, Công ty TNHH Kim Thành Nam và nhiều doanh nghiệp tư nhân khác trong thời gian qua đã đầu tư mở rộng quy mô và nâng cao chất lượng dịch vụ, khai thác các nguồn lực văn hoá, cải thiện cơ sở vật chất kỹ thuật ngành du lịch, qua đó góp phần phát huy trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch, tăng sức hấp dẫn của du lịch miền núi phía Bắc với du khách<sup>1</sup>.

Với sự đầu tư của các doanh nghiệp du lịch, hệ thống khách sạn, nhà hàng không ngừng đầu tư nâng cấp và xây dựng mới<sup>2</sup>, hệ thống giao thông và thông tin ngày càng thuận lợi đã góp phần không nhỏ trong việc khai thác các tiềm năng, thế mạnh về văn hoá của khu vực; thiết kế, xây dựng các chương trình du lịch dựa trên những đặc trưng về văn hoá của khu vực... Chính những doanh nghiệp này là những

---

<sup>1</sup> Xem chú thích số (14).

<sup>2</sup> Xem chú thích số (15).

chủ thể tiên phong trong việc tổ chức khai thác, xây dựng các chương trình phù hợp với từng giai đoạn và hơn cả là làm tốt công tác quảng bá, tiếp thị, cùng với việc phối hợp với các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch để đào tạo đội ngũ nhân lực có đầy đủ năng lực, am hiểu sâu sắc về địa hình, cảnh quan, con người, các nét đặc sắc của văn hóa truyền thống của khu vực miền núi phía Bắc, đồng thời thường xuyên trao đổi, đóng góp ý kiến để tham vấn giúp các chủ thể quản lý có những chỉ đạo, kế hoạch thực hiện sâu sát với tình hình thực tế. Cùng với tiềm năng “sức mạnh mềm” văn hoá sẵn có của địa phương và tận dụng mọi cơ hội để không ngừng đổi mới, hiện các doanh nghiệp đã và đang có những đóng góp rất quan trọng đối với quá trình phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc.

*Thứ ba, chủ thể các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân*

Đội ngũ các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân là nhân tố năng động, sáng tạo và mang trọng trách xã hội lớn lao không chỉ đối với việc bảo vệ, phát huy giá trị di sản văn hoá mà còn hướng tới phục vụ lợi ích cộng đồng ở một phạm vi rộng lớn hơn. Họ vừa có vai trò quan trọng trong kiến tạo, trao truyền và thực hành di sản, vừa là những người có ảnh hưởng đối với cộng đồng di sản nói riêng, đối với xã hội nói chung. Với sự quan tâm của các cấp lãnh đạo, quản lý cùng với những biến đổi của công cuộc đổi mới đất nước, trong thời gian qua nhận thức và tính tích cực của các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân ngày càng được nâng cao và đã có những đóng góp nhất định trong phát huy sức mạnh mềm văn hoá để phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay.

Xác định đội ngũ các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân là hạt nhân văn hóa tiêu biểu trong việc lưu giữ, bảo tồn và phát triển các di sản văn hoá trong cộng đồng, những năm qua, các địa phương khu vực miền núi phía Bắc đã có nhiều chính sách khuyến khích, hỗ trợ các nhà khoa học, nghệ nhân, là những người đang nắm giữ bảo tồn và truyền dạy các giá trị di sản văn hóa, qua đó đã tạo động lực để các chủ thể này cống hiến, sáng tạo, nâng cao chuyên môn và thực hành những ý tưởng nhằm phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc hiện nay. Thông qua các hoạt động chuyên môn, đội ngũ các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân đã góp phần quan trọng trong lập hồ sơ khoa học các hiện vật, di tích,

danh thắng, tạo điều kiện thuận lợi cho việc xếp hạng các di tích, danh thắng, tạo cơ chế thuận lợi để đẩy mạnh công tác xã hội hoá phát huy giá trị di tích văn hoá. Sự đóng góp của đội ngũ các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân trong lĩnh vực giáo dục, đào tạo, khoa học, công nghệ cũng đã góp phần quan trọng trong bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa dân tộc. Đặc biệt, trước nguy cơ mai một, thất truyền các di sản văn hóa, các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân đóng vai trò quan trọng trong công tác phục hồi, phục dựng, đề hóa giải các nguy cơ. Các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân cũng là lực lượng có vai trò nòng cốt trong quá trình quảng bá, lan tỏa các giá trị văn hóa các dân tộc. Họ có thể tư liệu hóa các giá trị văn hóa qua sưu tầm, phim, ảnh, các công trình nghiên cứu; mô hình hóa việc thực hành các giá trị văn hóa thông qua các câu lạc bộ, các hội, nhóm;... Nhờ các nghệ nhân mà những nghề truyền thống có từ bao đời nay ở các bản làng được lưu giữ, phát huy. Những váy áo thổ cẩm rực rỡ sắc màu trong các lễ hội; những vật dụng được đan từ mây tre phục vụ trong cuộc sống hằng ngày; những ghè rượu cần với hương vị rất riêng của núi rừng; những nhạc cụ được chế tác từ các cây cỏ, vật dụng từ thiên nhiên. Cũng nhờ các nghệ nhân mà các pho sử thi của các dân tộc vẫn còn được lưu giữ, chẳng những dân làng được đắm mình lắng nghe nghệ nhân kể lại trong các ngày hội làng mà nay còn được ghi âm thành băng đĩa, dịch in thành sách cho con cháu mai sau. Với khả năng thực hành các nghề truyền thống, nghệ thuật diễn xướng, các nghệ nhân ở các thôn làng trên địa bàn tỉnh không ngừng nỗ lực gìn giữ, cống hiến, sáng tạo và trao truyền lại cho lớp cháu con. Họ tích cực tham gia các hội thi, hội diễn do ngành Văn hóa, các địa phương tổ chức. Họ không nề hà tuổi cao sức yếu, sẵn sàng đứng lớp truyền dạy từ điệu múa xoang, cách đánh chiêng, chỉnh chiêng, điệu dân ca dân vũ, đến bí quyết ủ rượu ghè, làm thuyền độc mộc, cách rèn các vật dụng,... Bằng nhiều cách thức khác nhau, những giá trị văn hóa đã được đội ngũ đội ngũ các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân đưa đến với công chúng trong và ngoài nước. Đây cũng chính là phương thức phát huy sức mạnh mềm văn hóa dân tộc, làm cho công chúng thấy được sức hấp dẫn của các giá trị văn hóa, thông qua đó thúc đẩy kinh tế du lịch phát triển.

Trong xu thế toàn cầu hoá, thông qua thực hành văn hóa, đội ngũ các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân đã góp phần thúc đẩy quá trình hiện đại hóa văn hóa dân tộc mà không làm mất đi truyền thống văn hóa, bản sắc dân tộc. Việc ứng dụng những thành tựu của khoa học công nghệ đã tạo ra những hướng đi mới trong bảo tồn di sản văn hóa, trong thúc đẩy giao lưu văn hóa. Những bảo tàng 3D đã làm giảm nguy cơ tổn hại đến các hiện vật. Những công nghệ thực tế ảo đã làm sống dậy nhiều thực hành văn hóa truyền thống, góp phần nâng cao nhận thức của cộng đồng, đặc biệt là thế hệ trẻ về các giá trị văn hóa truyền thống như lễ hội, các hình thức diễn xướng dân gian, ... Bên cạnh đó, việc ứng dụng khoa học công nghệ, đặc biệt là những thành tựu của Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đã làm thay đổi cách thức sáng tạo, thực hành văn hóa. Sự tiên phong của đội ngũ các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân trong việc sáng tạo ra những sản phẩm khơi dậy tiềm năng sáng tạo văn hóa của con người là những đóng góp hết sức thiết thực nhằm phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay.

*Thứ tư, chủ thể nhân dân*

Trong thời gian qua, với sự quan tâm của các cấp lãnh đạo, quản lý thông các chương trình, dự án, các khoá học bồi dưỡng, nhận thức của nhân dân khu vực miền núi phía Bắc về phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ngày càng được nâng cao rõ rệt. Nhận thức, tính tích cực chủ động của nhân dân được nâng cao đã tạo ra một môi trường mới cho sự phục hồi của thực hành văn hóa truyền thống. Ở nhiều bản làng dân tộc thiểu số, người dân còn giữ được nguyên vẹn nếp sinh hoạt đặc thù như các bản người Lô Lô, người Hà Nhì, người Dao, người Giáy, người Tày, người Thái, người Mông, v.v.. Nhiều địa phương, nhân dân có những hoạt động văn hoá tiêu biểu mang tính đặc thù cao, có sức hấp dẫn đối với du khách, điển hình ở một số tỉnh như: Lào Cai (Tết Nhảy của người Dao đỏ, Lễ hội Lồng Tồng của người Tày, Lễ hội xuống đồng của người Giáy, chợ phiên Cốc Ly, chợ Bắc Hà, chợ Cán Cẩu Si Ma Cai, đua ngựa Bắc Hà); Hà Giang (chợ tình Khâu Vai, lễ hội cấp sắc của người Dao, Lễ hội tam giác mạch); Yên Bái (Lễ hội lúa chín – Mù Căng Chải, Lễ hội cầu mưa của người Thái đen Mường Lò, Lễ hội đèn Đông Cuông); Điện Biên (Lễ hội hoa Ban của người Thái, Lễ cúng Bản của người Cống); Lai Châu (Lễ hội



cúng Bản của người Cống, Lễ cơm mới của người La Hủ, chợ Đào San, chợ Sìn Hồ); Sơn La (Lễ hội chọi trâu, Lễ hội đua thuyền, Lễ hội gỏi đầu của người Thái, Lễ hội Mợi của dân tộc Mường, Tết độc lập tại Mộc Châu (H'Mông); Hòa Bình (Hội Cầu Phúc, Lễ hội đền Vua Bà, Lễ cơm mới của người Mường, Lễ hội cầu mưa của người Mường, của người Thái).

Phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch gắn với các chương trình xây dựng nông thôn mới<sup>1</sup>, xây dựng làng văn hoá du lịch tiêu biểu đã giúp đưa văn hóa làng bản vào phát triển kinh tế - xã hội, nâng cao đời sống của cộng đồng dân cư, và cũng thông qua đó người dân tự nhận thức được giá trị văn hóa làng bản, từ đó tự đề cao ý thức bảo tồn văn hóa bản làng trong xây dựng nông thôn mới nhằm phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển du lịch cộng đồng - một hướng đi mới bền vững của bản làng nông thôn mới khu vực miền núi phía Bắc trong thời kỳ hội nhập.

Nếu như trước đây, đồng bào dân tộc thiểu số dệt vải, làm đồ thủ công, tăng gia sản xuất để phục vụ nhu cầu gia đình thì nay, dựa trên sự chất lọc kho tàng di sản văn hóa truyền thống đã có nhiều ngành nghề được đầu tư để trở thành sản phẩm du lịch cộng đồng hấp dẫn. Có thể kể đến như khôi phục nghề thủ công truyền thống ở Lào Cai, Yên Bái; khơi dậy dịch vụ tắm lá thuốc của người Dao; khai thác nhà ở thành nhà nghỉ cộng đồng ở Hà Giang; nhiều hộ dân đã cải tạo, tu sửa ngôi nhà của mình thành nhà nghỉ cộng đồng phục vụ du khách (homestay). Ngoài việc giữ nguyên kiến trúc và khuôn viên của ngôi nhà truyền thống, người dân còn đầu tư trang trí nội thất và đảm bảo điều kiện vệ sinh. Nhờ vậy, loại hình lưu trú homestay đã trở nên hấp dẫn và thu hút đông du khách. Điển hình như điểm du lịch cộng đồng xóm Pom Coọng (Xóm Pom Coọng, thị trấn Mai Châu, huyện Mai Châu, Hòa Bình), Cụm homestay Tả Van Giáy 1 (Làng Tả Van Giáy, xã Tả Van, huyện Sa Pa, Lào Cai), Cụm homestay xã Mai Hịch (Xóm Hịch 2, xã Mai Hịch, huyện Mai Châu, Hòa Bình) và Dao homestay (Thôn Nặm Đăm, xã Quản Bạ, Hà Giang) là những đơn vị tiêu biểu đã vinh dự được nhận Giải thưởng Du lịch ASEAN năm 2017.

---

<sup>1</sup> Xem chú thích số (16).

Phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch đã đem lại lợi ích thiết thực đối với người dân trong cải thiện đời sống cộng đồng. Tại các điểm du lịch, người dân đã tham gia vào các dịch vụ du lịch khác nhau như cho thuê nhà, làm hướng dẫn viên, bán các loại hàng hóa (khăn piêu, quần áo, đệm, ép khẩu... để làm đồ lưu niệm; hoa quả đặc sản theo mùa...) và bằng cách đó họ đã có thu lợi từ du lịch. Thông qua du lịch, người dân cũng phần nào được giáo dục về kỹ năng, nghiệp vụ du lịch, các kỹ năng tổ chức biểu diễn chương trình.

### ***3.1.1.2. Một số kết quả đạt được về nội dung phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch***

#### ***Thứ nhất, kết quả đạt được về phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch cộng đồng***

Với thế mạnh về cảnh sắc thiên nhiên, sự độc đáo trong phong tục tập quán cùng với sự thân thiện hiền hoà, mến khách của đồng bào các dân tộc thì phát triển du lịch cộng đồng đang là hướng đi mới trong phát triển kinh tế - xã hội của vùng. Trong thời gian vừa qua, phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch cộng đồng ở khu vực miền núi phía Bắc đã có những bước chuyển biến tích cực, đạt được những thành tựu quan trọng. Cụ thể là:

*Các nguồn lực văn hoá cộng đồng (văn hoá cảnh quan thôn/ bản/làng, văn hoá của cảnh quan canh tác ruộng bậc thang, văn hoá của nương/ vườn, lễ hội, trò chơi dân gian...) đã được các địa phương ở khu vực miền núi phía Bắc khai thác có hiệu quả nhằm phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển du lịch cộng đồng.*

Dựa vào đặc điểm quần cư thôn/bản/làng của đồng bào các dân tộc miền núi phía Bắc, trong thời gian qua, văn hóa thôn/làng/bản đã phát huy hiệu quả sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển du lịch cộng đồng gắn với xây dựng nông thôn mới thông qua các mô hình làng văn hoá du lịch cộng đồng<sup>1</sup>.

Các làng văn hoá du lịch cộng đồng ngay từ khi ra đời đã thu hút ngày càng nhiều du khách trong và ngoài nước đến tham quan, lưu trú. Trong từng bước đi xây dựng làng văn hoá du lịch cộng đồng gắn với xây dựng nông thôn mới hiện nay, các

---

<sup>1</sup> Xem chú thích số (17).

địa phương ở khu vực miền núi phía Bắc đã đặc biệt coi trọng, phát huy sức mạnh mềm văn hóa của bản làng thông qua các chương trình xây dựng nông thôn mới gắn với xây dựng làng văn hoá tiêu biểu phục vụ phát triển du lịch cộng đồng do người dân tự tổ chức thực hiện, đã thể hiện sự kết hợp hài hòa những nét đẹp truyền thống văn hóa của bản làng với các nguồn lực của cộng đồng<sup>1</sup>.

Với lợi thế về cảnh quan tự nhiên, văn hóa truyền thống, các sản phẩm gắn với đặc trưng nông nghiệp vùng miền, các điểm du lịch cộng đồng ở miền núi phía Bắc tiếp tục là điểm đến hấp dẫn trong chiến lược phát triển của du lịch<sup>2</sup>. Đặc biệt, việc phát triển du lịch cộng đồng gắn với xây dựng nông thôn mới được xem là giải pháp tối ưu, mang lại “lợi ích kép”<sup>3</sup>, đã và đang được các ngành, địa phương hướng đến<sup>4</sup>. Bởi phát triển du lịch cộng đồng sẽ là đòn bẩy để hoàn thành các tiêu chí quan trọng trong xây dựng nông thôn mới. Ngược lại, kết quả thực hiện các tiêu chí về nông thôn mới cũng tác động trực tiếp hoặc gián tiếp trong việc phát triển phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong kinh tế du lịch nói chung và du lịch cộng đồng nói riêng.

Để trải nghiệm và thực hành văn hoá truyền thống của đồng bào các dân tộc, dịch vụ lưu trú đóng vai trò rất quan trọng. Dịch vụ lưu trú của các điểm du lịch cộng đồng hoàn toàn phụ thuộc vào sự hấp dẫn của di sản văn hóa của đồng bào các dân tộc. Trên cơ sở đó, nhà nghỉ du lịch và nhà có phòng cho khách du lịch thuê (homestay) đã phát triển mạnh<sup>5</sup> ở các điểm du lịch cộng đồng dựa trên khai thác các nguồn lực văn hoá truyền thống trong đời sống cộng đồng cư dân: Nhà nghỉ du lịch đạt chuẩn 1.720 cơ sở (26% cả nước) với 18.200 buồng (24% cả nước), homestay đạt tiêu chuẩn là 232 cơ sở (30,5% cả nước) với hơn 900 buồng (22% cả nước)<sup>6</sup>. Trong lưu trú, nơi ngủ không chỉ đáp ứng nhu cầu nghỉ đêm, mà còn là không gian văn hóa. Ở đó có các quy định nghỉ của khách nam, khách nữ, người cao tuổi, người trẻ... Do

<sup>1</sup> Xem chú thích số (18).

<sup>2</sup> Xem chú thích số (19).

<sup>3</sup> Xem chú thích số (20).

Xem Phụ lục 6 - Tổng thu từ khách du lịch, khách du lịch cộng đồng một số địa phương ở khu vực miền núi phía Bắc giai đoạn 2015 – 2019.

<sup>4</sup> Xem chú thích số (21).

<sup>5</sup> Xem chú thích số (22).

<sup>6</sup> Xem chú thích số (23) và Phụ lục 7 – Tổng số cơ sở lưu trú, tổng số cơ sở lưu trú cộng đồng ở một số tỉnh miền núi phía Bắc giai đoạn 2015 – 2021.

đó, di sản văn hóa tộc người đã chi phối mạnh mẽ đến dịch vụ lưu trú cả về không gian, phong tục tập quán.

*Trong thời gian qua, các địa phương khu vực miền núi phía Bắc cũng đã khai thác giá trị của các lễ hội và trò chơi dân gian nhằm phát huy sức mạnh mềm văn hoá thông qua việc thực hành các lễ hội, trò chơi dân gian trong phát triển du lịch cộng đồng.*

Trong một năm, người dân các địa phương khu vực miền núi phía Bắc có nhiều lễ hội khác nhau, đặc biệt là lễ hội lễ hội Khu cù tề của dân tộc La Chí; Gầu Tào; Cáp sắc, Nhảy lửa, Cầu mùa của dân tộc Dao đỏ; Lồng Tồng của dân tộc Tày, Cúng rừng của dân tộc Nùng... Đây là những tiềm năng văn hoá quan trọng, tạo điều kiện cho việc hình thành, phát triển hoạt động du lịch cộng đồng của địa phương. Những yếu tố tích cực, sống động của lễ hội - nghi lễ nói chung được phát huy không chỉ góp phần thu hút khách du lịch mà còn có vai trò quan trọng trong giữ gìn các đặc trưng văn hóa và thúc đẩy hiện thực hóa tiềm năng sáng tạo làm giàu bản sắc văn hóa dân tộc, giáo dục đạo đức lối sống và truyền thống yêu quê hương đất nước, khơi dậy tinh thần nhân văn, hướng về nguồn cội, lan toả tinh thần đoàn kết của cộng đồng..., có ý nghĩa thiết thực trong xây dựng và thực hành đời sống văn hóa hiện nay ở cơ sở, thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, bảo vệ cảnh quan thiên nhiên và môi trường, là cơ sở hình thành các quan hệ xã hội tốt đẹp mà chủ nghĩa xã hội hướng tới.

Trò chơi dân gian của các dân tộc ở khu vực miền núi phía Bắc rất đa dạng. Trong những dịp biểu diễn cho du khách, nhiều trò chơi dân gian của các dân tộc thiểu số như: ném còn, ném pao, đẩy gậy, đi lò cò, kéo co, đu quay, chơi cù, đánh yến, đi cà kheo, nhất là vật chày và nhảy lửa... được thể hiện một cách sinh động trước sự cổ vũ của đông đảo đồng bào và du khách. Ở một số địa phương, những loại hình trò chơi dân gian được lồng ghép trong mô hình làm dịch vụ homestay tại các làng văn hoá du lịch cộng đồng. Những nghệ nhân và đội văn nghệ của thôn đảm nhiệm vai trò biểu diễn cho khách du lịch. Việc mang những trò chơi dân gian đi biểu diễn ở các địa phương khác bước đầu cho thấy những hiệu quả nhất định từ chủ trương

của một số địa phương khu vực miền núi phía Bắc<sup>1</sup>.

Như vậy, việc thúc đẩy phát triển du lịch cộng đồng trên nền tảng đa dạng các địa hình và văn hóa truyền thống gắn với nhiều dân tộc anh em sinh sống đã đạt được những thành tựu đáng kể. Với sự quan tâm của các cấp lãnh đạo cùng với tiềm năng, lợi thế sẵn có về văn hoá của khu vực, các điểm du lịch cộng đồng ở khu vực miền núi phía Bắc ngày càng thu hút được nhiều khách du lịch ở trong và ngoài nước<sup>2</sup>, qua đó đã phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch.

***Thứ hai, kết quả đạt được về phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch sinh thái, thăm quan di tích lịch sử-văn hóa***

Trong thời gian qua, các địa phương khu vực miền núi phía Bắc đã phát huy được sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển du lịch sinh thái, sinh thái nghỉ dưỡng thông qua các mô hình du lịch sinh thái gắn với văn hoá nông nghiệp – làng nghề truyền thống. Hiện nay, loại hình du lịch trải nghiệm nông nghiệp chủ yếu phát triển ở Lào Cai và bước đầu ở Hà Giang. Đây là một loại hình du lịch dựa trên cơ sở văn hoá canh tác sản xuất nông nghiệp. Việc tham gia của du khách cùng với người dân địa phương trong việc làm đất, gieo trồng, chăm sóc, thu hái, chế biến và hưởng thụ thành quả các sản phẩm hiện đang trở thành trào lưu thu hút đối với khách du lịch.

Khu vực miền núi phía Bắc có nhiều đồi chè trải dài xanh ngát, những trang trại bò sữa trên thảo nguyên có thể cung cấp các giá trị trải nghiệm du lịch sinh thái nông nghiệp vô cùng hấp dẫn. Các sản phẩm du lịch tìm hiểu giá trị sinh thái nông nghiệp đặc thù của vùng cao nguyên, trung du miền núi phía Bắc cung cấp cho khách nhiều hoạt động như tham quan, tìm hiểu đơn giản hoặc tham gia trải nghiệm các quy trình vắt sữa, quy trình chế biến và đóng gói các sản phẩm sữa, quy trình hái chè, chế biến chè. Những địa điểm có thể tổ chức sản phẩm du lịch này là khu vực trang trại bò sữa (Mộc Châu - Sơn La); các nông trường chè (Mộc Châu - Sơn La, Thái Nguyên, Phia Đén - Cao Bằng); các trang trại hoa, phong lan (Sapa và Mộc Châu); các trang trại cá hồi (Sapa - Lào Cai, Phia Đén - Cao Bằng); trang trại thuốc Nam (Sìn Hồ - Lai Châu); trang trại dược liệu (Quản Bạ - Hà Giang).

<sup>1</sup> Xem chú thích số (24).

<sup>2</sup> Xem Phụ lục 8 - Tổng lượt khách du lịch, khách du lịch cộng đồng đến các tỉnh miền núi phía Bắc giai đoạn 2015 – 2019.

Với địa hình núi cao, nhiều địa phương trong khu vực có khí hậu ôn hòa rất thích hợp với du lịch sinh thái nghỉ dưỡng như Sapa, Mộc Châu, Mẫu Sơn, Phia Đén, Hoàng Su Phì. Khí hậu núi cao cũng tạo cho vùng miền núi phía Bắc nhiều giá trị sản vật và cảnh quan nông nghiệp như những mùa hoa đào, hoa mận, hoa tam giác mạch; những vườn cam quýt, vườn hồng, vườn đào, vườn mận; những ruộng bậc thang óng ả xếp tầng tầng đẹp như tranh vẽ như Mù Căng Chải, Hoàng Su Phì, Y Tý, Sin Súi Hồ với sự đa dạng, phong phú, sự khác biệt về phong cảnh trải đều qua các mùa trong năm. Sản phẩm đặc thù với lợi thế về khí hậu, địa hình và phương pháp canh tác tạo nên những nét hấp dẫn lớn đối với du khách theo các mùa trong năm như: Tháng 2 ngắm hoa đào, hoa mận (Sơn La, Hà Giang), thu hoạch cam Cao Phong (Hòa Bình); Tháng 3: ngắm hoa cải (Sơn La), ngắm hoa Ban (Sơn La, Điện Biên, Lai Châu); Tháng 4: hái đào, mận (Sơn La, Sapa); Tháng 5: hái vải (Bắc Giang), xem ruộng bậc thang mùa tưới nước (Lào Cai, Yên Bái, Lai Châu, Hà Giang); Tháng 7, tháng 8: thu hoạch lê (Sapa), thu hoạch na (Lạng Sơn); Tháng 9: ngắm ruộng bậc thang mùa lúa chín Hoàng Su Phì (Hà Giang), ruộng bậc thang Mù Căng Chải (Yên Bái); Tháng 10, tháng 11: ngắm hoa tam giác mạch (Hà Giang) hoa dã quỳ (Lai Châu); Tháng 12 đến tháng 2: ngắm hoa anh đào (Sapa), thăm hồ Pá Khoang (Điện Biên); thu hoạch cam chanh, cam sành (Hà Giang, Hàm Yên – Tuyên Quang), quýt (Bắc Sơn – Lạng Sơn); trải nghiệm mùa băng tuyết (Lào Cai, Lai Châu). Ngoài ra, có thể phát triển một số trang trại hoa, phong lan, ươm giống khu vực Mộc Châu (Sơn La) và Sapa (Lào Cai) để làm phong phú hơn sản phẩm trải nghiệm ngắm hoa.

Ở vùng núi cao khu vực miền núi phía Bắc do địa hình chia cắt mạnh nên một số địa phương (Hà Giang, Lào Cai, Yên Bái) mang đặc trưng của các tiểu vùng khí hậu với nhiều sản phẩm nông nghiệp đặc trưng, những phương thức canh tác độc đáo của các dân tộc thiểu số như thổ canh hóc đá, canh tác ruộng bậc thang, ... là những đặc điểm độc đáo trong nông nghiệp ở các huyện vùng cao. Nhiều năm qua, thổ canh hóc đá, ruộng bậc thang, nương/vườn hoa tam giác mạch... đã được các địa phương quan tâm<sup>1</sup> và đã trở thành nguồn cảm hứng kéo du khách mọi miền đất nước đến khu

---

<sup>1</sup> Xem chú thích số (25).

vực miền núi phía Bắc tham quan, nghỉ dưỡng.

Phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển du lịch sinh thái, sinh thái nghỉ dưỡng thông qua các mô hình du lịch cộng đồng – sinh thái gắn với văn hoá nông nghiệp, một số địa phương đã hình thành các khu du lịch sinh thái trải nghiệm nông nghiệp (Farmstay) kết hợp với văn hoá cộng đồng dân cư<sup>1</sup>.

Nền kinh tế nông nghiệp gắn với đặc trưng văn hoá các dân tộc đang là điểm hấp dẫn của du lịch sinh thái ở miền núi phía Bắc trong thời gian qua. Du lịch sinh thái gắn liền với lợi ích cộng đồng đã mang lại hiệu quả kinh tế - xã hội có ý nghĩa thiết thực. Với sự tham gia trực tiếp của nông dân trong các hoạt động du lịch đã tạo nên sự phong phú, hấp dẫn của các sản phẩm du lịch sinh thái, đồng thời đem lại thu nhập cao cho nông dân bên cạnh hoạt động nông nghiệp thuần túy.

Miền núi phía Bắc cũng là nơi chứa đựng những giá trị hào hùng về lịch sử. Là vùng giàu truyền thống cách mạng, trên địa bàn vùng hiện còn lưu giữ, bảo tồn được nhiều di tích lịch sử - văn hóa của nhiều thời kỳ lịch sử dựng nước và giữ nước như khu di tích cách mạng Hoàng Vân, Pác Pó; khu di tích lịch sử như bến Âu Lâu, khu di tích Đền Hùng, khu di tích lịch sử Trần Hưng Đạo, khu di tích Bác Hồ, khu di tích Điện Biên Phủ, Mường Phăng..., cùng với những bản làng đặc trưng bản sắc dân tộc đây là những điều kiện khá lý tưởng cho phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển du lịch của vùng; các công trình văn hoá như các đền, chùa ở khắp các tỉnh, các di tích lịch sử Pắc Bó, Tân Trào, Điện Biên Phủ... Hiện cả nước có khoảng trên 10.000 di tích, riêng khu vực miền núi phía Bắc chiếm khoảng hơn 25% tổng số di tích trên cả nước. Hiện nay trên phạm vi cả nước đã có 2.509 di tích được xếp hạng, trong số đó vùng miền núi phía Bắc có 445 di tích, chiếm 17,7% tổng số di tích xếp hạng trong cả nước.

Thực hiện *Luật Di sản Văn hoá*, ngành Văn hoá, Thể thao và Du lịch ở các địa phương khu vực miền núi phía Bắc đã tiến hành tổng kiểm kê di tích và danh lam thắng cảnh, hầu như ít nhất 5 năm một lần. Hàng năm tiến hành điều tra, khảo sát, nghiên cứu lập hồ sơ khoa học đề nghị các cấp xếp hạng di tích, danh lam thắng cảnh<sup>2</sup>. Công tác

<sup>1</sup> Xem chú thích số (26).

<sup>2</sup> Xem Phụ lục 9 - Phân bố di tích cấp quốc gia, cấp tỉnh tại các địa phương khu vực miền núi phía Bắc.

kiểm kê, lập hồ sơ xếp hạng các danh lam thắng cảnh và di tích lịch sử - văn hoá đã góp phần thu hút khách du lịch, góp phần phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch tham quan danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử - văn hoá.

Việc xếp hạng di tích, danh thắng tạo cơ sở pháp lý để thực hiện các hoạt động trùng tu và bảo tồn các di tích và danh thắng, trên cơ sở đó góp phần phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển du lịch. Điển hình như đầu tư kinh phí cho tu bổ, nâng cấp di tích cũng được triển khai tại Phố cổ Đồng Văn, một di tích nghệ thuật kiến trúc hình thành từ thế kỷ IX đến nửa đầu thế kỷ XX, nay thuộc thị trấn Đồng Văn, huyện Đồng Văn. Số liệu thống kê cho thấy, có 31 ngôi nhà có tuổi đời trên dưới 100 năm tuổi ở khu vực này, theo thời gian đều hứng chịu tác động của thời tiết, điều kiện tự nhiên và xuống cấp nghiêm trọng. Từ năm 2009, sau khi di tích này được xếp hạng cấp quốc gia, khu vực này được quy hoạch lại; mức độ xuống cấp được xếp loại A, B, C với A là loại nhẹ nhất. Mỗi hộ gia đình sinh sống trong một ngôi nhà cổ được hỗ trợ 30% kinh phí tu bổ ngôi nhà. Việc tu sửa bắt đầu từ năm 2014 với bốn ngôi nhà; những gia đình này đã làm thay đổi một phần hiện trạng ban đầu của mặt tiền ngôi nhà. Đến năm 2017, khi có quy chế về trùng tu nhà cổ trong khu vực, các gia đình có nhà cổ trước khi sửa chữa, tu bổ đều phải xin phép UBND huyện nhằm đảm bảo tuân thủ quy hoạch chung đã được phê duyệt. Đến năm 2019, việc trùng tu đã hoàn tất đối với 18 ngôi nhà. Hằng tối, tại đây đều có chợ đêm phục vụ khách dạo chơi và mua sắm những sản phẩm của địa phương, từ đồ lưu niệm đến trang phục thổ cẩm, sản vật núi rừng. Một hoạt động mới được triển khai ở Phố cổ Đồng Văn trong mấy năm trở lại đây là “Đêm rằm Phố cổ” - người dân khu phố tắt điện và thắp đèn lồng vào đêm trăng tròn, được du khách đón nhận bởi nó làm thay đổi cảm nhận của du khách về cảnh quan và hoạt động tại khu di tích trong điều kiện khác với ngày thường.

Thông qua phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển du lịch sinh thái, tham quan di tích, danh thắng, một phần đã tạo doanh thu cho các địa phương ở khu vực miền núi phía Bắc, mặt khác cũng đã góp phần định hình nên nên trong mỗi cá nhân tình cảm đối với những công trình thiên tạo hay nhân tạo của quê hương. Thông qua các hoạt động liên quan tới di tích, danh thắng, con người thể hiện lòng tự hào về



truyền thống dân tộc và tình yêu quê hương đất nước. Việc người dân tham gia vào các sinh hoạt văn hóa, tín ngưỡng tại những di tích là sự tiếp nối các thực hành truyền thống của một dân tộc hay của một vùng đất. Đối với những người tự nguyện giúp việc tại các di tích, cơ sở thờ tự, việc làm của họ thể hiện tình cảm trân trọng đối với di sản của dân tộc và rộng hơn có thể là của cả quốc gia. Sự cảm nhận về vẻ đẹp của những danh thắng ở địa phương và chia sẻ chúng với người thân và bạn bè cũng là việc làm cho thấy cá nhân đó tự hào về vẻ đẹp của quê hương, đất nước. Hoạt động ngoại khóa của học sinh tại các di tích lịch sử cũng gia tăng hiểu biết của thế hệ trẻ về lịch sử đấu tranh giữ nước và dựng nước của dân tộc, từ đó nuôi dưỡng tình yêu quê hương, yêu đồng bào, yêu dân tộc và lan toả sức lôi cuốn, hấp dẫn của văn hoá đến bạn bè trong nước và quốc tế.

***Thứ ba, kết quả đạt được về phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch chăm sóc sức khoẻ, ẩm thực***

Khu vực miền núi phía Bắc có nhiều lợi thế về “sức mạnh mềm” văn hoá trong phát triển loại hình du lịch chăm sóc sức khỏe do có nhiều cây dược liệu<sup>1</sup>, nhiều điểm suối khoáng nóng, bùn, nhiều khu vực có khí hậu ôn hòa... Trong thời gian qua, phát huy sức mạnh mềm văn hóa dân tộc miền núi phía Bắc trong phát triển kinh tế du lịch gắn với dược liệu để chữa bệnh là một hướng đi đúng, gắn với giá trị chiều sâu của văn hóa các dân tộc miền núi phía Bắc, kinh nghiệm bản địa, cũng như thế mạnh tự nhiên, xã hội của các địa phương ở những nơi có các điều kiện thuận lợi cho phát triển song trùng cả hai lĩnh vực<sup>2</sup>.

Bên cạnh đó, có thể kể đến du lịch chăm sóc sức khỏe trên cơ sở khai thác nước khoáng, nước nóng, khoáng bùn tự nhiên. Hiện nay đã có nhiều doanh nghiệp đầu tư lớn để khai thác như: Khu du lịch suối khoáng nóng Mỹ Lâm-Tuyên Quang được tập đoàn Vinpearl đầu tư; Khu du lịch suối khoáng nóng Thanh Thủy ở tỉnh Phú Thọ, được tập đoàn YoKo của Nhật Bản đầu tư khai thác theo mô hình Onsen của Nhật Bản; Suối nước nóng Trạm Tấu – Yên Bái; Suối Nước Nóng Kim Bôi - Hoà Bình; Suối Nước

<sup>1</sup> Xem phụ lục 11 - Các loài dược liệu có khả năng khai thác ở vùng Tây Bắc; Phụ lục 12 - Các loài dược liệu có khả năng khai thác ở vùng Đông Bắc.

<sup>2</sup> Xem chú thích số (27).

Nóng Mỹ Lâm - Tuyên Quang; Suối Nước Nóng Bản Bon - Sơn La;... Một số khu du lịch có cung cấp dịch vụ tắm bùn, spa, xông hơi, massage như khu du lịch V- Resort ở tỉnh Hòa Bình,... Các công ty du lịch cũng bắt đầu đưa ra sản phẩm du lịch thiên-yoga ở những nơi thiên nhiên còn hoang sơ, yên tĩnh, không khí trong lành thích hợp cho du khách tập yoga, ngồi thiền, tận hưởng các liệu pháp spa giải tỏa căng thẳng. Những tour này thường có huấn luyện viên hướng dẫn tập cho du khách.

Hiện nay, vấn đề an toàn vệ sinh thực phẩm đang gây ra những bức xúc, lo lắng cho người dân, nhất là ở các thành phố lớn, nơi tập trung đông dân cư. Vấn đề này xuất phát từ việc hạn chế trong kiểm soát dư lượng hóa chất bảo vệ thực vật trong rau quả và chất kháng sinh, chất kích thích tăng trưởng, chất cấm trong chăn nuôi. Trong bối cảnh đó, nhiều sản phẩm tiêu biểu trong văn hóa ẩm thực ở miền núi phía Bắc hiện nay đang hướng đến việc xây dựng thương hiệu hàng hóa, đảm bảo chất lượng, vệ sinh môi trường và an toàn cho sức khỏe người tiêu dùng với các tiêu chí “sản phẩm sạch”, “sản phẩm an toàn”, “sản phẩm VietGap”, “sản phẩm hữu cơ”. Các loại cây lương thực, cây công nghiệp như ngô nương, lúa nương, tam giác mạch, chè xanh... được gieo trồng và thu hái trong môi trường trong lành, khí hậu và thổ nhưỡng rất đặc trưng của vùng miền núi, không sử dụng các loại hóa chất để kích thích sinh trưởng. Các loại gia vị cho những món ăn cũng không phải từ những phụ gia độc hại mà hoàn toàn từ các loại cây lá, củ quả trong rừng. Với nguồn nguyên liệu sạch, hữu cơ, có nguồn gốc tự nhiên, tận dụng sự ưu đãi của tự nhiên và áp dụng quy trình sản xuất hiện đại, một số món ăn, thức uống tiêu biểu nơi đây đang được người tiêu dùng đón nhận bởi sự an toàn cho sức khỏe và thân thiện với môi trường sinh thái.

Có thể nói, bên cạnh các yếu tố có thể làm thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch như thời tiết, dịch vụ lưu trú, phong cảnh tham quan, thì văn hoá ẩm thực của các dân tộc ở khu vực miền núi phía Bắc đã góp phần gia tăng giá trị cũng như tạo dựng hình ảnh tốt đẹp của du khách về điểm đến. Văn hoá ẩm thực độc đáo nơi đây đã đem đến cho du khách không chỉ một bữa ăn ngon, mà còn là cơ hội giúp họ hòa mình vào nền văn hóa và di sản của người dân địa phương, tạo ra những ấn tượng hoàn toàn khác biệt, bên cạnh những trải nghiệm về du lịch sinh thái, du lịch xanh,... từ đó đã tạo nên một “sức mạnh mềm” để thu hút khách du lịch, tăng doanh thu cho ngành du lịch của các địa phương trong khu vực.

### ***3.1.1.3. Một số kết quả đạt được về mặt phương thức phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch***

*Công tác bảo tồn và phát huy giá trị của di tích lịch sử-văn hoá, xây dựng các thiết chế văn hoá cơ sở ngày càng được chú ý và đạt được nhiều kết quả tích cực, từ đó góp phần phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch.*

Đến nay, Đảng và Nhà nước ta cũng như các tỉnh miền núi phía Bắc đã ban hành các chủ trương, chính sách nhằm bảo tồn, phát huy giá trị của các di tích lịch sử-văn hoá, danh lam thắng cảnh và các thiết chế văn hoá cơ sở để phục vụ phát triển du lịch. Trên cơ sở các văn bản chỉ đạo của Trung ương và căn cứ vào tình hình thực tế, các địa phương khu vực miền núi phía Bắc đã ban hành những chính sách quan trọng nhằm bảo tồn, phát huy giá trị các di sản văn hoá vật thể và phi vật thể, trong đó có di tích lịch sử- và danh lam thắng cảnh<sup>1</sup>.

*Để phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch, công tác giáo dục và đào tạo nguồn nhân lực theo hướng nâng cao tri thức về văn hoá, ngoại ngữ đã được tăng cường và quan tâm thông qua tổ chức các lớp bồi dưỡng, sinh hoạt chuyên đề, tạo điều kiện để những hộ gia đình, nhân lực trong các doanh nghiệp nâng cao kỹ năng phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch.*

Theo Báo cáo hàng năm về phát triển du lịch của các tỉnh vùng Tây Bắc: Các tỉnh Hoà Bình, Sơn La, Lai Châu, Điện Biên đã tổ chức nhiều lớp đào tạo cho cộng đồng dân cư kinh doanh du lịch. Giai đoạn 2015 – 2019, trung bình mỗi năm, mỗi tỉnh vùng Tây Bắc tổ chức từ 1-2 lớp tập huấn lớn (70-100 người tham gia) và 2-3 lớp tập huấn nhỏ cho những hộ kinh doanh ở các địa bàn có phát triển du lịch cộng đồng. Thực hiện chính sách hỗ trợ cho phát triển du lịch cộng đồng, trong giai đoạn 2016-2019, Sơn La đã tổ chức 5 lớp kỹ năng nghề nghiệp du lịch cho các bản du lịch cộng đồng với tổng số 75 học viên; Hoà Bình tổ chức khoảng 10 lớp; Điện Biên tổ chức 5 lớp. Nội dung tập huấn chủ yếu là các kỹ năng nghề về lễ tân, chế biến món ăn, nghiệp vụ buồng, v.v.. Ngoài ra, các địa phương cũng được Tổng cục Du lịch, dự

---

<sup>1</sup> Xem chú thích số (28).

án EU hỗ trợ triển khai nhiều lớp tập huấn cho cộng đồng dân cư và cả cho cán bộ quản lý nhà nước [92].

Những năm qua các tỉnh khu vực miền núi phía Bắc đã chủ động trong việc phát triển nguồn nhân lực nhằm phát huy sức mạnh mềm văn hoá để phát triển kinh tế du lịch như mở các lớp bồi dưỡng, lớp tập huấn, các buổi sinh hoạt chuyên đề. Thông qua các lớp đào tạo, tập huấn, sự hiểu biết về văn hoá khu vực, các kỹ năng phục vụ được nâng lên, trên cơ sở đó góp phần phát huy được sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch.

*Trong thời gian qua, các hoạt động quảng bá, xúc tiến thương mại, các ngành công nghiệp văn hoá đã được đẩy mạnh nhằm phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc.*

Hầu hết các địa phương ở khu vực miền núi phía Bắc đều đã xây dựng Đề án và đã chủ động xúc tiến quảng bá giới thiệu các điểm đến, qua đó phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch<sup>1</sup>.

Việc thường xuyên tổ chức các hội chợ thương mại, các phiên giao dịch, các hoạt động quảng bá văn hóa... nhằm giới thiệu những sản phẩm tiêu biểu của các địa phương ở Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh cũng như một số tỉnh thành trong cả nước đã giúp cho các sản phẩm đặc trưng trong văn hóa ẩm thực của khu vực miền núi phía Bắc có cơ hội được tiếp cận với người tiêu dùng, khách du lịch trong nước và quốc tế; đồng thời giúp kết nối các nhà sản xuất với hệ thống phân phối của các doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh. Các hội chợ thương mại, các phiên giao dịch, các hoạt động quảng bá văn hoá được tổ chức thường niên đã tạo ra những hiệu quả tích cực trong việc thúc đẩy, mở rộng thị trường tiêu thụ, đưa các sản phẩm hàng hóa, trong đó có các sản phẩm tiêu biểu trong văn hóa ẩm thực đến với người tiêu dùng ở trong và ngoài nước.

Ngoài những hội chợ thương mại, các địa phương còn tổ chức các tuần du lịch di sản văn hóa các dân tộc, nhằm tôn vinh, quảng bá bản sắc văn hóa các dân tộc, trong đó có văn hóa ẩm thực tiêu biểu của mỗi địa phương. Không chỉ được trải nghiệm những hoạt động văn hóa dân gian, nghề thủ công, du khách tham dự còn có

---

<sup>1</sup> Xem chú thích số (29).

thể tham gia chương trình giao lưu, thưởng thức văn hóa ẩm thực của đồng bào sống trên miền núi. Trong các hội chợ, các phiên giao dịch này, sự tham gia của nhiều tổ chức, đơn vị đến từ các Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Trung tâm xúc tiến thương mại, Trung tâm khuyến công các tỉnh/thành phố, các đơn vị sản xuất, chế biến kinh doanh các mặt hàng nông sản... đã tạo cơ hội cho các địa phương thu hút đầu tư trong lĩnh vực sản xuất những sản phẩm nông đặc sản với quy mô lớn, khuyến khích phát triển tiềm năng du lịch văn hóa, du lịch xanh và du lịch ẩm thực.

Để phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch, các không gian sáng tạo, các lễ hội, sự kiện đã được tổ chức nhằm thu hút, tạo ra sự hấp dẫn về văn hóa phát triển kinh tế du lịch miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay. Không gian sáng tạo là một địa điểm tụ họp, chia sẻ không gian và hỗ trợ cho các hoạt động kết nối, phát triển kinh doanh và thu hút cộng đồng trong lĩnh vực sáng tạo văn hóa và công nghệ. Không gian sáng tạo là nơi thể hiện sự đa dạng rất hấp dẫn và bản sắc của văn hóa khu vực. Sự phát triển mở rộng và lan tỏa của các không gian này cùng hệ thống cơ sở hạ tầng văn hóa đã và đang làm nên sức hấp dẫn và khả năng kết nối trong vùng với các khu vực khác và bạn bè quốc tế. Các không gian sáng tạo tiêu biểu như: Bảo tàng văn hoá các dân tộc Việt Nam<sup>1</sup>, Nhà hát ca múa nhạc dân gian Việt Bắc<sup>2</sup>; Không gian các Làng du lịch cộng đồng<sup>3</sup>; Không gian văn hoá trà Tân Cương<sup>4</sup>; Phố đi bộ Cầu Mây (SaPa); Phố đi bộ Tuyên Quang;...

Các lễ hội và các sự kiện văn hóa cũng được tổ chức thường xuyên, thông qua đó phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch. Các lễ hội và các sự kiện văn hóa không chỉ đơn thuần là sự kết hợp những giá trị truyền thống với hiện tại mà nó còn khẳng định những giá trị cốt lõi, bản sắc văn hoá của vùng miền, của con người nơi đây. Một số lễ hội nổi tiếng được coi là đặc trưng của các địa phương như: Lễ hội hoa Tam giác mạch (Hà Giang)<sup>5</sup>; Lễ hội Ruộng bậc thang Mù Cang Chải (Yên Bái)<sup>6</sup>; Lễ hội rước đèn trung thu (Tuyên Quang)<sup>7</sup>;...

<sup>1</sup> Xem chú thích số (30).

<sup>2</sup> Xem chú thích số (31).

<sup>3</sup> Xem chú thích số (32).

<sup>4</sup> Xem chú thích số (33).

<sup>5</sup> Xem chú thích số (34).

<sup>6</sup> Xem chú thích số (35).

<sup>7</sup> Xem chú thích số (36).

Hiện nay, cuộc Cách mạng công nghệ thông tin ảnh hưởng lớn đến mọi mặt của đời sống xã hội, phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch thông qua xây dựng hệ thống du lịch thông minh là một đòi hỏi tất yếu. Các địa phương trong khu vực miền núi phía Bắc đã nắm bắt xu thế, chớp thời cơ, đẩy mạnh thông tin quảng bá các di tích lịch sử văn hoá, danh lam thắng cảnh, các điểm du lịch sinh thái gắn với văn hoá nông nghiệp đặc trưng của đồng bào các dân tộc. Từ đó đã thu hút khách du lịch, định vị thị trường, nắm bắt xu thế và nhu cầu xã hội về du lịch.

Chỉ một thời gian ngắn, khoảng từ năm 2010 đến nay, mạng xã hội đã phát triển mạnh mẽ ở vùng đồng bào các dân tộc thiểu số miền núi phía Bắc. Trước hết là hạ tầng cơ sở của mạng xã hội trong những năm qua đã bùng nổ, hệ thống phủ sóng Internet phát triển mạnh mẽ ở khắp các tỉnh, cả khu vực đô thị cũng như nông thôn. Ở các tỉnh miền núi phía Bắc, mạng Internet đã phủ kín từ 80% - 98% số thôn, bản. Mạng xã hội xuất hiện ở vùng dân tộc thiểu số chưa đến một thập kỷ, nhưng có tác động mạnh mẽ đến quan hệ xã hội của tộc người và cũng góp phần phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch<sup>1</sup>. Thông qua sự phát triển của mạng xã hội đã góp phần lan toả sức hấp dẫn của văn hoá khu vực, từ đó phát huy được sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay.

### **3.1.2. Hạn chế**

#### ***3.1.2.1. Một số hạn chế về mặt nhận thức, tính tích cực của các chủ thể trong phát huy sức mạnh mềm văn hoá cho phát triển kinh tế du lịch***

##### *Thứ nhất, chủ thể lãnh đạo, quản lý*

Nhận thức của một số cấp ủy, chính quyền địa phương, một số sở, ban, ngành về vị trí, vai trò sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch còn hạn chế. Công tác tham mưu lãnh đạo, chỉ đạo, phối hợp thực hiện của một số địa phương về phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch chưa được quan tâm chỉ đạo thường xuyên, liên tục, hiệu quả chưa cao.

Chẳng hạn như một số địa phương chưa quan tâm đúng mức đến công tác bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa cảnh quan truyền thống gắn với phát triển du lịch<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Xem chú thích số (37).

<sup>2</sup> Xem chú thích số (38).

Bởi vậy, việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa cảnh quan chưa trở thành chủ trương, chiến lược, phong trào, chưa có tính lâu dài, bền vững. Công tác tuyên truyền, vận động, thuyết phục người dân về giữ gìn và phát huy giá trị văn hóa cảnh quan của cộng đồng, của gia đình chưa thường xuyên, dẫn đến nhiều cảnh quan văn hóa đang đứng trước nguy cơ mai một, biến dạng<sup>1</sup>. Những ngôi nhà truyền thống như nhà sàn, nhà tường trình dần bị thay thế bằng những ngôi nhà xây hoặc được thay đổi về kết cấu, nguyên vật liệu xây dựng. Sự thay đổi đó làm mất đi vẻ đẹp đậm bản sắc văn hoá của các ngôi nhà và các không gian văn hoá ở các bản, làng đồng bào dân tộc thiểu số. Những sinh hoạt cộng đồng quan trọng của đồng bào như lễ hội, chợ phiên, chợ tình có những thay đổi cả về hình thức lẫn nội dung làm mất đi phần nào bản sắc văn hoá của các dân tộc thiểu số. Lễ hội ở khu vực thành thị được tổ chức với quy mô hoành tráng, thể hiện sự đi lên về đời sống vật chất nhưng nhiều khi được lập trình na ná giống nhau về phần lễ, nghi thức, ngoại giao, phần hội, phần tham gia của đông đảo quần chúng nhân dân và bắt đầu xuất hiện nhiều biểu hiện nặng về yếu tố mê tín, cầu tài, cầu lộc. Tương tự như vậy, lễ hội ở khu vực nông thôn cũng không còn giữ được nhiều lễ nghi, sắc thái nguyên sơ dẫn đến chức năng giáo dục truyền thống lịch sử, ý nghĩa văn hóa thông qua lễ hội đã không còn nhiều. Chợ phiên nhiều nơi từ lâu đã chuyển sang họp theo tuần. Chợ tình không còn giữ được vẻ nguyên sơ ban đầu và đang dần trở thành nơi chủ yếu diễn ra các hoạt động thương mại du lịch.

Về chính sách định canh, định cư: Đây là một chính sách lớn, có hiệu quả thiết thực, được thực hiện xuất phát từ mong muốn các cộng đồng dân tộc thiểu số được ổn định chỗ ở, nơi sản xuất, thoát khỏi tình trạng nghèo nàn, lạc hậu, từng bước phát triển kinh tế - xã hội, nhưng nhiều trường hợp Nhà nước mới chỉ làm được khâu cơ bản nhất là đưa dân tới nơi ở mới, bước đầu ổn định chỗ ở cho họ, nhưng vấn đề thiết yếu nhất là điều kiện sản xuất để phát triển lâu dài còn nhiều vướng mắc, lúng túng. Đối với văn hóa dân tộc, việc di dân như vậy ảnh hưởng trực tiếp đến cấu trúc thôn/bản, kiến trúc nhà ở. Hầu hết nhà ở của người dân khi định canh, định cư được Nhà nước xây dựng, do đó không còn nguyên vẹn kiến trúc truyền thống.

---

<sup>1</sup> Xem chú thích số (39).

Trong thời gian qua, phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc đã được các cấp lãnh đạo, quản lý quan tâm, tuy nhiên hệ thống văn bản còn mang tính chất chung chung, những văn bản riêng liên quan đến phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch còn rất ít. Những nội dung về phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch thường được lồng ghép trong những văn bản về phát triển du lịch nói chung của các địa phương. Do đó, trong thời gian qua, hoạt động du lịch ở miền núi phía Bắc mặc dù phát triển mạnh nhưng lại thiếu sự tổ chức thống nhất, chưa phát huy được hết “sức mạnh mềm” của văn hoá, thiếu sự gắn kết giữa sản xuất, tiêu thụ sản phẩm của người dân và bảo tồn văn hoá dân tộc. Các dịch vụ phục vụ khách chưa thực sự chuyên nghiệp; chưa tận dụng, khai thác hết tiềm năng lợi thế về sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch của các địa phương<sup>1</sup>.

Mặc dù đã có nhiều cố gắng song về tổng thể, quá trình ban hành chính sách và tổ chức thực hiện của các cấp lãnh đạo, quản lý ở một số địa phương vẫn còn mang tính chất tiếp cận từ trên xuống, chưa thực sự đánh giá đúng vai trò của cộng đồng trong phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá để phát triển kinh tế du lịch. Trên thực tế, đó là những dự án từ trên xuống và thiếu sự tham khảo lắng nghe ý kiến của người dân các nhà khoa học. Hậu quả của những sai phạm đó chính là sự xâm hại vĩnh viễn vào sự toàn vẹn của các di tích, danh thắng mà bất kỳ biện pháp xử lý nào sau đó cũng không thể khôi phục nguyên trạng của chúng.

*Thứ hai, chủ thể doanh nghiệp, doanh nhân kinh doanh du lịch*

Các doanh nghiệp kinh doanh du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay chủ yếu có quy mô nhỏ và vừa, năng lực cạnh tranh và hiệu quả kinh doanh thấp, nguồn vốn chủ yếu tập trung vào lĩnh vực nhanh thu hồi vốn hoặc khai thác những sản phẩm sẵn có, thiếu các doanh nghiệp có đủ tiềm lực đầu tư xây dựng các dự án du lịch quy mô lớn tạo chuyển biến mạnh mẽ cho phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch.

---

<sup>1</sup> Xem chú thích số (40).



Nhận thức của doanh nghiệp, doanh nhân về phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch theo hướng bền vững còn hạn chế. Khi những dự án phát triển du lịch nghỉ dưỡng được cấp phép đầu tư ồ ạt tại nhiều nơi, thì cũng là lúc biến mất dần những vẻ đẹp hoang sơ của tự nhiên, nhiều di tích bị biến dạng... Môi trường thiên nhiên đã bị tàn phá tan hoang với cách làm du lịch méo mó, nhằm nhe chộp giật lợi ích, hút vốn kiểu “bóc ngắn cắn dài”<sup>1</sup>.

*Thứ ba, chủ thể các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân*

Mặc dù cấp ủy đảng và chính quyền các cấp của các địa phương khu vực miền núi phía Bắc trong thời gian qua đã ban hành nhiều chính sách quan trọng nhằm phát huy vai trò và hỗ trợ cho các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân, người có uy tín phát huy năng lực của mình, song việc triển khai thực hiện các chính sách đó vẫn còn những hạn chế nhất định, như: một số cấp ủy đảng, chính quyền ở địa phương chưa nhận thức đầy đủ tầm quan trọng của công tác phát huy vai trò của đội ngũ các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân nên chưa thực sự quan tâm chỉ đạo, phân công quản lý, phân cấp vận động đội ngũ này. Công tác vận động còn chông chéo, chưa xác định rõ quyền lợi và trách nhiệm của đội ngũ này cũng như chưa chú trọng công tác bồi dưỡng, cung cấp thông tin cho họ nhằm nâng cao nhận thức của họ. Do nguồn lực của các địa phương hạn chế nên chưa có nhiều chính sách khuyến khích phát triển và đãi ngộ xứng đáng đối với đội ngũ các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân. Mặc dù các địa phương đã có qui định, hàng năm chính quyền các cấp dành một nguồn kinh phí nhất định hỗ trợ đội ngũ các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân, tuy nhiên, do khó khăn về tài chính nên không phải địa phương nào cũng thực hiện đúng và tốt chủ trương này. Thực tế cho thấy sự nhiệt huyết của đội ngũ các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân là rất lớn, song vì hạn chế kinh phí hoặc hạn chế về nhận thức của một số các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân, nên đôi khi vai trò của họ đã không phát huy được hết<sup>2</sup>, từ đó gây ảnh hưởng không tốt đến phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay.

*Thứ tư, chủ thể Nhân dân*

<sup>1</sup> Xem chú thích số (41).

<sup>2</sup> Xem chú thích số (42).

Hiện nay, trình độ dân trí của người dân khu vực miền núi phía Bắc so với các khu vực khác trong cả nước còn tương đối thấp, điều này đã ảnh hưởng nhất định đến nhận thức và sự tham gia tích cực của nhân dân đối với các hoạt động nhằm phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch tại các địa phương ở khu vực miền núi phía Bắc.

Người dân hiện nay mặc dù có hiểu biết cơ bản về văn hoá bản địa để phục vụ du lịch, nhưng đối với những thông tin chính thống về thị trường du lịch, về tác động của du lịch, chiến lược phát triển du lịch bền vững, vấn đề về giữ gìn, phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch,... thì họ còn mơ hồ, đôi lúc chỉ nghe và làm theo số đông hoặc làm theo phong trào, chứ chưa thật sự hiểu và có kiến thức đào tạo bài bản. Bằng chứng là nhiều hộ gia đình kinh doanh tự phát các dịch vụ trải nghiệm làm nông dân để phục vụ du lịch như cày ruộng, thu hoạch rau,... trong khi chưa đủ đáp ứng các yêu cầu về cơ sở vật chất và kỹ năng phục vụ để đảm bảo an toàn cho du khách hay chưa đảm bảo tính chân thật, đồng bộ của những trải nghiệm mà họ cung cấp. Trình độ học vấn cũng đã có một số ảnh hưởng nhất định đến khả năng tiếp nhận thông tin, từ đó gây nên sự hạn chế về nhận thức của người dân về các hoạt động nhằm phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch.

Ở một số địa phương, mặc dù người dân đã biết tận dụng khai thác những lợi thế văn hoá, phát huy sức mạnh mềm văn hoá của địa phương mình để làm du lịch, nhưng do hạn chế về nhận thức trong nên còn thiếu kỹ năng văn hoá, dẫn đến tình trạng nóng vội thu lợi nhuận, cạnh tranh thiếu lành mạnh, thu hút khách bằng mọi giá, chất lượng dịch vụ không bảo đảm, từ đó gây ức chế cho du khách, cản trở quá trình phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay.

Ngoài những hạn chế về mặt nhận thức trong kỹ năng làm du lịch, ở một số nơi người dân địa phương đã bỏ nghề truyền thống, vốn là nét đặc sắc riêng của cộng đồng văn hoá bản địa, để chạy theo lợi nhuận trước mắt, khiến cho sự đa dạng về cơ cấu ngành nghề đã bị thu hẹp, đơn điệu, mai một, làm giảm tính hấp dẫn của chính văn hoá địa phương. Khi chính cộng đồng không quan tâm giữ gìn bản sắc riêng,

người dân làm du lịch chạy theo xu hướng thương mại hóa, quá coi trọng lợi nhuận trước mắt mà bất chấp hậu quả, các sản phẩm du lịch thiếu đa dạng,... thì cộng đồng sẽ rất dễ đánh mất cơ hội để phát triển du lịch của chính mình. Điều này không chỉ gây thiệt hại cho phát triển kinh tế, xã hội của địa phương mà trên thực tế còn khiến nhiều người dân lâm vào cảnh lao đao... Đây cũng là một khó khăn mà không ít địa phương đang gặp phải. Chưa kể, có địa phương, do du lịch cộng đồng tăng trưởng quá nóng dẫn đến nhiều hậu quả như: tiềm năng văn hoá du lịch của địa phương bị khai thác cạn kiệt, an ninh trật tự mất kiểm soát, chất lượng dịch vụ không bảo đảm vì lượng khách quá tải, ô nhiễm môi trường do cơ sở hạ tầng yếu kém,... đây là những lực cản đối với phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch.

### ***3.1.2.2. Một số hạn chế về mặt nội dung phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch***

*Thứ nhất, hạn chế về phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch cộng đồng*

Cần thấy rằng, điều đầu tiên hấp dẫn và thu hút du khách lựa chọn hình thức du lịch cộng đồng là việc họ được trải nghiệm một không gian sống mới mang đậm dấu ấn của văn hóa bản địa, sinh hoạt trong ngôi nhà truyền thống của cộng đồng dân cư, không chỉ vẫn cảnh nghỉ ngơi mà còn được tham gia lao động sản xuất, ăn các món ăn đặc sắc do chính người dân địa phương nấu nướng với gia vị đặc trưng, mua sản vật của địa phương để kỷ niệm, làm quà... Song thay vì khai thác triệt để lợi thế là nét độc đáo, đặc sắc về văn hóa của vùng miền, tại một số nơi ở một số địa phương lại đang có cách hiểu, cách làm chưa phù hợp. Như tình trạng đua nhau xây dựng các homestay (một loại hình lưu trú tại nhà của người dân bản địa) phục vụ khách du lịch theo kiểu “tây” với các món ăn “tây”, nhập hàng hóa từ nơi khác về bán cho du khách để có lợi nhuận cao hơn... Rõ ràng đây không phải là điều mà du khách mong muốn, chờ đợi, thậm chí còn gây phản tác dụng, ảnh hưởng về mặt lâu dài nếu cứ tiếp tục lối kinh doanh thiếu bản sắc, chấp vá, cóp nhặt này. Bởi, du khách nước ngoài không tìm đến nông thôn Bắc Bộ để được ở trong những ngôi nhà xây dựng cầu kỳ, mô phỏng theo kiến trúc châu Âu và uống rượu vang, ăn bít-tết. Xây dựng các ngôi nhà như vậy đặt trong khung cảnh đồng lúa trải dài và cây đa, bến nước, sân đình,... đã

thể hiện sự lệch lạc, kệch cỡm. Hay việc các homestay đua nhau mở nhạc xập xình trong lễ hội truyền thống, khước từ trang phục truyền thống của dân tộc mình, cũng gây phản cảm và khiến cho nhiều du khách một đi không trở lại.

Trong du lịch cộng đồng ở miền núi phía Bắc hiện nay, các loại hình homestay rất phổ biến. Hiện nay chỉ có duy nhất tiêu chuẩn có thể áp dụng cho loại hình lưu trú này là TCVN 7800:2017 quy định về các yêu cầu cho nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê. Những quy định trong tiêu chuẩn được áp dụng trên toàn quốc, không phân biệt vùng, miền. Điều này gây lúng túng cho địa phương trong việc hướng dẫn cho cộng đồng. Thực tế, một trong những lý do hấp dẫn khách du lịch đến các điểm du lịch cộng đồng là văn hoá bản địa, thể hiện qua lối sống, tập quán, kiến trúc nhà ở... Bởi vậy, cần có các quy định về homestay phù hợp với kiến trúc nhà của các dân tộc ở khu vực miền núi phía Bắc (nhà của người Thái, nhà của người Dao, nhà của người Mường,...); phải cụ thể về trang thiết bị, các tiện nghi, phòng ngủ, nhà tắm, nhà vệ sinh, và các dịch vụ liên quan thích hợp với đặc trưng về lối sống và đặc trưng văn hoá của mỗi dân tộc. Ngoài ra, các tiêu chuẩn về các dịch vụ trải nghiệm homestay, tiêu chuẩn về kỹ năng du lịch... đều chưa có. Do vậy, nhiều điểm du lịch cộng đồng đã không giữ được nét độc đáo trong văn hoá bản địa do việc cải tạo, thay đổi để tiếp đón du khách không theo chuẩn mực hoặc hướng dẫn nào.

Bên cạnh đó, kết cấu hạ tầng du lịch còn thiếu và chưa đồng bộ; nguồn kinh phí đầu tư cho phát triển du lịch cộng đồng còn khiêm tốn, chưa có các chính sách khuyến khích, huy động được nhiều nguồn lực xã hội để đầu tư phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển du lịch cộng đồng; chất lượng các dịch vụ lưu trú chưa đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của khách du lịch; một số địa điểm được đầu tư nhưng vẫn chưa phát huy hiệu quả; sản phẩm du lịch văn hoá còn đơn điệu; việc gắn kết khai thác các vốn di sản văn hóa vào phục vụ phát triển du lịch còn nhiều hạn chế; một số nghề truyền thống bị mai một, chưa được quan tâm phục dựng; mức chi tiêu của khách du lịch chưa cao.

Khai thác các nguồn lực văn hoá đặc trưng cũng như bảo tồn các nguồn lực văn hoá ở khu vực hiện nay vẫn còn ở mức khiêm tốn. Việc khai thác chưa tốt các nguồn lực văn hoá đã làm cho các sản phẩm chưa thực sự hấp dẫn, tác động trở lại

đổi với việc lôi cuốn du khách khi mục đích của du khách tới những điểm du lịch cộng đồng là để khám phá sự nguyên bản, nét đặc sắc và độc đáo của văn hoá bản địa. Hạn chế này đã tác động đến mức độ hài lòng của du khách du lịch cộng đồng ở các địa phương ở miền núi phía Bắc. Hầu hết các điểm du lịch cộng đồng mới chỉ khai thác dịch vụ ăn, nghỉ và biểu diễn văn nghệ phục vụ khách du lịch, còn thiếu các hoạt động thu hút và kéo dài thời gian lưu trú của du khách tại địa phương, nhất là chưa thực sự chú ý đầy đủ đến bảo tồn, phát huy những giá trị văn hóa độc đáo của các cảnh quan tiêu biểu mà các địa phương đang sở hữu nhằm phục vụ cho phát triển du lịch cộng đồng.

*Thứ hai, hạn chế về phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch sinh thái, thăm quan di tích lịch sử-văn hóa*

Bên cạnh những thành tựu đã đạt được, phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, danh lam thắng cảnh, di tích văn hoá – lịch sử ở khu vực miền núi phía Bắc trong thời gian qua vẫn còn tồn tại một số hạn chế, cụ thể như thực trạng phát triển chưa tương xứng với tiềm năng, lợi thế về văn hoá của các địa phương, sản phẩm du lịch nhìn chung còn đơn giản và chưa mang tính đặc thù cao, hoạt động du lịch sinh thái thường gắn liền với tự nhiên, đặc biệt là dựa trên sự đa dạng sinh học,...

Khu vực miền núi phía Bắc có khí hậu thời tiết thay đổi theo mùa, điều đó làm cho đặc điểm sinh trưởng của các loài sinh vật theo thời gian trong năm. Chính điều đó đã tạo nên tính thời vụ trong phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển du lịch sinh thái, biểu hiện ở thời gian diễn ra hoạt động du lịch sinh thái tập trung với cường độ cao vào một số thời điểm nhất định trong năm, thời điểm còn lại diễn ra với cường độ thấp, thậm chí ngừng hoạt động. Do bản chất mùa vụ, nhiều hoạt động du lịch, các nhu cầu tại các thời kỳ cao điểm tại nhiều khu vực phát triển nhiều khi vượt quá khả năng cung ứng tại chỗ về dịch vụ công cộng và cơ sở hạ tầng của các địa phương như ách tắc giao thông, cơ sở lưu trú, bưu chính - viễn thông, y tế, v.v.. Thêm vào đó, nhiều điểm du lịch làm giảm lòng tin của du khách do tình trạng tăng giá dịch vụ quá cao so với thực tế và tình trạng không đảm bảo an toàn về an ninh. Ngoài ra, ở một số địa phương ở miền núi phía Bắc đang phải đối mặt với vấn đề ô nhiễm môi

trường, cạn kiệt tài nguyên thiên nhiên, các vấn đề xã hội và đặc biệt là vấn đề biến đổi khí hậu.

Hệ thống di tích lịch sử - văn hóa ở khu vực miền núi phía Bắc còn đang ở dạng tiềm ẩn, chưa được khai thác hiệu quả triệt để để phục vụ du lịch<sup>1</sup>. Công tác quản lý, tôn tạo và phát huy giá trị di tích lịch sử - văn hóa hiện nay vẫn còn một số hạn chế, bất cập. Khá nhiều di tích lịch sử - văn hóa được tôn tạo, trùng tu trong thời gian qua mới chỉ đảm bảo việc chống xuống cấp; thiếu quy hoạch tổng thể, chưa đầu tư đúng mức nên nhiều di tích lịch sử - văn hóa chưa trở thành những địa chỉ văn hóa thu hút khách du lịch. Một số di tích lịch sử - văn hóa gắn với lễ hội, tín ngưỡng đang có xu hướng bị thương mại hóa. Tình trạng đất đai bị lấn chiếm, xây dựng tùy tiện các hạng mục vẫn chưa được kịp thời xử lý. Mô hình quản lý di tích lịch sử - văn hóa còn thiếu thống nhất, nguồn thu từ di tích chưa thực sự đầu tư trở lại để bảo tồn, phát triển.

Việc khai thác các di sản văn hóa chưa hiệu quả nên sản phẩm du lịch văn hoá chưa thực sự có sự khác biệt, khả năng cạnh tranh chưa cao. Chất lượng khai thác di sản văn hóa cho du lịch chưa đáp ứng yêu cầu. Công tác quảng bá di sản văn hóa, xúc tiến du lịch hiệu quả còn thấp; nội dung chưa phong phú, thiếu tính chuyên nghiệp; nguồn lực đầu tư cho xúc tiến quảng bá di sản văn hóa nói riêng, du lịch nói chung còn hạn hẹp, chưa có đầu tư đúng mức trong công tác khảo sát, nghiên cứu các di sản văn hóa, thị trường du lịch và giải pháp xúc tiến dài hạn. Tốc độ tăng trưởng chung của ngành du lịch, đặc biệt là tốc độ tăng trưởng khách du lịch từ năm 2020 do ảnh hưởng của đại dịch COVID -19, tổng thu du lịch, mức chi trả và số ngày lưu trú của khách còn thấp. Cơ sở hạ tầng phục vụ khai thác di sản văn hóa cho phát triển du lịch chưa đáp ứng được nhu cầu; các khu, điểm du lịch phát triển chậm, thiếu những khu du lịch cao cấp (điển hình như ở Thái Nguyên, đến năm 2020 trong tổng số 450 cơ sở lưu trú du lịch chỉ có 50 cơ sở lưu trú đạt chuẩn khách sạn)<sup>2</sup>. Nhân lực lao động, đặc biệt đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên, nhân viên kỹ thuật, trong khai thác di sản văn hóa cho du lịch còn thiếu ổn định về số lượng, chất lượng chưa đáp

<sup>1</sup> Xem chú thích số (43).

<sup>2</sup> Nguồn: Cục thống kê tỉnh Thái Nguyên năm 2020.

ứng được nhu cầu, trình độ chuyên môn nghiệp vụ; thái độ, kỹ năng phục vụ còn hạn chế, khả năng ngoại ngữ, khả năng ứng xử của đội ngũ nhân viên du lịch còn yếu; nhiều doanh nghiệp chưa quan tâm đến công tác đào tạo, bồi dưỡng kiến thức về phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá cho nguồn nhân lực. Khắc phục được những hạn chế này sẽ góp phần khai thác hiệu quả các di sản văn hóa, qua đó phát huy được sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay.

*Thứ ba, hạn chế về phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch chăm sóc sức khỏe, ẩm thực*

Nhìn chung, ở miền núi phía Bắc, việc khai thác các tài nguyên để phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe đã đạt được những thành công nhất định, góp phần đa dạng hóa sản phẩm, kéo dài thời gian lưu trú cũng như tăng chi tiêu của khách du lịch ở Việt Nam. Tuy nhiên, những thành công này vẫn chưa tương xứng với tiềm năng vốn có. Các sản phẩm du lịch chăm sóc sức khỏe còn ít, chưa đa dạng; chưa có nhiều cơ sở dịch vụ chăm sóc sức khỏe đủ tầm cỡ về quy mô, chất lượng để đón khách du lịch, nhất là khách du lịch có khả năng chi trả cao. Các hoạt động phát triển sản phẩm, dịch vụ du lịch chăm sóc sức khỏe ở khu vực hiện nay chưa có sự phối hợp chặt chẽ giữa các ngành, các cấp. Sự suy thoái tài nguyên và sự xuống cấp về môi trường du lịch dưới tác động của các hoạt động phát triển kinh tế - xã hội đã và đang ảnh hưởng trực tiếp đến sự phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe.

Giao thoa và biến đổi là xu hướng tất yếu trong đời sống văn hóa, trong đó có văn hóa ẩm thực. Do tác động của nền kinh tế thị trường và quan hệ giao lưu văn hóa giữa các dân tộc mà văn hóa ẩm thực đang có sự biến đổi ở tất cả các dân tộc nơi đây với những mức độ khác nhau, từ nguồn nguyên liệu, gia vị, cách chế biến, dụng cụ chế biến cho đến ứng xử trong ăn uống. Xu hướng tất yếu của con người là hướng tới sự tiện ích về mọi mặt, trong đó có việc ăn uống nên cũng không ít món ăn tiêu biểu của một số dân tộc do tốn thời gian và công sức chế biến nên được thay thế bằng các món ăn phổ thông, đơn giản, tiện lợi theo kiểu người Kinh. Một số món chính trong bữa ăn thường ngày trước đây chỉ còn xuất hiện ở một số gia đình có người lớn tuổi và trong các dịp đặc biệt. Tuy nhiên, về cơ bản, ẩm thực của các dân tộc vẫn giữ được những nét văn hóa truyền thống trong sinh hoạt hàng ngày.

Văn hoá ẩm thực là dạng tài nguyên du lịch đặc biệt, là một thành tố quan trọng tạo nên bản sắc và phong vị mỗi vùng miền. Đây là một phần không thể thiếu và để lại ấn tượng sâu sắc về các món ăn mà du khách được thưởng thức, góp phần không nhỏ vào sự thành công của mỗi chuyến đi. Nhiều du khách nghỉ tại homestay hay các khu du lịch không chỉ ăn, uống để đảm bảo nhu cầu dinh dưỡng mà còn mong đợi được trải nghiệm sự mới mẻ, sáng tạo thú vị trong văn hóa ẩm thực của cộng đồng ở điểm đến. Tuy nhiên, ở một số điểm du lịch ở các địa phương khu vực miền núi phía Bắc, nhất là trong các mô hình homestay, văn hóa ẩm thực vẫn chưa được khai thác hết tiềm năng vốn có, chưa được quan tâm đúng mức, thậm chí còn bị “xem nhẹ”. Mặc dù trong các Dự án bảo tồn làng văn hóa truyền thống ở hầu khắp các địa phương đều đưa ra mục tiêu “bảo tồn các loại hình văn hóa ẩm thực” nhưng khi triển khai trên thực tế, mục tiêu này chưa đạt được như yêu cầu đặt ra<sup>1</sup>.

Bên cạnh những món ăn thiếu tính bản sắc thì kỹ năng phục vụ thiếu chuyên nghiệp cũng cần được bàn tới. Việc vận trang phục truyền thống khi giới thiệu món ăn cho du khách là cần thiết nhưng chủ nhà ở một số homestay hay những người bán hàng tại hội chợ giới thiệu ẩm thực chưa lưu tâm đến vấn đề này. Để cho tiện lợi, họ mặc trang phục phổ thông khi phục vụ ăn uống và giới thiệu văn hóa ẩm thực; từ đó tạo ra một không gian văn hóa chưa thực sự ấn tượng trong cảm nhận của du khách. Chính sự thiếu tính “bản sắc”, tính “chuyên nghiệp” trong khai thác, phát huy những giá trị tích cực của văn hóa ẩm thực trong phát triển kinh tế du lịch đã khiến cho đa phần du khách, nhất là khách nước ngoài chỉ đến thăm mà không ăn uống và nghỉ dưỡng; hoặc nếu có lưu trú tại các homestay thì chỉ trong thời gian ngắn và chỉ ăn buổi tối là chính, với những đoàn khách có thời gian lưu trú từ 2 - 3 ngày trở lên thì thường họ chủ động trang bị đồ ăn nhanh mang theo.

Trên thị trường các loại thực phẩm chế biến của các địa phương hiện nay, bên cạnh những sản phẩm đã được chứng nhận thương hiệu thì không ít sản phẩm không hề có bao bì, nhãn hiệu. Nếu dạo qua các điểm bán hàng tại các khu du lịch, không hiếm gặp các loại thực phẩm đặc trưng như Lạp xưởng, thịt treo gác bếp được bày bán

---

<sup>1</sup> Xem chú thích số (44).



mà không có nhãn mác, không có nguồn gốc xuất xứ và những thông tin cơ bản về sản phẩm. Bảo đảm vệ sinh, an toàn trong lựa chọn, chế biến, cung cấp thực phẩm là yếu tố rất quan trọng để mở rộng thị trường tiêu thụ cũng như phát triển du lịch. Tuy nhiên, ở một số nhà hàng, quán ăn, các điểm du lịch hay tại bếp nấu trong các điểm du lịch, các homestay vẫn còn tồn tại những vấn đề cần được khắc phục như quy trình chế biến các món ăn còn thô sơ, nguồn thực phẩm sử dụng chưa rõ nguồn gốc hay việc lạm dụng quá mức các loại gia vị công nghiệp như mì chính, bột ngọt. Các dụng cụ chế biến như rổ, rá, bát đĩa... thay vì làm từ nguyên liệu tự nhiên như gỗ, tre, nứa truyền thống trước đây đã được thay thế bởi những vật dụng xanh, đỏ làm từ nhựa công nghiệp chất lượng kém. Điều đó không chỉ làm mất đi tính thẩm mỹ của một không gian sinh hoạt truyền thống mà còn gây mất an toàn cho sức khỏe của người sử dụng. Những vấn đề trên đã gây tâm lý e ngại và ảnh hưởng không nhỏ đến việc quyết định thời gian lưu trú của du khách, gây ảnh hưởng không tốt đến quá trình phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay.

### ***3.1.2.3. Một số hạn chế về mặt phương thức phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch***

Phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc trong thời gian qua đã được triển khai thông qua nhiều phương thức để quảng bá các giá trị văn hóa của khu vực và đã đạt được những kết quả nhất định. Tuy nhiên, việc phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch vẫn còn tồn tại một số hạn chế, chưa đạt được hiệu quả xứng đáng với tiềm năng của khu vực.

Công tác giới thiệu, quảng bá các giá trị văn hóa của một số địa phương khu vực miền núi phía Bắc vẫn còn thiếu tính sáng tạo, đơn điệu, trùng lặp, vì vậy, chưa tạo được nhiều ấn tượng sâu sắc đối với du khách trong và ngoài nước. Các chương trình Tuần văn hóa, Ngày văn hóa, các chương trình nghệ thuật và triển lãm đã được tổ chức nhưng chưa có nhiều chương trình chất lượng cao và khai thác được tiềm năng văn hóa vốn có của khu vực để tạo nên ấn tượng lớn đối với du khách.

Công tác truyền thông đại chúng còn lạc hậu về công nghệ, đơn điệu, chậm đổi mới về nội dung, thiếu những sản phẩm truyền thông đặc sắc, hấp dẫn, chuyên biệt để quảng bá văn hóa của các địa phương trong khu vực. Mặc dù các địa phương

đều có kênh truyền hình và phát thanh riêng nhưng nội dung của các chương trình truyền hình, phát thanh, các kênh thông tin báo chí về văn hóa địa phương chưa đặc sắc, hiệu quả quảng bá chưa cao, chưa thực sự tạo nên sức hấp dẫn đối với người dân trong nước và người nước ngoài. Những kênh truyền hình của các địa phương khu vực miền núi phía Bắc đều là các kênh thời sự, chính trị, văn hóa tổng hợp mà chưa có một kênh nào có nội dung đặc thù dành riêng để quảng bá văn hóa địa phương. Vì vậy, hiệu quả tiếp cận của các kênh truyền hình, phát thanh của các địa phương khu vực miền núi phía Bắc đối với du khách chưa cao. Ngoài ra, các phương tiện truyền thông mới như mạng xã hội, internet đang phát triển nhanh chóng, tuy vậy, một số địa phương trong khu vực chưa chú trọng đầu tư, quảng bá văn hóa thông qua các kênh này. Dường như, các phương tiện truyền thông mới chỉ là sân chơi dành cho các cá nhân chứ chưa được xem như một kênh chính thức cho quảng bá văn hóa của các địa phương. Trong khi đó, việc lập các kênh cá nhân và đưa nội dung thông tin quá dễ dàng về mặt công nghệ, cộng thêm việc thiếu sự kiểm tra giám sát của các nhà quản lý văn hóa, nên chất lượng của các kênh này không cao, có nhiều kênh thậm chí còn mang nội dung phản văn hóa.

Chương trình xây dựng các làng văn hóa du lịch cộng đồng đã góp phần phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch, tuy nhiên, công tác chỉ đạo điều hành thực hiện các mục tiêu, nhiệm vụ phát triển du lịch và phát triển văn hóa còn chưa toàn diện. Sự phối hợp giữa các cơ quan, ban ngành, Mặt trận Tổ quốc và các đoàn thể, cấp ủy chính quyền cơ sở trong quá trình triển khai thực hiện các nhiệm vụ phát triển văn hóa chưa được chặt chẽ, dẫn đến một số chỉ tiêu, nhiệm vụ gặp khó khăn. Trình độ, năng lực của một số cán bộ văn hóa cơ sở không đồng đều, chưa thực sự chủ động tham mưu cho cấp ủy chính quyền về tiềm năng thế mạnh văn hóa và du lịch văn hoá trên địa bàn. Xây dựng các làng văn hoá du lịch cộng đồng cũng gặp phải một số khó khăn, bất cập, như việc quy hoạch xây dựng công thôn/bản, khu vệ sinh, chuồng trại nuôi nhốt gia súc đã ít nhiều phá vỡ kết cấu truyền thống, tự nhiên của thôn/bản vốn có; một số phần thi công làm mới nhà ở có nhiều sai sót, không đúng với kiến trúc truyền thống; tiến độ xây dựng các công trình còn chậm, nhiều nơi chỉ mới ưu tiên việc xây dựng công làng văn hoá du lịch, đường vào

thôn/bản, nhà văn hóa cộng đồng và sân thể thao theo ưu tiên của Chương trình nông thôn mới, còn nhà ở truyền thống của các hộ gia đình rơi vào tình trạng sửa chữa kéo dài, manh mún.

Tóm lại, trong thời gian qua, phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc đã đạt được những thành tựu đáng kể, hình ảnh thiên nhiên và văn hoá con người khu vực đã được quảng bá ra bên ngoài, thu hút khách du lịch trong và ngoài nước. Tuy vậy, nhìn nhận một cách thực tế, thì ngành du lịch trong những năm qua phát triển nhanh nhưng phát huy sức mạnh mềm văn hoá cho phát triển du lịch còn hạn chế. Sức hấp dẫn của du lịch mới chủ yếu tới từ cảnh quan thiên nhiên, còn du lịch văn hóa, lĩnh vực có thể quảng bá nền văn hóa và con người khu vực miền núi phía Bắc thì lại chưa có nhiều chương trình đặc thù, những sản phẩm đặc sắc. Một trong những nguyên nhân là do nguồn nhân lực du lịch văn hoá còn thiếu và thiếu chuyên nghiệp, một số người dân tham gia vào các hoạt động du lịch lại có những hành động chụp giật, không thật thà, gây nên sự phản cảm đối với khách du lịch,... Những điều này gây ảnh hưởng không nhỏ tới những nỗ lực phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay.

### **3.2. MỘT SỐ VẤN ĐỀ ĐẶT RA TỪ THỰC TRẠNG PHÁT HUY SỨC MẠNH MỀM VĂN HÓA TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ DU LỊCH Ở MIỀN NÚI PHÍA BẮC VIỆT NAM HIỆN NAY**

#### **3.2.1. Những bất cập trong nhận thức của các chủ thể về phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch**

Con người vừa là chủ thể vừa là mục tiêu của quá trình phát triển. Mọi chủ trương, chính sách chỉ thực sự phát huy hiệu quả khi nhận được sự đồng thuận, tham gia hưởng ứng tích cực của các chủ thể. Trong thời gian qua đã có rất nhiều chủ trương, chính sách liên quan đến phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc được đề ra. Để hiện thực hoá những đường lối, chủ trương, chính sách nhằm phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc hiện nay phụ thuộc rất nhiều vào ý thức và hành động tự giác của những chủ thể tham gia vào quá trình đó.

Phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay, nhận thức của các cấp lãnh đạo, quản lý đóng vai trò quan trọng. Công tác lãnh đạo, quản lý quá trình phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch bao gồm nhiều nội dung, từ hoạch định chính sách du lịch, tổ chức thực hiện các nội dung chính sách du lịch đến hoạt động kiểm tra, giám sát của các cơ quan có thẩm quyền ở cả Trung ương và địa phương. Những tồn tại, hạn chế trong phát huy sức mạnh mềm văn hoá để phát triển kinh tế du lịch thời gian qua là minh chứng cụ thể cho thấy công tác lãnh đạo, quản lý vẫn còn những “lỗ hổng” cần phải khắc phục. Việc ban hành các chủ trương, chính sách và quá trình triển khai thực hiện của các cấp lãnh đạo quản lý đôi khi chưa hợp lý, còn chông chéo giữa các ngành hoặc chưa có sự phối hợp chặt chẽ của các ngành hữu quan trong việc ban hành và thực hiện các chủ trương, chính sách. Các văn bản được ban hành đôi khi chỉ nhằm giải quyết những vấn đề nảy sinh trong hoạt động phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch, chưa có chiều sâu và thiếu tính bền vững. Công tác lãnh đạo, quản lý thiếu quy hoạch, kế hoạch đã dẫn đến việc xây dựng hàng loạt các cơ sở lưu trú, các khách sạn, nhà nghỉ, homestay, các khu nghỉ dưỡng, khu sinh thái một cách nhanh chóng, ồ ạt. Nhiều nhà nghỉ, nhiều khách sạn, homestay thiếu thẩm mỹ kiến trúc, không tuân theo các quy định về cấu tạo địa chất, về độ cao, cấu trúc không gian, văn hoá truyền thống,... đã gây ảnh hưởng không tốt cho cảnh quan, mất đi vẻ đẹp tự nhiên cho phong cảnh khu, điểm du lịch. Công tác quản lý hành chính và xử phạt hành chính chưa được thắt chặt nên ở một số điểm du lịch nạn hàng rong, chèo kéo khách, cướp giật, ăn xin, mất vệ sinh,... vẫn còn tồn tại bất chấp các cơ quan quản lý. Một số hạn chế trong công tác quản lý các hoạt động xúc tiến đầu tư và quảng bá nhằm phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch đang đặt ra những vấn đề cần khắc phục và giải quyết, đó là: Việc kêu gọi đầu tư trong và ngoài nước chưa đạt được hiệu quả do cơ chế kiểm soát tài chính, ngân sách, cơ chế kiểm soát đầu tư nước ngoài chưa phù hợp; Các văn bản chỉ đạo, điều hành chung của cơ quan nhà nước liên quan đến hoạt động xúc tiến và quảng bá phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch còn một số bất cập, cản trở việc tổ chức các hoạt động giới thiệu, tuyên truyền cho phát huy sức mạnh

mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch; Các lễ hội còn nhiều bất cập trong khâu tổ chức và quản lý, làm ảnh hưởng xấu đến phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch; Việc quản lý các di tích văn hoá còn chông chéo, hoặc chưa được quản lý đầy đủ, nhất là các khu di tích văn hoá nhỏ vẫn do người dân địa phương quản lý theo kiểu tự phát, gây khó khăn cho việc quản lý đầu tư, quảng bá hình ảnh đến khách du lịch.

Trong phát huy sức mạnh mềm văn hoá để phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc hiện nay, các chủ thể doanh nhân, doanh nghiệp kinh doanh du lịch đóng vai trò quan trọng, bởi các doanh nhân, doanh nghiệp nằm ở vị trí trung tâm kết nối các bên trong hoạt động du lịch. Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đã đạt được trong thời gian qua, phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch vẫn còn tồn tại một số bất cập cần giải quyết. Nhận thức của các doanh nhân, doanh nghiệp kinh doanh du lịch về phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch theo hướng bền vững còn hạn chế. Trong khi hệ thống luật pháp Việt Nam còn chưa hoàn chỉnh, nhiều doanh nhân, cơ sở kinh doanh du lịch do hạn chế về mặt nhận thức nên chưa tạo dựng được uy tín, làm ăn mang tính chộp giật, “chặt chém” khách; có nhiều nơi, hoạt động diễn ra tự phát, lộn xộn, thậm chí gây phiền toái cho khách<sup>1</sup>. Có thể thấy, du lịch đang phát triển mạnh mẽ, trở thành ngành kinh tế “mũi nhọn” được nhiều địa phương chú trọng. Cùng với đó, không thể phủ nhận việc có nhiều doanh nghiệp lớn, đơn vị cung cấp dịch vụ chất lượng và uy tín đã xây dựng hình ảnh du lịch địa phương. Thế nhưng, một bộ phận những cơ sở kinh doanh dịch vụ với lối tư duy “ăn xổi ở thì”, “chặt chém” du khách,... Đây là biểu hiện của hạn chế trong nhận thức, cách làm du lịch thiếu chuyên nghiệp, làm xấu hình ảnh du lịch trong khu vực, làm ảnh hưởng đến đến quá trình phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay. Mặt khác, các doanh nghiệp du lịch đa phần chỉ quan tâm đến hiệu quả kinh doanh mà chưa có nhiều hành động thiết thực để chia sẻ quyền lợi và trách nhiệm với cộng đồng địa phương. Chính vì vậy, vấn đề đặt ra là cần nâng cao nhận thức của các doanh nhân, doanh

---

<sup>1</sup> Xem chú thích số (45).

nghiệp kinh doanh du lịch về du lịch có trách nhiệm với cộng đồng. Quá trình thực hiện du lịch có trách nhiệm tại doanh nghiệp không chỉ là một hoạt động nhất thời mà là cả một quá trình thay đổi từ nhận thức cho tới cách thức tổ chức kinh doanh tại doanh nghiệp. Quá trình này cũng không chỉ gắn với một giai đoạn, một chu kỳ kinh doanh mà gắn với doanh nghiệp trong dài hạn. Du lịch có trách nhiệm không phải là một chiến thuật kinh doanh, một công cụ nhất thời, một biện pháp tuyên truyền mà là một cách thức tiếp cận, một tầm nhìn của doanh nghiệp. Phát triển du lịch có trách nhiệm là một vấn đề cần định hướng trong nhận thức của các chủ thể doanh nhân, doanh nghiệp kinh doanh du lịch nhằm phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc theo hướng bền vững.

Trong thời gian qua, nhận thức của đội ngũ các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân được nâng cao đã đáp ứng được các nhiệm vụ quan trọng, góp phần nâng cao hiệu quả, chất lượng trong công tác xây dựng chiến lược, chính sách, quy hoạch, bảo tồn, phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc. Tuy nhiên, do một số hạn chế về nhận thức, việc xác định một số vấn đề nghiên cứu còn chậm và chưa thực sự chủ động, tính dự báo còn bị hạn chế. Điều này đã ảnh hưởng không nhỏ tới khả năng ứng phó một cách chủ động đối với những thay đổi bất thường; Một số vấn đề nghiên cứu còn mang nặng tính hàn lâm, cần có sự đổi mới trong cách thức tiếp cận, nội dung nghiên cứu và hình thức thực hiện; Quá trình phê duyệt triển khai thực hiện các nhiệm vụ còn chậm do những khó khăn từ đề xuất, thống nhất ý tưởng, nhiệm vụ đến xây dựng thuyết minh cũng như công tác lập kế hoạch triển khai; Đội ngũ các nhà khoa học nghiên cứu chuyên sâu về văn hoá còn mỏng. Nguồn kinh phí đầu tư cho khoa học công nghệ, các hoạt động phát huy sức mạnh mềm văn hoá còn khiêm tốn, đặc biệt là các kinh phí chi cho các hoạt động hợp tác khu vực và quốc tế. Do nguồn kinh phí đầu tư cho đội ngũ các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân còn khiêm tốn nên đã hạn chế nhiều khả năng sáng tạo, nghiên cứu, tâm huyết của đội ngũ các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân. Một trong những bất cập ảnh hưởng đến nhận thức của đội ngũ các nhà khoa học, chuyên gia, nghệ nhân trong phát huy sức mạnh mềm văn hoá để phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc hiện nay là chính sách đãi ngộ. Chẳng hạn như chính sách đối với nghệ

nhân, theo Nghị định số 109/2015/NĐ-CP của Chính phủ, thu nhập hằng tháng dưới mức lương cơ sở thì mới được nhận hỗ trợ. Nếu theo quy định này, rất ít nghệ nhân được nhận trợ cấp. Trong khi đó, thu nhập của họ không đủ trang trải sinh hoạt, phần lớn nghệ nhân tuổi cao, sức yếu, hay bệnh tật. Vì vậy, số người được hưởng chính sách này không nhiều. Cuộc sống kinh tế không được đảm bảo thì các nghệ nhân sẽ khó có thể đủ nhiệt huyết để theo nghề để thực hành, duy trì và sáng tạo các giá trị văn hoá. Thêm vào đó, cuộc sống ngày một phát triển, sự giao lưu, hội nhập ngày càng diễn ra mạnh mẽ. Các phương tiện truyền thông hiện đại, các vật dụng phục vụ cho cuộc sống gia đình về đến từng thôn làng, đến từng hộ gia đình. Lớp trẻ ít mặn mà theo đuổi những nghề truyền thống, ít say mê với nghệ thuật diễn xướng của cha ông lưu truyền. Áo quần bán sẵn vừa tiện vừa rẻ nên trẻ em gái ít kỳ công theo các mẹ, các bà học nghề dệt thổ cẩm. Đồ nhựa vừa gọn vừa bền thay thế cho các loại rổ, rá, vật dụng, trẻ em trai cũng ít chăm chú theo dõi cha ông đan lát. Ti vi, điện thoại thông minh chỉ cần nối mạng internet là có thể xem tất cả các loại hình nghệ thuật, vì vậy lớp trẻ ít mặn mà với những buổi lắng nghe các nghệ nhân ngồi kể sử thi, hát những bài dân ca của các dân tộc. Một số tiết mục văn nghệ dân gian được rút ngắn thời gian và qui trình diễn xướng theo hướng đơn giản, phù hợp với môi trường, nhịp sống xã hội hiện nay cũng như tùy thuộc vào trình độ và khả năng của các nghệ nhân dân gian. Những người tìm đến học nghề của các nghệ nhân dân gian không còn nhiều. Ngay cả một số con em trong gia đình các nghệ nhân cũng không muốn theo nghề và những người trẻ hiện nay có xu hướng không chuyên tâm thực hành những loại hình văn hóa truyền thống, bởi độ khó và cần sự kiên trì cũng như ít mang lại lợi ích thiết thực về kinh tế. Chính vì vậy, các nghệ nhân dân gian càng cố gắng giữ gìn, trao truyền bao nhiêu thì thế hệ trẻ ngày nay lại ít người mặn mà bấy nhiêu. Điều này thấy rõ nhất trong các dân tộc có dân số ít như Bô Y, Cơ Lao, La Chí, Pu Péo, Pà Thên,... Chính vì vậy, việc lưu truyền các nghề truyền thống, các hình thức nghệ thuật dân gian truyền thống hầu như không còn. Thực trạng này sẽ làm cho các giá trị văn hoá bị mai một và lãng quên mất dần theo thời gian, bào mòn dần các nguồn lực văn hoá, tạo thành lực cản trong quá trình phát huy sức mạnh mềm văn hoá để phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc.

Khu vực miền núi phía Bắc là không gian sinh sống của nhiều tộc người với nhiều nét sinh hoạt truyền thống, lễ hội phong phú, đặc sắc, phản ánh sinh động lịch sử dân tộc và đời sống tâm linh, tư tưởng cũng như bản sắc văn hoá của cộng đồng các dân tộc. Các chủ thể nhân dân chính là những người am hiểu những giá trị văn hóa mà ông cha mình tạo nên và chính họ là những người tiếp tục giữ gìn và phát huy, làm giàu thêm những giá trị văn hóa của chính dân tộc mình trong đời sống văn hóa tinh thần mà không làm tổn hại, mai một những giá trị đó. Vì vậy, nói tới việc phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch chính là nói tới vai trò chủ thể văn hóa của nhân dân các dân tộc miền núi phía Bắc, trong đó nhận thức của nhân dân đóng một vai trò quan trọng. Vai trò của các cộng đồng các dân tộc trong phát huy sức mạnh mềm văn hoá để phát triển kinh tế du lịch thể hiện ở chỗ, họ là người tham gia vào các công đoạn của quy trình văn hóa như sáng tạo văn hóa, khai thác sản phẩm văn hóa, quản lý, giám sát, bảo vệ di sản văn hóa, bảo vệ môi trường... Họ cũng chính là đối tượng được hưởng lợi, được chia sẻ lợi ích từ các hoạt động phát triển kinh tế du lịch. Như vậy, việc phát triển kinh tế du lịch dựa trên các giá trị văn hóa của các tộc người trở thành nguồn lực giúp đồng bào các dân tộc thiểu số nâng cao đời sống vật chất, tinh thần, tái sản xuất các sản phẩm du lịch... Gắn văn hoá với du lịch là một chiến lược quan trọng của các tỉnh trong vùng, vừa để bảo lưu, giữ gìn bản sắc vừa mang lại nguồn thu nhập cho bà con đồng bào còn nhiều khó khăn. Tuy nhiên, trong giai đoạn hiện nay, tình trạng các làng, bản đồng bào dân tộc thiểu số mặc dù rất giàu tài nguyên văn hóa du lịch nhưng mức sống của người dân thấp, thiếu vốn để kinh doanh du lịch. Một trong những những cách làm du lịch phổ biến hiện nay là người dân thường dựa vào hoặc hợp tác với các doanh nghiệp, việc chia sẻ lợi ích giữa người dân địa phương và một số doanh nghiệp chưa công bằng dẫn tới việc chưa khuyến khích được người dân tham gia vào chuỗi hoạt động du lịch bền vững. Vai trò chủ thể của người dân trong việc giữ gìn, bảo tồn và phát huy sức mạnh mềm văn hoá, ý thức tôn tạo và bảo vệ cảnh quan môi trường du lịch chưa được nâng cao đã gây trở ngại cho sự phát triển bền vững của ngành du lịch. Trên thực tế, người dân sinh sống trong khu vực du lịch thường xâm phạm đến các tài nguyên du lịch mà không ý thức được hết ảnh hưởng đến môi trường sinh thái và những lợi ích



lâu dài cho cộng đồng. Bên cạnh đó, quá trình mở cửa, hội nhập du lịch cũng ảnh hưởng và làm phức tạp hóa một số vấn đề liên quan đến an ninh, trật tự xã hội, giữ gìn thuần phong mỹ tục. Việc buôn bán động vật quý, khai thác phong lan, cây thuốc, cây gỗ quý vẫn còn diễn ra ngoài tầm kiểm soát của các nhà chức trách và rất nhanh chóng khiến cho tài nguyên rừng đứng trước nguy cơ bị suy thoái, cạn kiệt. Người dân một số địa phương vẫn thường xuyên khai thác trái phép những sản vật của rừng, vì lợi ích trước mắt mà không hề có ý thức về sự suy thoái, cạn kiệt của tài nguyên, tổn hại đến môi trường văn hoá, cản trở quá trình phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc hiện nay.

### **3.2.2. Một số nội dung phát huy sức mạnh mềm của văn hóa ở khu vực miền núi phía Bắc có nguy cơ bị mai một**

Với sự quan tâm của Đảng và Nhà nước thời gian qua, các chính sách phát triển kinh tế đã tạo ra sự thay đổi nhanh chóng và mạnh mẽ bộ mặt kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc ở khu vực miền núi phía Bắc. Từ nền sản xuất nông nghiệp nương rẫy, manh mún, nhỏ lẻ, trọc lỗ, tra hạt, phụ thuộc hoàn toàn vào tự nhiên, nay là sản xuất nông nghiệp theo hướng thâm canh, chuyên canh hướng đến sản xuất nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao với sự đầu tư của nhà nước. Có thể thấy mặt tích cực mang lại từ sự thay đổi phương thức sản xuất, canh tác dẫn đến năng suất cây trồng cao hơn, thu nhập của người dân khá hơn, chấm dứt tình trạng đói nghèo.

Khi đời sống kinh tế khá giả, các dân tộc thiểu số ở khu vực miền núi phía Bắc đã bỏ dần những tập quán cư trú truyền thống. Tình trạng pha tạp trong các hoạt động văn hóa, lối sống ngày càng bộc lộ rõ nét. Giá trị văn hóa ẩm thực của người DTTS vùng trung du và miền núi phía Bắc hiện nay đang dần thưa vắng trong đời sống hiện đại. Chẳng hạn, một số món ăn truyền thống gắn với nông nghiệp nương rẫy và nghề săn bắn đã và đang mai một dần ở những nơi diện tích rừng tự nhiên ngày càng giảm, nhiều người dân từ bỏ nông nghiệp nương rẫy vì năng suất thấp; đa số người DTTS thường chế biến các món ăn giống người Kinh vì đơn giản, dễ nấu và dễ ăn hơn một số món có mùi vị đặc trưng vùng dân tộc. Hay một bộ phận giới trẻ hiện nay đã không còn ý thức tới việc giữ gìn bản sắc, nét đẹp trong văn hóa của dân tộc mình mà chạy theo lối sống phương Tây. Đơn cử, ngày nay rất ít bạn trẻ người dân tộc Thái hiểu ý

nghĩa nhân sinh cao đẹp của hàng cúc bạc hình bướm trên áo “còm” mà một bên là những con bướm đực, một bên là những con bướm cái. Trên vạt áo cúc bạc được khâu xếp đối xứng từng đôi, dải thành hai hàng - vạt bên phải là những con đực “tô po” và bên trái là những con cái “tô me”. Số khuy áo của phụ nữ có chồng là những cặp bướm theo số chẵn, còn người chưa chồng là số lẻ. Đó chính là ước nguyện của con người luôn muốn âm dương giao hòa để cuộc sống sinh sôi. Hơn nữa, hiện nay thế hệ trẻ người dân tộc hầu hết mặc áo sơ mi, quần âu hàng ngày, những bộ quần áo truyền thống thường chỉ được mặc trong các dịp lễ, tết. Đó là nguy cơ một “cái chết văn hóa” đã được báo chí nói đến trong thời gian qua.

Không gian văn hóa sinh sống của các dân tộc thiểu số vùng Trung du miền núi phía Bắc cũng có sự thay đổi tương đối rõ rệt. Nhà sàn là một trong các đặc trưng văn hóa truyền thống của một số dân tộc ở miền núi phía Bắc như Thái, Mường, Dao, Tày, Sán Chay... Để góp phần bảo vệ nét đẹp truyền thống này, Đảng và Nhà nước, các địa phương có các chính sách hỗ trợ kinh phí để người dân làm mới hoặc trùng tu, bảo dưỡng những ngôi nhà hiện có. Song đây là một việc làm khó khăn bởi thông thường để làm một ngôi nhà gỗ truyền thống thì người dân cần chuẩn bị gỗ và nguyên vật liệu từ 3-5 năm với lượng gỗ cần ít nhất từ 15-20m<sup>3</sup> và chi phí khoảng 100 đến 300 triệu tùy theo loại gỗ, diện tích nhà. Nhiều người dân tộc đã chọn các loại nhà mái bằng, cấp 4, nhà tầng giống như người Kinh ở vùng đồng bằng Bắc Bộ với kinh phí rẻ hơn khoảng 50 -60 triệu đồng mà nguồn nguyên liệu dễ tìm hơn trên thị trường. Việc thay nhà sàn bằng nhà gạch đang là hiện tượng đang diễn ra khá phổ biến ở các dân tộc miền núi phía Bắc. Đối với thế hệ trẻ các dân tộc thiểu số hiện nay, việc ở nhà đất như người Kinh đã làm họ dần dần quên đi hình ảnh nhà sàn và các giá trị văn hóa trong sinh hoạt ở nhà sàn truyền thống. Từ đó, có thể thấy yêu cầu giữ gìn bản sắc văn hóa truyền thống qua nhà ở đang đứng trước những khó khăn nhất định. Vấn đề đó đang diễn ra khá gay gắt ở hầu hết các địa phương vùng miền núi phía Bắc.

Văn hóa trang phục cũng có sự biến đổi nhanh chóng. Tại các bản làng của người dân tộc thiểu số, việc trồng bông dệt vải không còn nhiều. Trước đây vải may trang phục của người dân tộc thường được dệt thủ công từ các loại sợi bông, sợi gai,

sợi lanh, sợi tơ tằm thì ngày nay từ chiếc áo sơ mi của nam giới đến chiếc khăn đội đầu, chiếc váy của phụ nữ đều được mua từ các đồ may dệt sẵn ở các chợ tỉnh, chợ huyện, xu hướng ăn mặc giống người Kinh ngày càng phổ biến. Số người dân tộc thiểu số sử dụng trang phục truyền thống của dân tộc mình trong sinh hoạt ngày càng ít. Nhiều thanh niên dân tộc thiểu số còn ngại mặc trang phục truyền thống trước đám đông; họ cho rằng trang phục dân tộc không tiện dụng, còn cầu kì, rườm rà, gây khó khăn, vướng víu trong công việc và sinh hoạt hàng ngày. Do vậy, hầu như trang phục của các dân tộc thiểu số chỉ được mặc vào các dịp trọng đại như ngày tết, lễ hội hoặc các ngày kỉ niệm lớn của đất nước, còn chủ yếu được lưu giữ trong các bảo tàng hoặc trung tâm văn hóa. Điều này làm cho những giá trị văn hóa của bộ trang phục truyền thống đang dần biến mất trong cộng đồng các dân tộc thiểu số.

Trong nhà của các dân tộc thiểu số ở miền núi phía Bắc hiện nay, đã có sự xuất hiện của nhiều đồ dùng khác nhau. Phần lớn là sản phẩm công nghiệp gắn với các nguyên liệu nhựa hoặc nhôm. Một số gia đình khá giả đã sắm được đồ dùng đắt tiền như giường, tủ, ti vi, xe máy, ô tô... Các năm trở lại đây khi phương tiện internet trở nên phổ biến, các gia đình dân tộc thiểu số còn sử dụng mạng internet, truyền hình cáp... Đây cũng là nguyên nhân dẫn đến tâm lý chuộng ngoại, thích hàng hóa ngoại làm cho các sản phẩm dân tộc ngày càng bị mai một. Điều này cũng là lẽ đương nhiên bởi khi đời sống kinh tế của đồng bào được nâng lên, nhu cầu hưởng thụ sinh hoạt cao hơn, hiện đại hơn thì những vật dụng hiện đại, tiện lợi và hữu ích đó mới đáp ứng được nhu cầu của họ.

Sự biến đổi trong đời sống vật chất và tinh thần của các dân tộc miền núi phía Bắc đã làm xuất hiện không ít những yếu tố gây tổn hại đến những giá trị văn hoá truyền thống của các dân tộc trong khu vực. Cùng với đó, tình trạng dân trí thấp tại các vùng dân tộc thiểu số ở khu vực miền núi phía Bắc là một thực tế ảnh hưởng đến sự hưởng thụ về giá trị văn hóa dân tộc thiểu số. Ở những bản, làng có người dân tộc sinh sống, vì điều kiện vật chất và tinh thần khó khăn, nên vẫn còn duy trì các tập tục lạc hậu như trong việc tổ chức tang lễ, không ít nơi còn mời thầy mo, thầy cúng yểm bùa, trừ ma. Vẫn còn hiện tượng một số gia đình có người đau ốm đã cúng ma để giải hạn mà không đưa tới trạm y tế xã. Các hoạt động vui chơi, thể thao truyền thống

cũng ngày càng thưa vắng, chỉ ở những nơi nào có điều kiện thì nơi ấy tổ chức. Các giải thi đấu thể thao truyền thống như kéo co, đẩy gậy, ném còn, lễ hội công chiêng... vào dịp lễ, tết, hội xuân, rằm tháng giêng ở các địa phương đã không còn thu hút được đông đảo quần chúng tham gia như trước, mà chủ yếu chỉ còn đoàn thanh niên, thiếu niên, nhi đồng...

### **3.2.3. Phương thức phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch còn tồn tại một số bất cập**

*Một là, mô hình du lịch văn hoá, du lịch cộng đồng ở các tỉnh trung du miền núi phía Bắc thiếu tính bền vững*

Tại các tỉnh Trung du miền núi phía Bắc hiện này, sự phát triển du lịch cộng đồng có chiều hướng “tăng trưởng nóng”. Nhiều địa phương đã nhanh chóng nắm bắt cơ hội và dựa trên thế mạnh sẵn có về cảnh quan thiên nhiên và bản sắc văn hóa đã tập trung phát triển du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng với nhiều sản phẩm đa dạng, hấp dẫn. Tiêu biểu có thể kể đến tỉnh Lào Cai với các địa điểm du lịch cộng đồng như bản Cát Cát, bản Dền, bản Hồ ở Sa Pa; tỉnh Sơn La với cao nguyên Mộc Châu; tỉnh Hòa Bình với bản Lát;...

Những hộ dân tham gia làm mô hình du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng đã được tập huấn những kỹ năng cơ bản của nghề du lịch homestay như: quy trình phục vụ khách du lịch tại nhà; quy trình đón tiếp; kỹ năng giao tiếp, xử lý các tình huống trong phục vụ khách du lịch; quy trình chế biến món ăn; vệ sinh an toàn thực phẩm, các vấn đề an ninh, an toàn và phương pháp xử lý... Các mô hình du lịch văn hoá, du lịch cộng đồng, khai thác sức mạnh mềm văn hoá tộc người mở ra ở nhiều địa phương, tập trung nhiều ở vùng miền núi, vùng đồng bào dân tộc thiểu số, tuy nhiên, những mô hình này chưa được nghiên cứu thấu đáo, chưa coi trọng mục tiêu phát triển văn hoá và sinh kế cho cư dân bản địa mà chỉ nhằm khai thác vốn văn hoá của họ.

Trên thực tế cũng xuất hiện tình trạng một số nơi chính quyền địa phương và cơ quan hữu quan còn chậm vào cuộc, người dân nhiều khi quá sốt sắng dẫn đến làm du lịch với tâm lý “mạnh ai nấy làm”, hoặc theo kiểu phong trào, kinh doanh theo kiểu “chộp giật” với tầm nhìn ngắn hạn, không được hoạch định có bài bản khiến việc phát triển du lịch cộng đồng nảy sinh nhiều bất cập, hạn chế. Các khu tham quan, trải

nghiệm du lịch cộng đồng, dịch vụ homestay ở các tỉnh miền núi phía Bắc vẫn còn đơn điệu, sơ sài. Trong không gian lưu trú của các hộ gia đình làm dịch vụ homestay chưa có nhiều vật dụng sinh hoạt văn hóa, lao động mang bản sắc dân tộc như bộ công chiêng treo bên hiên nhà, chum đựng nước ở đầu hồi nhà, những vò rượu cần ú sắn trong buồng, hay những chiếc mâm mây, cái chõ đồ xôi trên bếp lửa... Không gian xung quanh ngôi nhà chưa có những hàng cây xanh, những giò hoa lan, những vườn rau được chăm chút tỉ mỉ... Bên cạnh đó, bà con vẫn còn lúng túng trong khâu đón tiếp, phục vụ những đoàn khách đông người, nhất là đối với những đoàn khách ngoại quốc. Các tỉnh miền núi phía Bắc phát triển rất nhiều mô hình du lịch cộng đồng, nhưng sản phẩm, dịch vụ du lịch đều na ná như nhau, chưa tạo ra được dấu ấn bản sắc văn hóa riêng để thu hút khách, do đó, hiệu quả các mô hình du lịch cộng đồng không cao.

Một số nơi xảy ra tình trạng đua nhau xây dựng các homestay phục vụ khách du lịch theo kiểu “Tây” với các món ăn “Tây”, nhập hàng hóa từ nơi khác về bán cho du khách để có lợi nhuận cao hơn. Điều này vừa không đáp ứng được điều mà du khách mong muốn, chờ đợi, thậm chí còn gây phản tác dụng, ảnh hưởng lâu dài nếu cứ tiếp tục lối kinh doanh thiếu bản sắc, chấp vá, và cộp nhặt như vậy. Ở một số nơi, do thiếu sự tổ chức, thiếu sự chuẩn bị, thiếu kỹ năng, lại nóng vội thu lợi nhuận dẫn đến tình trạng “nhà nhà làm du lịch”, tạo nên tình trạng cạnh tranh không lành mạnh, thu hút khách bằng mọi giá... Bên cạnh đó, một bộ phận cư dân địa phương tham gia hoạt động dịch vụ du lịch văn hoá có tâm lý “mùa vụ”, “kiếm chác”, dẫn đến tình trạng vùi vĩnh, “chặt chém” hoặc bán hàng hoá mang danh đặc sản địa phương nhưng chất lượng kém, thậm chí là hàng giả... gây ức chế cho du khách, gây bức xúc và mất niềm tin với khách, làm ảnh hưởng đến uy tín và hình ảnh của du lịch văn hoá Việt Nam. Thậm chí, vì lợi nhuận trước mắt mà người dân đã bỏ nghề truyền thống, vốn là nét đặc sắc riêng của cộng đồng bản địa, để chạy theo du lịch, khiến cho sự đa dạng về cơ cấu ngành nghề đã bị thu hẹp, đơn điệu, mai một, dẫn đến mất khả năng thu hút khách du lịch.

Vì vậy, để phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch sao cho có hiệu quả và mang tính bền vững, chính quyền địa phương cần có định hướng,

kế hoạch phát triển bài bản, khoa học và thiết thực, tạo cơ chế chính sách phù hợp, hỗ trợ người dân phát triển du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng qua việc tổ chức đào tạo, bồi dưỡng kiến thức làm du lịch, xây dựng sự đoàn kết, thống nhất trong cộng đồng, chủ động đa dạng hóa các dịch vụ đi kèm, tăng cường hoạt động quảng bá, tiếp thị. Đồng thời cũng cần huy động được sự vào cuộc của các ngành, đoàn thể trên địa bàn như y tế, đoàn thanh niên, lực lượng an ninh,... cùng tham gia hỗ trợ người dân để hoạt động du lịch thật sự phát huy hiệu quả.

*Hai là, chưa có biện pháp phù hợp để khai thác tối ưu sức mạnh mềm văn hoá, dẫn đến việc chưa thu hút du khách với khả năng chi tiêu cao và lưu trú lâu dài.*

Lĩnh vực du lịch văn hóa ở các tỉnh trung du miền núi phía Bắc vẫn chưa thể “cắt cánh” dù rằng tiềm năng là rất lớn. Trong đó các yếu tố thuộc về cơ sở dịch vụ là rào cản lớn trong nỗ lực phát triển du lịch ở các tỉnh trung du miền núi phía Bắc. Đó là đường sá lầy phung tiện di chuyển rất hạn chế, gây khó khăn cho du khách cùng các hãng lữ hành. Bên cạnh đó, các cơ sở dịch vụ như cơ sở lưu trú, nhà hàng tại đây sơ sài và chất lượng thấp; dịch vụ du lịch, mua sắm hay vui chơi chưa thật sự đáp ứng đủ nhu cầu của khách<sup>1</sup>.

Tại các điểm du lịch văn hóa (di sản, làng nghề...), các nhà đầu tư chỉ quan tâm khai thác mà không chú ý đúng mức đến việc bảo tồn các giá trị văn hóa, bảo vệ môi trường và tái đầu tư cơ sở hạ tầng.

Việc tổ chức các loại hình trình diễn nghệ thuật để phục vụ du khách, từ truyền thống đến đương đại, trình diễn các nghề truyền thống... còn nhiều hạn chế.

Các làng nghề truyền thống với cuộc sống, phương thức sinh hoạt, làm nghề và truyền nghề cùng các sản phẩm thủ công truyền thống là những tiềm năng lớn chưa được khai thác hết phục vụ phát triển du lịch.

Việc cung cấp các sản phẩm lưu niệm mang dấu ấn văn hóa đặc trưng của các dân tộc còn hạn chế bởi các sản phẩm nghèo nàn, đơn điệu, không gian trưng bày thiếu đầu tư nên không hấp dẫn du khách. Hệ quả là các chủ thể văn hóa (cộng đồng)

---

<sup>1</sup> Xem chú thích số (46).

không thu được nguồn lợi để bù đắp chi phí, tái sản xuất, buộc phải chuyển nghề khác để kiếm sống.

Như vậy có thể thấy, hiện nay các tỉnh trung du miền núi phía Bắc đang làm du lịch theo mùa vụ, chưa tạo ra được những sản phẩm du lịch quanh năm. Vì lẽ đó mà ngành du lịch ở các địa phương trong khu vực thường rơi vào tình trạng “no đôn, đói góp”. Khi so sánh doanh thu du lịch của vùng Trung du và miền núi phía Bắc với các vùng khác trên cả nước có thể thấy mặc dù tiềm năng văn hóa để phát triển du lịch của vùng mặc dù rất lớn song chưa tương xứng với tiềm năng của vùng. Thu nhập từ du lịch của vùng nằm ở vị trí thấp nhất của cả nước.

### Tiểu kết chương 3

Với vị trí địa lý, điều kiện tự nhiên, sự đa dạng về thành phần dân tộc và nền văn hóa mang nhiều giá trị “sức mạnh mềm” của cộng đồng các dân tộc ở khu vực miền núi phía Bắc đã tạo nên nhiều cơ hội, tiềm năng, thế mạnh trong phát triển kinh tế du lịch. Tuy nhiên, bên cạnh đó cũng có những ảnh hưởng tiêu cực, thách thức trên con đường phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay. Những đặc điểm có tính chất vùng miền này đã tác động mạnh mẽ đến phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch, nó cho thấy một bức tranh hai mặt sáng - tối, mặt sáng được thể hiện qua một số thành quả đạt được và mặt tối là một số hạn chế, yếu kém còn tồn tại. Chương 3 của luận án đi sâu phân tích thực trạng hai mặt này trong quá trình phát huy sức mạnh mềm văn hoá để phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc thể hiện trên ba phương diện cơ bản: Thực trạng sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển du lịch cộng đồng; thực trạng sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển du lịch sinh thái, sinh thái nghỉ dưỡng, tham quan di tích lịch sử - văn hoá; thực trạng sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển du lịch chăm sóc sức khoẻ, ẩm thực.

Từ phân tích thực trạng, chương 3 của luận án làm rõ một số vấn đề đặt ra từ một số mâu thuẫn cơ bản trong quá trình phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc hiện nay như: những bất cập trong nhận thức của các chủ thể về phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch; một số nội dung phát huy sức mạnh nền văn hóa ở khu vực miền núi phía Bắc có nguy cơ bị mai một; phương thức phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch còn tồn tại một số bất cập. Những vấn đề đặt ra này đòi hỏi phải được các cấp Trung ương, các cấp ủy Đảng, chính quyền địa phương và đồng bào các dân tộc miền núi phía Bắc nhận thức đúng đắn và có phương hướng, giải pháp hành động với phương thức giải quyết phù hợp hiệu quả để mang lại hiệu quả thành công trong thực tiễn nhằm phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay.



**Chương 4**  
**GIẢI PHÁP PHÁT HUY SỨC MẠNH MỀM VĂN HÓA**  
**TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ DU LỊCH Ở MIỀN NÚI**  
**PHÍA BẮC VIỆT NAM HIỆN NAY**

Phát huy sức mạnh mềm của văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc là quá trình làm tăng lên sức mạnh mềm (thu hút, lôi cuốn, hấp dẫn) của văn hoá trong hoạt động kinh tế du lịch. Nói đến văn hoá cũng chính là nói đến hoạt động của con người, do đó, phát huy sức mạnh mềm văn hoá là sự thống nhất giữa hai mặt khách quan và chủ quan. Phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc hiện nay cần được tiến hành từ hai mặt. Một mặt, nâng cao nhận thức của chủ thể (lãnh đạo, quản lý; doanh nghiệp kinh doanh du lịch; nhà khoa học, nghệ nhân; nhân dân) về sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch. Mặt khác, cần hoàn thiện cơ chế, chính sách, tạo điều kiện căn cứ pháp lý; Đầu tư cơ sở vật chất – kỹ thuật nhằm bảo tồn và phát huy các giá trị sức mạnh mềm văn hoá của đồng bào các dân tộc; Chú trọng đến công tác đào tạo nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch am hiểu sức mạnh mềm văn hoá.

**4.1. NÂNG CAO NHẬN THỨC, PHÁT HUY TÍNH TÍCH CỰC, CHỦ ĐỘNG CỦA CÁC CHỦ THỂ TRONG PHÁT HUY SỨC MẠNH MỀM VĂN HÓA CHO PHÁT TRIỂN KINH TẾ DU LỊCH**

Nhận thức quyết định thái độ và hành vi của con người. Nhận thức sai thì sẽ có thái độ và hành vi sai. Vì vậy, muốn thay đổi hành vi thì phải xuất phát từ nhận thức. Ph. Ăngghen đã khẳng định: “Mọi hoạt động của con người đều thông qua đầu óc của con người...” [62, tr. 438]. Vấn đề nhận thức bao giờ cũng là bài toán đầu tiên quyết định mọi vấn đề, nhận thức có thông thì hành động mới đúng, mới mạnh. Trong Nghị quyết 92/NQ-CP về một số giải pháp đẩy mạnh phát triển kinh tế du lịch trong thời kỳ đổi mới, Chính phủ đã đưa ra giải pháp quan trọng đầu tiên để phát triển kinh tế du lịch đó là: “Nâng cao nhận thức của xã hội về phát triển kinh tế du lịch” [10]. Do đó, để phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay, nâng cao nhận thức của các chủ thể có ý nghĩa vô cùng quan trọng và cần thiết. Đây không phải là giải pháp mới nhưng cần phải duy trì

thường xuyên trong suốt quá trình phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc hiện nay. Chỉ khi nhận thức đúng và đầy đủ về sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch thì mới tạo ra sự chuyển biến và tạo sự gắn kết giữa các bên liên quan là Nhà nước, chính quyền địa phương, giữa các ngành, các cấp, cộng đồng doanh nghiệp và nhân dân để phát huy đúng sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch, đưa kinh tế du lịch phát triển trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Nâng cao nhận thức phải lấy xuất phát điểm từ việc nâng cao sự hiểu biết về sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch. Đồng thời cần phải thấy được sự cần thiết của việc phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch cũng như vai trò và trách nhiệm của bản thân các chủ thể, từ đó biết tôn trọng những giá trị văn hoá, nâng cao nhận thức trong giữ gìn, bảo tồn các giá trị văn hoá, trên cơ sở đó tạo ra tính tích cực, chủ động của các chủ thể trong phát huy sức mạnh mềm văn hoá để phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc hiện nay.

Chủ thể phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay là các cấp lãnh đạo và thực thi chính sách, văn nghệ sĩ, giới truyền thông, chủ thể kinh doanh du lịch và cộng đồng dân cư. Để nâng cao nhận thức, phát huy tính chủ động và tích cực của các chủ thể về sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc hiện nay cần phải tiến hành các biện pháp tổng thể trên các mặt cơ bản: Về mặt tổ chức, về mặt nội dung và về mặt phương thức.

*Về tổ chức*, nâng cao nhận thức và phát huy tính tích cực chủ động cần được tiến hành tổng thể, toàn diện, có tác động và phát huy vai trò tổng lực của tất cả các chủ thể, cụ thể:

*Các cấp uỷ, chính quyền địa phương*

Đường lối, chính sách đúng đắn của Đảng, Nhà nước chỉ đến được và tạo nên sự chuyển biến tích cực trong cuộc sống của các đồng bào các dân tộc miền núi phía Bắc khi có sự chỉ đạo, tham gia tích cực, hiệu quả của các cấp uỷ đảng, chính quyền địa phương.

Tổ chức Đảng ở các địa phương giữ vị trí là hạt nhân lãnh đạo chính quyền, các tổ chức chính trị - xã hội và nhân dân. Các cấp ủy, tổ chức Đảng ở các địa phương cần nhận thức rõ và phát huy vai trò lãnh đạo của mình trong hoạch định và ban hành đường lối, chủ trương, chỉ thị, nghị quyết đúng đắn, tổ chức triển khai thực hiện có hiệu quả trong thực tế, nhất là đường lối về văn hoá, kinh tế du lịch; chú trọng đổi mới phương thức lãnh đạo, tăng cường công tác kiểm tra, giám sát có hiệu quả đối với các hoạt động văn hoá và kinh tế du lịch; quan tâm xây dựng đội ngũ cán bộ, đảng viên, nguồn nhân lực du lịch có trình độ năng lực, có phẩm chất đạo đức cách mạng, đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội nói chung, yêu cầu phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch nói riêng.

Chính quyền ở các địa phương phát huy hiệu lực quản lý, cụ thể hóa chủ trương, đường lối, chỉ thị, nghị quyết của các cấp ủy Đảng và trực tiếp tổ chức, điều hành, triển khai thực hiện có hiệu quả các chính sách liên quan đến phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch; xây dựng và tổ chức thực hiện tốt cơ chế chính sách, tạo điều kiện để người dân phát huy vai trò với tư cách là chủ thể trong thực hiện các chính sách; tăng cường công tác quản lý, kiểm tra, giám sát và đánh giá kết quả triển khai thực hiện các chính sách về văn hoá và kinh tế du lịch; chú trọng tổng kết lý luận và thực tiễn; trong chỉ đạo cần tập trung, tăng cường kiểm tra, động viên khích lệ để nâng cao nhận thức, phát huy tính chủ động và tích cực của các chủ thể về sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc hiện nay.

Nâng cao nhận thức của chủ thể lãnh đạo, quản lý, từ đó phát huy tính tích cực và chủ động của các tổ chức Đảng và chính quyền địa phương ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay cần nâng cao nhận thức nhằm thực hiện tốt một số giải pháp về mặt tổ chức, cụ thể:

*Một là*, nhận thức được sự cần thiết và vai trò của việc đẩy mạnh thực hiện chuyển đổi số trong phát triển du lịch; Thiết lập các phần mềm quản lý các khu, điểm du lịch, cơ sở lưu trú du lịch, công ty lữ hành du lịch; số hóa di tích; vận hành hiệu quả cổng thông tin du lịch thông minh.

*Hai là*, nhận thức được sự cần thiết và vai trò cải cách thủ tục hành chính theo hướng chính quyền điện tử, cải thiện môi trường đầu tư, nâng cao năng lực cạnh tranh; nghiên cứu áp dụng hình thức đầu tư theo phương thức đối tác công tư (PPP) trong đầu tư hạ tầng du lịch. Cải cách thủ tục hành chính theo hướng thông thoáng, nhanh gọn, đơn giản hóa thủ tục cấp chứng nhận đầu tư du lịch và các thủ tục liên quan đến hoạt động kinh doanh du lịch trên địa bàn nhằm tạo điều kiện thuận lợi trong thu hút đầu tư.

*Ba là*, nhận thức được sự ưu tiên nguồn lực từ ngân sách đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng, tập trung huy động nguồn lực đầu tư nâng cấp, mở rộng các tuyến đường huyết mạch, trọng yếu có tính kết nối liên tỉnh. Đặc biệt, các tuyến đường giao thông kết nối với các khu, điểm du lịch với các tuyến du lịch hiện có và các điểm du lịch hấp dẫn của tỉnh.

*Bốn là*, nhận thức được sự ưu tiên công tác nghiên cứu, hình thành các sản phẩm địa phương, quà tặng, đồ lưu niệm, thủ công mỹ nghệ, thủ công truyền thống làm quà tặng, phục vụ nhu cầu mua sắm hàng lưu niệm cho khách du lịch và hỗ trợ xúc tiến thương mại.

*Năm là*, nhận thức được sự cần thiết và vai trò của việc rà soát lại quy hoạch, đề án phát triển du lịch hiện có trên địa bàn các địa phương ở khu vực miền núi phía Bắc, thực hiện đảm bảo gắn kết với Quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của các địa phương tầm nhìn đến năm 2030. Trong đó chú trọng đến tính kết nối, hệ thống giao thông động và giao thông tĩnh (cả đường thủy nếu có). Sau khi đã có quy hoạch chi tiết cần cắm mốc chỉ giới rõ ràng. Với dự án, đề án tại các khu du lịch trọng điểm cần đầu tư hoặc kết hợp với ngành giao thông, nông nghiệp để tạo ranh giới như làm đường bao, kênh thủy lợi hoặc trồng cây lâu năm....

*Sáu là*, nhận thức được sự cần thiết và vai trò của việc kiểm tra, giám sát để hạn chế tình trạng lấn chiếm và phá vỡ quy hoạch, đảm bảo mặt bằng sạch cho các dự án đầu tư hiện tại và tương lai. Giao nhiệm vụ trực tiếp quản lý, giám sát việc thực hiện quy hoạch cho chính quyền các xã, phường, thị trấn và có chế tài cụ thể, chi tiết xử lý các vi phạm, trong đó quy trách nhiệm rõ ràng của người đứng đầu.

*Bảy là*, nhận thức được sự cần thiết và vai trò của việc tổ chức điều tra, khảo sát về tổng thu từ ngành Du lịch trong từng giai đoạn làm cơ sở cho việc đánh giá hiệu quả

đóng góp của ngành Du lịch trong nền kinh tế của các địa phương trong khu vực và tiếp tục triển khai có hiệu quả Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch của từng địa phương định hướng phù hợp với điều kiện thực tiễn.

*Tám là*, nhận thức được sự cần thiết và vai trò của việc kiểm tra về nghiệp vụ lao động du lịch, cán bộ làm du lịch: Ví dụ như trong *Đề án phát triển du lịch tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2021-2025, định hướng đến năm 2030* đưa ra kế hoạch kiểm tra định kỳ 3 đến 5 năm tiến hành khảo sát điều tra chất lượng nguồn nhân lực du lịch để xây dựng kế hoạch, chương trình bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch.

*Chín là*, nhận thức được sự cần thiết và vai trò của việc xác lập quy chế phối hợp quản lý du lịch giữa ngành du lịch, chính quyền địa phương và các ngành, lĩnh vực có liên quan nhằm tăng cường vai trò quản lý nhà nước đảm bảo chất lượng các hoạt động dịch vụ du lịch như: giá vé, vệ sinh môi trường, an ninh trật tự.

*Doanh nghiệp du lịch* cần chú trọng xây dựng kế hoạch kinh doanh hàng năm; xây dựng thương hiệu, nâng cao vị thế của doanh nghiệp; tăng cường liên kết để tạo ra sức mạnh trong cạnh tranh; tích cực hội nhập vùng, miền, khu vực và quốc tế; tăng cường tiếp cận và cập nhật thông tin, đặc biệt là thông tin về chính sách phát triển và các quy định pháp luật về phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch. Cộng đồng doanh nghiệp cần phát huy vai trò quan trọng trong phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, thông qua việc xây dựng sản phẩm du lịch thực sự hấp dẫn dựa trên các nguồn lực văn hoá hấp dẫn, độc đáo, khác biệt, có khả năng cạnh tranh với các nước trong khu vực và trên thế giới; không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ; nâng cao quy mô, tầm vóc doanh nghiệp cả về nguồn lực vốn và nguồn nhân lực chất lượng cao; xây dựng bộ phận chuyên trách và dành nguồn ngân sách nhất định để triển khai công tác quảng bá, xúc tiến du lịch một cách chuyên nghiệp và đạt hiệu quả cao.

Phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch hiện nay đang tồn tại một số hạn chế trực tiếp từ phía doanh nghiệp. Đó là sản phẩm du lịch chưa thật sự hấp dẫn, khả năng cạnh tranh chưa cao; Chất lượng dịch vụ du lịch chưa đáp ứng được yêu cầu; Quy mô chủ yếu là nhỏ và vừa, vốn, nhân lực và kinh nghiệm

quản lý còn hạn chế. Như vậy trách nhiệm đầu tiên của các doanh nghiệp du lịch là phải xây dựng sản phẩm văn hoá du lịch thật sự hấp dẫn, khác biệt. Muốn thế, doanh nghiệp cần có sự đầu tư nghiên cứu để phát hiện và khai thác các giá trị tài nguyên thiên nhiên, văn hóa của từng vùng, miền; sáng tạo trong cung ứng dịch vụ gắn với thế mạnh của doanh nghiệp. Song song với việc này, cần nâng cao chất lượng và dịch vụ du lịch ngang tầm khu vực và thế giới, đáp ứng đòi hỏi ngày càng khắt khe của du khách, thị trường; Đầu tư, tăng quy mô, tầm vóc doanh nghiệp cả về vốn, nhân lực chất lượng cao, học hỏi và tích lũy kinh nghiệm quản lý du lịch tiên tiến.

*Các nhà khoa học, nghệ nhân:* Phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc hiện nay đòi hỏi phải phát huy được vai trò đặc biệt quan trọng của đội ngũ các nhà khoa học, nghệ nhân. Để phát huy được vai trò của đội ngũ các nhà khoa học, nghệ nhân đòi hỏi cần phải có sự quan tâm hơn nữa đối với đội ngũ này. Sự quan tâm này phải được thể hiện ở hệ thống chính sách toàn diện và đồng bộ, thể hiện ở nguồn lực đầu tư xây dựng đội ngũ, sự tôn vinh, khích lệ của của các cấp lãnh đạo, quản lý và toàn xã hội đối với những nỗ lực, cống hiến của họ. Có như vậy, đội ngũ các nhà khoa học, nghệ nhân sẽ có động lực sáng tạo, thông qua đó góp phần phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc hiện nay.

Để nâng cao nhận thức, tính chủ động, tích cực của văn nghệ sĩ, nghệ nhân dân gian, trước hết, cần chú trọng đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao trình độ hiểu biết của cán bộ, người làm công tác văn hóa, cán bộ quản lý văn hóa các cấp theo hướng chuyên nghiệp hóa, am hiểu thấu đáo về bản sắc văn hóa dân tộc, đặc trưng nghề nghiệp, đặc thù của lao động nghệ thuật và giá trị thẩm mỹ độc đáo của các tác phẩm văn hoá nghệ thuật.

Nâng cao nhận thức và phát huy tính tích cực và chủ động của đội ngũ các nhà khoa học, văn nghệ sĩ, nghệ nhân dân gian, cần chú trọng công tác bồi dưỡng về mặt lý tưởng, ý thức trách nhiệm phụng sự Tổ quốc, phục vụ nhân dân, bồi dưỡng tinh thần hết lòng gìn giữ, phát huy những giá trị đặc sắc của văn hóa thông qua các công trình nghiên cứu, các tác phẩm của bản thân các nhà khoa học, nghệ sĩ. Cần khuyến khích, tạo điều kiện cho đội ngũ văn nghệ sĩ để họ tự do sáng tạo nên các tác phẩm,

vừa thể hiện được bản sắc văn hoá dân tộc, vừa mang hơi thở của thời đại. Chỉ khi có những tác phẩm, những sản phẩm mang bản sắc văn hóa dân tộc đồng thời phù hợp với thời đại, mới tạo ra được sức thu hút, lôi cuốn đối với xã hội. Đối với một số ngành nghệ thuật truyền thống, cần có những chính sách nhằm tôn vinh các nghệ nhân dân gian – những người nắm giữ vốn tri thức, kinh nghiệm đặc biệt trong lĩnh vực nghệ thuật đó.

*Các tầng lớp nhân dân* là chủ thể của mọi quá trình phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội. Ý thức tự giác, sự tham gia tích cực, chủ động của đồng bào nhân dân là nhân tố quan trọng trong quá trình phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay. Thực tiễn cho thấy, những địa phương nào phát huy quyền làm chủ của nhân dân thì sẽ huy động được trí tuệ, tâm huyết, tiền của, công sức của mỗi người dân cùng với Nhà nước và địa phương triển khai và phát huy tốt sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch. Khu vực miền núi phía Bắc nước ta là nơi định cư chủ yếu của đồng bào các dân tộc thiểu số. Chủ thể của nguồn tài nguyên văn hóa đó là đồng bào các dân tộc, những tộc người đã trường tồn trong môi trường tự nhiên qua hàng bao thế kỷ, tạo nên những trầm tích văn hóa đặc sắc, góp phần tạo dựng nền văn hóa Việt Nam “tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc”. Chỉ có đồng bào các dân tộc đang sinh sống trên địa bàn khu vực miền núi phía Bắc mới có thể thấu hiểu những giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc mình và cũng chỉ có họ mới biết cách phát huy những giá trị văn hóa truyền thống vào phát triển kinh tế du lịch mà không làm tổn hại, mai một những giá trị đó. Văn hóa các dân tộc là chất liệu, là “nguyên liệu đầu vào” không thể thiếu của công nghiệp du lịch, nhưng các cộng đồng dân tộc mới là những người sáng tạo, bảo vệ, lưu truyền và không ngừng bổ sung, làm giàu thêm những giá trị của văn hóa dân tộc mình. Trong đồng bào các dân tộc thiểu số, thế hệ những người cao tuổi, những người có hiểu biết xã hội như cán bộ dân tộc thiểu số, cán bộ về hưu vẫn còn giữ được nhiệt huyết đối với việc giữ gìn, phát huy bản sắc văn hoá dân tộc. Ở bộ phận đồng bào này thể hiện khát vọng hướng đến những giá trị văn hoá dân tộc do cha ông bồi đắp và mong muốn giữ gìn, phát huy những giá trị ấy trong cuộc sống hiện tại. Nhiều nghệ nhân dân gian đã có nhiều tâm huyết và đóng góp quan trọng trong việc “giữ lửa”,

gìn giữ các giá trị văn hoá dân tộc. Nếu không coi trọng vấn đề nâng cao nhận thức và tính tích cực của nhân dân, sẽ rất khó để có thể khai thác hết những giá trị đặc sắc của văn hóa dân tộc, thậm chí có thể làm biến dạng, gây nên những tác động tiêu cực làm mai một văn hóa dân tộc. Bên cạnh đó, việc nâng cao nhận thức của đồng bào các dân tộc ở khu vực miền núi phía Bắc còn có ý nghĩa phát triển các cộng đồng (đặc biệt là các cộng đồng dân tộc thiểu số), cả về tâm lực, trí lực, tài lực, để các cộng đồng đó thực sự lớn mạnh, trên cơ sở đó mới có thể phát huy tối đa sức mạnh nội sinh của mình trong phát triển kinh tế - xã hội.

*Về nội dung và phương thức nâng cao nhận thức*, cần phải nâng cao nhận thức về sức mạnh mềm văn hoá thể hiện trên các nội dung tổng thể về văn hoá, du lịch gắn kết với bảo vệ môi trường, an ninh trật tự và an toàn xã hội... nhằm mục đích nâng cao nhận thức hướng tới phát triển du lịch bền vững bằng các phương thức cụ thể thông qua giáo dục và đào tạo, thông qua các buổi tuyên truyền, các khóa học nâng cao nhận thức về du lịch cho các chủ thể, cụ thể:

*Về du lịch*: Tổ chức các khóa bồi dưỡng về lợi ích, cách thức phát triển du lịch, tiêu chuẩn, kỹ năng và giao tiếp du lịch cho người dân; Phối hợp với các chương trình, dự án đang triển khai (xây dựng nông thôn mới, OCOP...) tuyên truyền về tạo dựng, bảo vệ cảnh quan và khai thác các giá trị của địa phương trong phát triển du lịch cộng đồng, sinh thái, ẩm thực, chăm sóc sức khoẻ,...; Nâng cao ý thức người dân, doanh nghiệp, cộng đồng trong ứng xử văn minh, thân thiện với khách du lịch và bảo vệ hình ảnh, môi trường, góp phần phát triển bền vững, không ngừng nâng cao uy tín, thương hiệu và sức thu hút của du lịch trong khu vực.

*Về văn hóa*: Triển khai các giải pháp nâng cao nhận thức về bảo tồn di sản văn hóa dân tộc ở các đại phương nhằm xây dựng nền tảng bền vững cho phát triển du lịch; Phối hợp với các đơn vị đào tạo chuyên nghiệp, tổ chức các lớp bồi dưỡng, cập nhật kiến thức về văn hóa các dân tộc, giá trị văn hóa...; Tổ chức các đợt tập huấn kiến thức, các buổi giao lưu chia sẻ về văn hóa bản địa các dân tộc nhằm củng cố, phục dựng và phát huy các truyền thống văn hóa đã bị mai một; Tổ chức các đợt giao lưu văn hóa với đồng bào cùng dân tộc ở các địa phương khác nhằm củng cố và trao đổi kiến thức.



*Về bảo vệ môi trường:* Tổ chức các khóa học bồi dưỡng kiến thức về môi trường, sinh thái và bảo vệ môi trường; Bồi dưỡng kiến thức và tổ chức các hoạt động cụ thể nhằm bảo vệ môi trường tại địa phương như: dọn vệ sinh xóm làng; cải tạo hệ thống cấp thoát nước; nâng cấp khu vệ sinh...; Bồi dưỡng kiến thức về bảo vệ rừng, bảo vệ nguồn động thực vật địa phương và chống nạn tiêu thụ tràn lan nông lâm sản.

*Về an ninh trật tự và an toàn xã hội:* Tổ chức các buổi trao đổi, chia sẻ kiến thức về tệ nạn và trật tự xã hội; đảm bảo an ninh, an toàn, phòng cháy, chữa cháy cho cộng đồng dân cư địa phương; Nâng cao ý thức pháp luật cho cộng đồng dân cư địa phương, hạn chế ảnh hưởng bởi tư tưởng thương mại hóa du lịch.

Để thực hiện các nội dung trên, việc tuyên truyền, giáo dục nhằm nâng cao nhận thức, tính tích cực và chủ động của các chủ thể cần phải được tiến hành thường xuyên, lâu dài, thông qua nhiều hình thức đa dạng và phù hợp. Trong đó, nổi lên hai hình thức chính, đó là thông qua hệ thống thông tin đại chúng và thông qua hệ thống giáo dục, mà hệ thống giáo dục nhà trường, nhà văn hóa thôn, bản, làng là nòng cốt. Phải tiến hành tuyên truyền một cách toàn diện và đồng bộ trong tất cả mọi lĩnh vực của đời sống, tiến hành rộng khắp từ gia đình đến nhà trường và xã hội để tất cả các cấp, ngành, các chủ thể nhận thức đều thấy được vai trò và trách nhiệm của mình trong việc giữ gìn, phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch. Khi các chủ thể tự nhận thức được ý nghĩa, tầm quan trọng của việc phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch thì họ sẽ có thái độ, hành vi đúng đắn để mang lại thành công trong quá trình thực hiện.

Giáo dục nhà trường là hình thức quan trọng nhằm nâng cao nhận thức, trình độ học vấn, hiểu biết xã hội cho các thế hệ trẻ đồng bào các dân tộc. Bảo đảm hoàn thành chương trình giáo dục phổ thông là một yêu cầu được đặt ra và phải đạt được nếu muốn phát triển kinh tế - xã hội ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay. Cần phải tiếp tục nghiên cứu, đổi mới nội dung, chương trình, phương pháp giáo dục phù hợp với khu vực, đặc biệt là vùng đồng bào dân tộc thiểu số. Chú trọng lồng ghép nội dung giáo dục tư tưởng, chính trị, đạo đức trong đó có giáo dục truyền thống văn hoá và lịch sử các địa phương vào chương trình chính khoá và các hoạt động ngoại khoá

của các nhà trường. Bên cạnh việc nâng cao nhận thức thông qua giáo dục nhà trường, qua điều tra và khảo sát vùng đồng bào các dân tộc khu vực miền núi phía Bắc đã cho thấy, môi trường để nuôi dưỡng và trao truyền những giá trị văn hoá dân tộc còn được thực hiện trong gia đình, thôn, bản, làng, xã. Vì thế, có thể coi những đơn vị xã hội này là “trường học” thiết thực để giáo dục về những giá trị văn hoá các dân tộc góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế du lịch và giữ gìn, phát huy bản sắc văn hoá dân tộc trong đồng bào các dân tộc thiểu số. Trong thời gian tới phải có những giải pháp để nâng cao hiệu quả của kênh giáo dục này như: Cụ thể hoá thành những nội dung, tiêu chí phù hợp trong các chương trình xây dựng nông thôn mới, gia đình văn hoá,... Trên cơ sở đó, các cơ quan chuyên môn, chính quyền địa phương có những hướng dẫn cụ thể để dễ dàng trong tổ chức thực hiện và kiểm tra giám sát góp phần định hướng tốt quá trình gắn kết giữa các nội dung của phát triển kinh tế du lịch với phát huy sức mạnh mềm của văn hoá. Trong quá trình đó, chú trọng sự tham gia của các già làng, trưởng bản, những nghệ nhân, những người tâm huyết với sự nghiệp gìn giữ, phát huy các giá trị văn hoá dân tộc. Đồng thời nâng cao nhận thức, ý thức trân trọng, tinh thần trách nhiệm của bản thân đồng bào khu vực miền núi phía Bắc trong giữ gìn, phát huy những giá trị văn hoá dân tộc trong tổ chức đời sống vật chất và tinh thần như khuyến khích gìn giữ những giá trị văn hoá vật thể và phi vật thể của dân tộc mình; quan tâm truyền dạy những giá trị văn hoá truyền thống như phong tục tập quán tốt đẹp, văn hoá văn nghệ dân gian truyền thống, v.v.. trong gia đình, cộng đồng thôn, bản, làng, xã thông qua các hình thức truyền miệng, lưu giữ, tổ chức sinh hoạt truyền thống, thậm chí xây dựng thành quy chế, hương ước quy định về việc gìn giữ những giá trị văn hoá dân tộc trong cộng đồng. Đây là một biện pháp hiệu quả về nâng cao nhận thức, hiểu biết của các chủ thể, gắn kết gia đình với nhà trường và xã hội không chỉ trong hoạt động phát triển kinh tế du lịch mà còn làm cho đời sống tinh thần của đồng bào các dân tộc có thêm sức sống mới, tạo động lực cho khu vực miền núi phát triển, hoà nhập với xu thế phát triển chung của cả nước mà vẫn lưu giữ được những nét đẹp độc đáo về văn hoá dân tộc ở các địa phương trong khu vực.

#### **4.2. ĐA DẠNG HOÁ NỘI DUNG, PHƯƠNG THỨC PHÁT HUY SỨC MẠNH MỀM VĂN HÓA TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ DU LỊCH PHÙ HỢP VỚI TIỀM NĂNG VÀ LỢI THẾ CỦA KHU VỰC MIỀN NÚI PHÍA BẮC VIỆT NAM HIỆN NAY**

*Thứ nhất*, đa dạng hoá những nội dung phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch cần phù hợp với tiềm năng và lợi thế của khu vực miền núi phía Bắc hiện nay.

Sức mạnh mềm văn hoá luôn mang tính lịch sử, chính vì vậy việc đa dạng hoá những nội dung phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch cần phù hợp với tiềm năng và lợi thế của khu vực miền núi phía Bắc hiện nay, nhất là trong bối cảnh toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế quốc tế. Đa dạng hóa các nội dung phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc hiện nay cần gắn liền với các di sản lịch sử-văn hóa đặc thù của khu vực. Những di sản lịch sử-văn hóa mà đồng bào các dân tộc đang sở hữu đều là những tài nguyên độc nhất vô nhị, những giá trị duy nhất được hình thành trong thời gian lâu dài. Đó là lý do vì sao các di sản lịch sử-văn hóa này lại có sức hút to lớn đối với những người từ các cộng đồng văn hóa khác. Cùng với xu hướng du lịch văn hóa đang ngày một phát triển trên thế giới, việc đa dạng hóa các sản phẩm du lịch di sản, dựa trên các di sản văn hóa để xây dựng các tour du lịch tìm hiểu, khám phá về các di sản lịch sử-văn hóa của khu vực sẽ là phương thức quan trọng để mang hình ảnh các di sản văn hóa quý báu của đồng bào các dân tộc tiếp cận với các địa phương khác trong nước và cộng đồng quốc tế.

*Thứ hai*, liên kết, hợp tác giữa các địa phương là một nội dung quan trọng nhằm phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch của khu vực. Các địa phương trao đổi và chia sẻ kinh nghiệm, tạo cơ hội cùng xây dựng và khai thác chung tài nguyên, nguồn lực văn hóa để tạo nên các tuyến du lịch khác biệt, dựa trên cơ sở khai thác các điểm nổi bật và độc đáo về văn hóa của từng địa phương. Đây là một yếu tố đặc biệt quan trọng trong việc phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc. Việc liên kết giữa các điểm đến, các địa phương trong khu vực sẽ tạo ra được những tour, tuyến du lịch độc đáo trên cơ sở khai thác những

điểm đến nổi bật và độc đáo, khác biệt của từng địa phương. Bên cạnh việc liên kết nội vùng, các tỉnh khu vực miền núi phía Bắc còn cần phải liên kết với những địa phương trọng điểm du lịch như Hà Nội, Quảng Ninh, Thành phố Hồ Chí Minh và liên kết phát triển du lịch qua biên giới thu hút khách du lịch từ Trung Quốc, Lào, nhất là các địa phương có cửa khẩu quốc tế là Lào Cai, Lai Châu, Điện Biên.

Với những đặc điểm tương đồng về vị trí, văn hoá, trình độ phát triển, nếu muốn phát huy tối đa sức mạnh mềm trong phát triển kinh tế du lịch, từ góc độ cơ chế, chính sách, chính quyền địa phương ở khu vực miền núi phía Bắc cần có các chính sách nhằm thúc đẩy sự hợp tác liên tỉnh với các chủ đề, nội dung cụ thể và thiết thực. Một trong các hạn chế của việc phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch, đặc biệt là du lịch cộng đồng ở các địa phương khu vực miền núi phía Bắc trong thời gian qua là sự trùng lặp sản phẩm du lịch giữa các địa phương. Để khắc phục nội dung này, cần thiết có sự hợp tác giữa các cơ quan quản lý, lãnh đạo ở các địa phương để xây dựng một chiến lược phát triển chung, trên quan điểm chung đó mỗi địa phương trong khu vực miền núi phía Bắc phải phát huy điểm mạnh riêng về văn hóa nhằm tạo ra những sản phẩm du lịch văn hóa trong chuỗi các sản phẩm du lịch của toàn vùng. Nội dung chiến lược cần xác định rõ các không gian phát triển các sản phẩm du lịch văn hóa phù hợp với lợi thế tài nguyên và đặc điểm văn hoá của từng địa phương (Hoà Bình ưu tiên các sản phẩm du lịch gắn với đặc trưng văn hoá Mường; Sơn La và Điện Biên phát triển ưu tiên các sản phẩm du lịch gắn với đặc trưng văn hoá người Thái; Lào Cai ưu tiên phát triển các sản phẩm du lịch gắn với trải nghiệm văn hoá đặc thù của người Mông,...); cần có những định hướng về khai thác các giá trị văn hoá của những dân tộc trên toàn vùng và từng khu vực để tránh trùng lặp về sản phẩm du lịch. Các chiến lược, chính sách cũng cần đề xuất các công cụ để giám sát việc thực hiện, đề xuất kế hoạch cụ thể theo từng giai đoạn và các nội dung công việc cụ thể cho từng địa phương.

Để tạo tính bền vững trong liên kết, hợp tác, cần thường xuyên điều tra, nghiên cứu thị trường, nhu cầu và thị hiếu của khách du lịch; xây dựng cơ sở dữ liệu thị trường khách du lịch; Tăng cường hợp tác với các tổ chức nghiên cứu chuyên sâu về phát triển du lịch như các Viện nghiên cứu, trường đại học, các tổ chức phi chính phủ

trong và ngoài nước để có thể hỗ trợ cho các địa phương xây dựng các đề án phát triển du lịch, triển khai các đề án, các dự án cụ thể; Xây dựng cơ chế liên kết giữa các điểm du lịch trong khu vực từ việc hỗ trợ xúc tiến quảng bá đến việc tạo ra chuỗi sản phẩm, dịch vụ liên hoàn; Liên kết với các ngành ở Trung ương và các địa phương tổ chức các sự kiện mang tính đặc trưng, hấp dẫn, có sức quảng bá, lan tỏa; Thúc đẩy quan hệ hợp tác công - tư và các mô hình quản trị tích hợp các khu vực công và tư nhân, doanh nhân và cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch bền vững; thiết lập các điều kiện tạo môi trường kinh doanh thuận lợi, kích thích đổi mới, khởi nghiệp sáng tạo, phát triển lực lượng doanh nghiệp, hình thành nhiều doanh nghiệp du lịch có thương hiệu mạnh; hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ, các hộ kinh doanh du lịch tiếp thu công nghệ mới, kỹ năng số và tiếp cận tài chính.

Để thúc đẩy, nâng cao chất lượng liên kết, hợp tác cần chú trọng các yếu tố đang là điểm nghẽn trong phát triển kinh tế của các tỉnh miền núi phía Bắc, trong đó đặc biệt là kết cấu hạ tầng, chất lượng nguồn nhân lực, v.v.. Tiếp tục nâng cao, hoàn thiện hệ thống kết cấu hạ tầng để tạo điều kiện thuận lợi thực hiện các dự án liên kết, hợp tác giữa các tỉnh trong vùng, với các vùng khác trong nước và giữa nước ta với các nước bạn. Chú trọng tăng tính chuyên nghiệp và tăng cường công tác bảo vệ, giữ gìn phát huy những giá trị văn hóa truyền thống trong các hoạt động hợp tác và phát triển kinh tế du lịch dựa trên cơ sở khai thác, giữ gìn, phát huy bản sắc văn hóa các dân tộc. Phát triển theo hướng ngày càng có tính chuyên nghiệp sẽ góp phần khắc phục tình trạng hoạt động mang tính thời vụ, tự phát, đa dạng hóa được các sản phẩm du lịch, qua đó từng bước nâng cao hình ảnh du lịch của từng địa phương và của toàn vùng miền núi phía Bắc.

Trong quá trình đẩy mạnh việc giao lưu hợp tác để phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc, cần phải tăng cường cảnh giác đấu tranh chống lại những hoạt động chống phá của các thế lực phản động, chống lại sự xâm nhập của các sản phẩm văn hóa có tính chất tuyên truyền sự chia rẽ đoàn kết dân tộc, xuyên tạc lịch sử, v.v.. Quan tâm đến việc bảo đảm mối quan hệ giữa phát triển kinh tế với củng cố khối đại đoàn kết toàn dân, tăng cường bảo vệ an ninh quốc phòng, bảo vệ vững chắc vùng biên cương phía Bắc của Tổ quốc.

**Thứ ba**, có các chính sách thúc đẩy công tác quảng bá văn hoá nhằm thúc đẩy phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch. Trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp lần thứ tư với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin, các chính sách thúc đẩy quảng bá phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch cần ưu tiên tập trung vào việc đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong quảng bá, xúc tiến du lịch; thường xuyên cập nhật, đăng tải thông tin về văn hoá, du lịch trên các trang mạng xã hội như: Facebook, Youtube, Twiter, Zalo, Fanpage và các trang thông tin điện tử (website) riêng về du lịch...; Triển khai hệ thống phần mềm như cổng thông tin du lịch và ứng dụng du lịch thông minh trên điện thoại di động Smartphone bằng song ngữ Việt – Anh để giới thiệu về văn hoá, con người, danh lam thắng cảnh, các điểm, dịch vụ du lịch tại các địa phương trong khu vực; Xây dựng các phóng sự, clips, phim quảng bá du lịch; Tổ chức Tuần Du lịch - Văn hoá đặc trưng ở các địa phương, đưa lễ hội thành hoạt động thường niên và từng bước xây dựng thành thương hiệu du lịch đặc trưng của các tỉnh tại khu vực; Khuyến khích các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch, lưu trú, lữ hành; tăng cường chương trình kích cầu du lịch vào các dịp lễ, tết, các chương trình sự kiện được tổ chức tại tỉnh... Qua đó phát huy vai trò của doanh nghiệp du lịch trong quảng bá xúc tiến hình ảnh, sản phẩm của doanh nghiệp, đồng thời giới thiệu, quảng bá điểm đến ở các địa phương với khách du lịch; Xây dựng chiến lược, kế hoạch xúc tiến - quảng bá điểm đến du lịch ở các địa phương với tâm điểm là du lịch kết hợp với các dịch vụ địa phương có thể cung ứng như di chuyển, lưu trú, ăn uống... trong từng giai đoạn và hàng năm để kêu gọi xúc tiến đầu tư; Xây dựng bộ nhận diện thương hiệu du lịch đặc trưng ở các địa phương nhằm quảng bá, tạo ra dấu ấn, đặc trưng về hình ảnh sản phẩm du lịch (logo, slogan); Tổ chức thường niên các cuộc thi thiết kế sản phẩm hàng lưu niệm và quà tặng du lịch để lựa chọn, bổ sung vào hệ thống mặt hàng quà lưu niệm du lịch; Xây dựng cơ chế khuyến khích các tổ chức, cá nhân đầu tư xây dựng hệ thống quầy hàng trưng bày và bán sản phẩm hàng lưu niệm, quà tặng du lịch của địa phương; Tiếp tục tăng cường công tác xúc tiến quảng bá ở nước ngoài bằng nhiều hình thức như: Thông qua các chương trình hợp tác đối ngoại của các tỉnh, thông qua các đoàn khách quốc tế thăm, làm việc tại các tỉnh và xuất bản các tờ rơi, tờ gấp giới thiệu về văn hóa,

du lịch bằng song ngữ Việt – Anh, tham gia các hoạt động trong Chương trình những ngày văn hóa Việt Nam tại nước ngoài (Hàn Quốc, Liên Bang Nga, Nhật Bản...) do Bộ Ngoại giao phối hợp Bộ Văn hóa thể thao và Du lịch tổ chức, tham gia các hội chợ có yếu tố nước ngoài, trưng bày các gian hàng giới thiệu, quảng bá các ấn phẩm, bản đồ du lịch, sách hướng dẫn du lịch về vùng đất, con người ở các địa phương.

**Thứ tư**, tăng cường phát triển các ngành công nghiệp văn hóa nhằm phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc.

Khi xã hội ngày càng phát triển, thu nhập của con người ngày càng tăng cao, thì tiêu dùng xã hội càng phát triển theo hướng các loại hình hưởng thụ, vì vậy nhu cầu tiêu dùng văn hóa của con người cũng ngày càng tăng cao. Tiêu dùng văn hóa khác với tiêu dùng hàng hóa thông thường; con người thưởng thức phim ảnh, tuồng kịch, ca múa, phim hoạt hình, âm nhạc hoặc chơi game sẽ dần chịu ảnh hưởng của nội hàm tư tưởng mà chúng đã biểu đạt. Theo ý nghĩa này, việc sản xuất và tiêu thụ các sản phẩm văn hóa không chỉ mang lại nguồn lợi to lớn về mặt kinh tế mà nó còn đại diện cho một loại sức mạnh mềm văn hóa, một loại sức kêu gọi, sức hấp dẫn và sức chinh phục lòng người. Trong điều kiện kinh tế thị trường và toàn cầu hóa, phải thông qua phát triển công nghiệp văn hóa để xây dựng sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch. Các địa phương khu vực miền núi phía Bắc cần khuyến khích các đơn vị tư nhân cả trong nước và nước ngoài tăng cường đầu tư vào các hoạt động sáng tạo văn hóa, sản xuất các sản phẩm và dịch vụ văn hóa để phát triển mạng lưới doanh nghiệp, đặc biệt là những tập đoàn về công nghiệp văn hóa ở các lĩnh vực truyền thông, điện ảnh, phát thanh và truyền hình, phần mềm và các trò chơi trực tuyến. Đồng thời, khuyến khích họ có kế hoạch hàng năm giới thiệu các sản phẩm văn hóa có chất lượng ở trong nước và nước ngoài.

**Thứ năm**, chú trọng đến đẩy mạnh công tác sưu tầm, nghiên cứu phổ biến các giá trị văn hóa đậm đà bản sắc văn hóa dân tộc, đẩy mạnh ứng dụng các thành tựu khoa học và công nghệ trong công tác bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa truyền thống các dân tộc.

Việc đẩy mạnh công tác sưu tầm, nghiên cứu khoa học không chỉ cung cấp những luận cứ khoa học cho công tác dự báo, xây dựng quy hoạch phát triển kinh tế

- xã hội mà còn có ý nghĩa trong đề xuất những giải pháp thiết thực, giải quyết nhiều vấn đề của cuộc sống đang đặt ra, trong đó có vấn đề phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc. Xét ở góc độ phát triển kinh tế thì cần phải thực hiện nghiên cứu một cách nghiêm túc những lợi thế tiềm năng sức mạnh mềm văn hoá và đề xuất giải pháp hữu hiệu để phát triển kinh tế du lịch vùng đồng bào các dân tộc thiểu số hiện nay. Ở vùng đồng bào thiểu số đang rất cần có sự tham gia của các nhà khoa học, để trên cơ sở các nghiên cứu đó, quá trình đầu tư cơ sở vật chất – kỹ thuật có được căn cứ luận cần thiết nhằm bảo tồn, phát huy các giá trị sức mạnh mềm văn hoá và tìm ra con đường phát triển kinh tế du lịch phù hợp với đặc trưng của khu vực.

Xét ở góc độ bảo tồn, trong phát huy sức mạnh mềm văn hóa các dân tộc trong phát triển kinh tế du lịch thì đẩy mạnh việc sưu tầm, nghiên cứu các giá trị sức mạnh mềm văn hóa là để thấy được hết cái hay, cái giá trị của nó và phải có giải pháp đầu tư cơ sở vật chất – kỹ thuật nhằm giữ gìn, phát huy hiệu quả trong phát triển kinh tế du lịch. Từ thực tế đã cho thấy, nếu chỉ dựa trên những hiểu biết chưa đầy đủ, thiếu thấu đáo, sẽ không thể thấy hết được cái hay cái giá trị trong bản sắc văn hóa của các dân tộc, dẫn đến thái độ coi thường, thờ ơ hoặc giữ gìn một cách hình thức, hời hợt, thậm chí tạo nên những sản phẩm không chất lượng, không có sức thu hút, không ra truyền thống cũng không ra hiện tại, phản ánh không đúng bản sắc văn hóa của các dân tộc. Trên cơ sở đó, những giá trị văn hóa của các dân tộc không những không được giữ gìn mà còn không phát huy được trong quá trình phát triển kinh tế du lịch.

Quá trình phát triển kinh tế nông nghiệp, nông thôn theo hướng công nghiệp hoá, hiện đại hoá ở miền núi phía Bắc phải gắn với bảo tồn, phát huy sức mạnh mềm văn hoá, đặc biệt về chú ý đến giữ gìn nghề truyền thống, sản phẩm nông nghiệp địa phương, sinh hoạt cộng đồng ở nông thôn. Hiện nay nhiều giống cây trồng, vật nuôi bản địa, nhiều nghề và sản phẩm truyền thống, sinh vật truyền thống vùng đồng bào các dân tộc đang có nguy cơ bị thoái hóa, mất dần. Do đó, cần có các biện pháp nghiên cứu để đầu tư cơ sở vật chất – kỹ thuật nhằm bảo vệ, phát triển các loại cây trồng, vật nuôi đặc sản quý, những giá trị vật chất và tinh thần đậm đà bản sắc văn hóa các dân tộc thiểu số ở khu vực nông thôn. Sản xuất hàng hóa và các sản phẩm truyền thống



cần gắn với công nghệ chế biến, gắn bó quyết truyền thống với công nghệ hiện đại để nâng cao giá trị sản phẩm và có sức cạnh tranh trên thị trường dựa vào tính độc đáo của sản phẩm, ứng dụng những thành tựu khoa học công nghệ tiên tiến và biết cách quảng bá thương mại chuyên nghiệp, hiện đại. Đó cũng chính là bảo vệ nguồn tiềm năng và thế mạnh để phát triển du lịch của vùng miền núi phía Bắc.

Bản sắc văn hóa các dân tộc thiểu số miền núi phía Bắc rất đa dạng phong phú với nhiều giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể đặc biệt, có ý nghĩa quan trọng trong đời sống vật chất và tinh thần của đồng bào các dân tộc và đã góp phần làm giàu kho tàng văn hóa Việt Nam, để giữ gìn và phát huy những giá trị đó cần đầu tư thích đáng cho công tác nghiên cứu khoa học một cách toàn diện, thấu đáo và kịp thời. Tiếp tục đổi mới cơ chế chính sách theo hướng tăng tính tự chủ trong nghiên cứu khoa học để các nhà khoa học có điều kiện làm việc tốt hơn nâng cao chất lượng nghiên cứu. Có chính sách ưu tiên phù hợp để khuyến khích động viên cán bộ có năng lực và tâm huyết, cộng tác viên là những nghệ nhân người dân tộc am hiểu văn hóa dân tộc mình tham gia công tác nghiên cứu khoa học. Thông qua đầu tư cho công tác nghiên cứu khoa học sẽ thúc đẩy việc sưu tầm, thống kê, phục dựng, phân tích, đánh giá một cách toàn diện về bức tranh tổng thể các giá trị văn hóa đậm đà bản sắc của các dân tộc thiểu số, và chỉ trên cơ sở đó những giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể được bảo tồn, giữ gìn và phát huy một cách vững chắc. Công tác nghiên cứu khoa học còn đẩy mạnh việc dịch thuật kho tàng văn học nghệ thuật của các dân tộc thiểu số sang tiếng phổ thông và ngược lại, từ tiếng phổ thông sang tiếng dân tộc, góp phần đẩy mạnh việc tuyên truyền những giá trị văn hóa của các dân tộc nói chung và các dân tộc thiểu số nói riêng. Đây là biện pháp tích cực nhằm bảo tồn văn hóa các dân tộc thiểu số.

#### **4.3. TĂNG CƯỜNG CÁC NGUỒN LỰC, BẢO ĐẢM CÁC ĐIỀU KIỆN NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ PHÁT HUY SỨC MẠNH MỀM VĂN HÓA TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ DU LỊCH Ở KHU VỰC MIỀN NÚI PHÍA BẮC VIỆT NAM HIỆN NAY**

**4.3.1. Đầu tư cơ sở vật chất – kỹ thuật góp phần phát huy sức mạnh mềm văn hóa của đồng bào các dân tộc trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay**

Những giá trị sức mạnh mềm văn hoá mà đồng bào các dân tộc đang sở hữu hôm nay chính là kết tinh trí tuệ, mồ hôi và cả xương máu của lớp lớp cha ông, phản ánh chiều sâu tâm hồn của dân tộc, tạo nên bản sắc văn hóa, hồn cốt của dân tộc trong hành trình hội nhập quốc tế. Tuy nhiên, do sự tác động của cả nhân tố khách quan và chủ quan, những giá trị sức mạnh mềm văn hoá đang có hiện tượng bị mai một, thậm chí biến mất trong sinh hoạt cộng đồng. Chính vì vậy, đầu tư cơ sở vật chất – kỹ thuật cho bảo tồn phát huy các giá trị sức mạnh mềm văn hóa của đồng bào các dân tộc khu vực miền núi phía Bắc là rất cần thiết, có ý nghĩa quan trọng trong phát triển kinh tế du lịch và cũng là mục tiêu rất lớn đòi hỏi phải giải quyết nhiều vấn đề trong thời gian dài và cần có sự đầu tư lớn về nhân lực và vật lực. Bảo tồn và phát huy tốt hệ thống giá trị sức mạnh mềm văn hoá sẽ hướng tới mục tiêu kép: vừa làm gia tăng sức sống cho các giá trị văn hóa dân tộc, vừa góp phần quảng bá hình ảnh địa phương, khu vực vùng miền, quốc gia. Tăng cường đầu tư cơ sở vật chất – kỹ thuật cho bảo tồn, phát huy sức mạnh mềm văn hóa của đồng bào các dân tộc khu vực miền núi phía Bắc cần được xem xét một cách toàn diện: tăng về số lượng, quy mô, chất lượng, hiệu quả; đa dạng loại hình nguồn lực về vốn, lao động, kỹ thuật, công nghệ, năng lực tổ chức quản lý, tâm huyết, trí tuệ, v.v...; huy động từ nhiều nguồn lực ngân sách Nhà nước, doanh nghiệp, đóng góp của nhân dân, nguồn viện trợ của các cá nhân, tổ chức trong nước, quốc tế và các nguồn vốn tổng hợp khác; huy động sự tham gia của nhiều lực lượng xã hội: các nhà quản lý, các nhà văn hoá, các nhà kinh tế, các nhà khoa học, các doanh nghiệp, các tầng lớp nhân dân trong và ngoài nước.

*Trước hết, trong đầu tư cơ sở vật chất – kỹ thuật bảo tồn phát huy sức mạnh mềm văn hoá của đồng bào các dân tộc trong phát triển kinh tế du lịch phải chú trọng phát huy và nâng cao hiệu quả nguồn lực đầu tư của Nhà nước.*

Nguồn lực đầu tư cho bảo tồn phát huy các giá trị sức mạnh mềm văn hóa của đồng bào các dân tộc khu vực miền núi phía Bắc trước hết phải khẳng định chủ yếu là từ nguồn lực của Nhà nước. Đây là một nguồn lực quan trọng, cốt yếu do chính sách ưu tiên đầu tư cho khu vực miền núi, dân tộc thiểu số của Đảng và Nhà nước ta. Điều này được thể hiện rõ trong quá trình thực hiện các chương trình mục tiêu quốc gia vừa qua ở vùng đồng bào các dân tộc thiểu số: Dựa vào nguồn lực nhà nước là

56,9%, huy động các nguồn lực khác chiếm tỷ trọng khá thấp: do các tỉnh còn nghèo nên khả năng huy động ngân sách địa phương chỉ chiếm 9,6 %; vốn vay, vốn viện trợ chiếm 12,4 %; vốn tín dụng ưu đãi chiếm 6,8 % và các nguồn lực khác chiếm 14,2 % [35]. Tuy nhiên, từ thực tế sử dụng nguồn lực Nhà nước vừa qua ở các tỉnh miền núi phía Bắc cũng đã cho thấy, để phát huy hiệu quả, trước mắt cần khắc phục tình trạng nguồn lực bị phân tán do nguồn lực đầu tư được phân bổ theo chương trình, dự án do nhiều ngành quản lý; tiếp tục nâng cao hiệu quả nguồn lực đầu tư của Nhà nước có tính trọng tâm, trọng điểm, đủ mạnh giải quyết những nhiệm vụ ưu tiên; tăng cường mối liên kết giữa các cấp, các ngành, các địa phương trong quá trình triển khai nguồn lực đầu tư, thông qua đó góp phần thúc đẩy mạnh đa dạng hoá, xã hội hoá các nguồn lực từ nhiều lực lượng thuộc nhiều lĩnh vực tham gia, dẫn đến sự tác động toàn diện, nhiều chiều đến quá trình phát triển ở vùng đồng bào dân tộc thiểu số. Bên cạnh đó, cần tăng cường vai trò của chính quyền các cấp ở địa phương trong việc quản lý, sử dụng nguồn đầu tư Nhà nước, quan tâm bố trí nguồn ngân sách địa phương cho các nhiệm vụ bảo tồn phát huy các giá trị sức mạnh mềm văn hoá trong sự hài hoà với phát triển kinh tế - xã hội; tăng cường vai trò giám sát của nhân dân thông qua vai trò của các tổ chức đoàn thể.

**Thứ hai**, cùng với nguồn lực đầu tư nhà nước, các tỉnh miền núi phía Bắc cũng cần *tăng cường các nguồn lực đầu tư ngoài nhà nước*. Trong thời gian qua, do những khó khăn như: điều kiện tự nhiên, lao động, trình độ phát triển, dịch bệnh, v.v.. nên việc thu hút đầu tư thông qua đa dạng hoá, xã hội hoá của các tỉnh miền núi phía Bắc rất khó khăn. Trong thời gian tới, để thúc đẩy hoạt động này cần có những biện pháp mạnh mẽ, sáng tạo thông qua cơ chế, chính sách phù hợp để thu hút các tổ chức, cá nhân trên địa bàn tham gia, thúc đẩy sản xuất kinh doanh. Có cơ chế, chính sách tạo môi trường thuận lợi cho việc đa dạng hoá, xã hội hoá các nguồn lực trong và ngoài địa phương thông qua việc đẩy mạnh cải cách hành chính, có những chính sách ưu tiên, hỗ trợ, động viên, khuyến khích đầu tư cho vùng đồng bào các dân tộc miền núi phía Bắc. Đẩy mạnh công tác tuyên truyền về công tác xã hội hoá không chỉ trong phát triển kinh tế du lịch và cả xã hội hoá trong bảo tồn phát huy các giá trị sức mạnh mềm văn hoá để đa dạng hoá, xã hội hoá các nguồn lực cho phát triển kinh tế du lịch,

giữ gìn, phát huy các giá trị sức mạnh mềm văn hoá của đồng bào các dân tộc nhằm thực hiện định hướng vừa đảm bảo phát triển kinh tế du lịch vừa đảm bảo hiệu quả giữ gìn, phát huy các giá trị sức mạnh mềm văn hoá. Có chính sách khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư lĩnh vực sản xuất, kinh doanh, đầu tư cơ sở vật chất liên quan đến giữ gìn, phát huy những làng nghề, sản phẩm truyền thống, giữ gìn phát huy những giá trị văn hoá vật thể và phi vật thể đậm đà bản sắc của các dân tộc. Tạo môi trường thuận lợi để đa dạng hoá, nhân rộng các mô hình giữ gìn, phát huy bản sắc văn hoá các dân tộc, đặc biệt là dân tộc thiểu số trong đời sống xã hội, như: Xây dựng bảo tàng văn hoá dân tộc thiểu số tư nhân, xây dựng các làng bản văn hoá cộng đồng, thành lập các đội văn nghệ, câu lạc bộ quần chúng dân gian, các hội thi, hội diễn, v.v..

Nguồn lực trong đồng bào các dân tộc ở các địa phương khu vực miền núi phía Bắc cũng là một nguồn lực quan trọng trong quá trình đầu tư cơ sở vật chất – kỹ thuật nhằm bảo tồn phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch. Tuy nhiên, trong thời gian qua, nguồn lực này chưa được phát huy tốt do cơ chế, chính sách của Nhà nước nhiều khi còn mang tính nghĩ thay, làm thay đồng bào các dân tộc, tạo môi trường hình thành tư tưởng thụ động, ỷ lại, trông chờ vào Nhà nước, vào sự bao cấp, “hỗ trợ” của Nhà nước. Vì vậy, trong thời gian tới cần tuyên truyền sâu rộng trong đồng bào các dân tộc khu vực miền núi phía Bắc thực hiện phương châm “Nhà nước và nhân dân cùng làm” trong phát triển kinh tế du lịch và xây dựng đời sống văn hoá, nông thôn mới; tôn trọng quyền quyết định và tạo mọi điều kiện để đồng bào các dân tộc được tham gia vào quá trình xây dựng chính sách, tổ chức, thực hiện và giám sát hiệu quả phát triển kinh tế - xã hội ở địa phương; có cơ chế, chính sách phù hợp để khơi dậy, phát huy nguồn lực của đồng bào các dân tộc như: lao động, kỹ thuật làm nghề truyền thống, hiểu biết tri thức văn hoá dân gian, v.v.. cùng với chính sách về chuyên gia khoa học kỹ thuật, hỗ trợ vốn, trợ giống, trợ cước vật tư nông nghiệp, v.v.. nhằm giúp đồng bào phát triển kinh tế và đẩy mạnh việc giữ gìn, phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch.

Như vậy, thông qua quá trình đẩy mạnh đa dạng hoá, xã hội hoá đầu tư sẽ giúp các tỉnh miền núi phía Bắc tháo gỡ những khó khăn về nguồn lực trong quá trình phát triển. Trên cơ sở phát huy được sức mạnh tổng hợp trong phát triển kinh tế và phát

triển văn hoá thì đời sống của đồng bào các dân tộc ở miền núi phía Bắc nhất là ở vùng nông thôn, vùng khó khăn mới được nâng cao và thu hẹp dần khoảng cách hưởng thụ văn hóa giữa các vùng, các nhóm xã hội, giữa đô thị và nông thôn. Tuy nhiên, trong quá trình đó cần phân tích những lĩnh vực tham gia của các chủ thể, nhất là vào lĩnh vực văn hóa, để đảm bảo về mặt quản lý Nhà nước như: Nhà nước giữ vai trò chủ yếu trong đầu tư và những công trình công cộng, dịch vụ công, các lĩnh vực nhạy cảm liên quan đến chủ quyền, an ninh quốc gia, chính trị tư tưởng, v.v.. Nhà nước kết hợp với xã hội hóa trong đầu tư xây dựng thiết chế văn hóa xã, thôn, bản (nhà văn hóa, trang thiết bị âm thanh, các sản phẩm văn hóa thông tin); khuyến khích đẩy mạnh xã hội hóa trong xây dựng các quỹ phát triển văn hóa vùng cao, quỹ bảo tồn các di sản văn hóa dân tộc, xây dựng các bảo tàng văn hóa dân tộc tư nhân, v.v.. Trên cơ sở đó vừa tạo điều kiện phát huy các nguồn lực của xã hội đồng thời bảo đảm sự định hướng đúng đắn trong quá trình phát huy vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc, không chỉ về mặt kinh tế, văn hóa mà cả về mặt chính trị, an ninh quốc phòng.

**Thứ ba**, đầu tư cơ sở vật chất – kỹ thuật xây dựng các thiết chế văn hóa cộng đồng, tu bổ nhà sinh hoạt cộng đồng, phục dựng các làng nghề truyền thống đặc sắc, bảo tồn các loại hình văn hóa nghệ thuật dân gian gắn với phát triển mô hình du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái – văn hóa.

“Văn hoá là nền tảng tinh thần của xã hội, vừa là động lực, vừa là mục tiêu phát triển kinh tế xã hội”. Vì vậy, việc xây dựng một “nền văn hoá Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc” là một nhiệm vụ trọng tâm và xuyên suốt trong quá trình phát triển đi lên Chủ nghĩa xã hội. Trong đó, các thiết chế văn hoá đóng một vai trò quan trọng, là cầu nối trực tiếp giữa Đảng bộ và Chính quyền các cấp với quần chúng nhân dân, là nơi truyền tải những thông tin về chủ trương, đường lối của Đảng và chính sách pháp luật Nhà nước đến với người dân.

Các thiết chế văn hoá cộng đồng (Nhà văn hoá, trung tâm văn hoá, nhà thiếu nhi, nhà văn hoá lao động), có vai trò nòng cốt trong xây dựng đời sống văn hóa cơ sở; có vai trò quan trọng trong công tác tuyên truyền chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước và tổ chức các hoạt động văn hóa, văn nghệ, thể

dục, thể thao, góp phần xây dựng đời sống văn hóa và giữ gìn, phát huy bản sắc văn hóa dân tộc; góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của địa phương, nâng cao chất lượng cuộc sống cho Nhân dân và tăng cường khối đại đoàn kết toàn dân.

Đầu tư xây dựng thiết chế văn hóa, các công trình phúc lợi công cộng, khu du lịch, vui chơi giải trí, quảng trường, công viên, thư viện, bảo tàng và nhà văn hóa tổ, bản ở các địa phương là bước cụ thể hóa thực hiện một cách tốt nhất, có hiệu quả nhất các chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước về phát triển văn hóa xã hội, coi trọng giữ gìn và phát huy giá trị văn hóa tốt đẹp của nhân dân các dân tộc trong quá trình phát triển và hội nhập quốc tế. Bên cạnh đó, các địa bàn biên giới vùng sâu miền núi là địa bàn mà các thế lực thù địch luôn lợi dụng để tuyên truyền những âm mưu phản động gây chia rẽ, mất đoàn kết dân tộc, xuyên tạc, chống phá chế độ, gây hoang mang trong dư luận, mất ổn định về chính trị, xã hội, an ninh, quốc phòng. Chính vì vậy, công tác đầu tư xây dựng thiết chế văn hóa, các công trình phúc lợi công cộng, khu du lịch, vui chơi giải trí, quảng trường, công viên, thư viện, bảo tàng và nhà văn hóa tổ, bản ở khu vực miền núi phía Bắc được đặt ra một cách cấp thiết và cấp bách đòi hỏi những sự đầu tư lớn và đồng bộ.

Xây dựng thiết chế văn hoá, khu du lịch, khu vui chơi giải trí... là một nội dung quan trọng trong việc nâng cao mức hưởng thụ văn hoá, tinh thần của nhân dân, góp phần phát triển kinh tế – xã hội trên địa bàn. Nhưng vấn đề này phải được nghiên cứu, tìm tòi xây dựng các mô hình phù hợp với đặc điểm tự nhiên – xã hội của vùng. Miền núi phía Bắc được coi là khu vực “trũng nghèo” của cả nước, đời sống nhân dân các dân tộc còn gặp nhiều khó khăn nên phải làm thế nào để cho các thiết chế văn hoá, các thiết chế khác... hoạt động có hiệu quả. Do đó, đầu tư cơ sở vật chất – kỹ thuật để xây dựng mô hình thiết chế văn hoá, thiết chế khác đòi hỏi phải nắm vững nhu cầu văn hoá, tinh thần của người dân và đặc điểm kinh tế – xã hội của địa bàn.

Ở khu vực các tỉnh miền núi phía Bắc, nhu cầu văn hoá của người dân có đặc điểm riêng. Tuy đang trong quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế nhưng vẫn mang tính chất thuần nông, sản xuất trên nương rẫy là chủ yếu. Do đó, thời gian nhàn rỗi tính theo mùa vụ, mỗi năm, người dân có gần 3 tháng nông nhàn. Do đó, hoạt động các thiết chế văn hoá cộng đồng ở nông thôn miền núi, vùng sâu, vùng xa cần dựa vào

đặc điểm mùa vụ của xã hội nông nghiệp. Nếu công tác xây dựng đời sống văn hoá cơ sở làm không tốt, sẽ dẫn đến tình trạng các thiết chế văn hoá cấp xã hoạt động không hiệu quả. Mỗi làng, mỗi bản lại có phong tục và cách thức hưởng thụ văn hoá khác nhau. Vì vậy, xây dựng thiết chế văn hoá phải mang tính hiệu quả, thu hút được đông đảo tầng lớp nhân dân tham gia hoạt động.

Nhằm phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch, thời gian qua, các địa phương khu vực miền núi phía Bắc đã tập trung khôi phục, phát triển các nghề và làng nghề truyền thống, kết hợp và gắn phát triển du lịch với bảo tồn, phát huy giá trị các nghề và làng nghề. Từng địa phương cũng rất quan tâm tuyên truyền nhằm khôi phục lại các nghề và làng nghề truyền thống có nguy cơ bị mai một. Với sự quan tâm chỉ đạo của chính quyền các cấp và sự quyết tâm của người dân, các nghề và làng nghề được mở rộng, tạo ra hàng loạt sản phẩm đa dạng về mẫu mã và có chất lượng tốt, đáp ứng nhu cầu sử dụng của người dân và làm quà lưu niệm cho du khách trong và ngoài nước. Các nghề truyền thống tiêu biểu có thể kể đến như dệt vải, đan lát, làm giấy bản, chạm bạc, rèn đúc, làm khèn,... Trong bối cảnh đương đại, tuy chịu cạnh tranh khốc liệt với ngành công nghiệp sản xuất hàng tiêu dùng nhưng một số nghề, làng nghề thủ công vẫn khẳng định được những giá trị văn hóa độc đáo, góp phần tích cực vào phát triển kinh tế - xã hội của các địa phương khu vực miền núi phía Bắc. Trong phục dựng các làng nghề truyền thống hiện nay, cần chú ý quy hoạch các nghề, làng nghề có tiềm năng phục vụ du lịch và cần bảo đảm các quy hoạch này được định hướng kết nối, tạo chuỗi thích hợp theo hướng kết hợp với du lịch làng nghề, du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng. Thay vì hỗ trợ lãi suất tiền vay, các địa phương cần ưu tiên hơn cơ chế hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực, cải tiến công nghệ, quảng bá sản phẩm đối với các cơ sở sản xuất sản phẩm thủ công truyền thống phục vụ du lịch. Cụ thể là hỗ trợ các nghề, làng nghề cải thiện chất lượng, mẫu mã (tiện dụng, thời trang) để trưng bày và bán tại các làng nghề, các hội chợ, các khu du lịch trên địa bàn trong và ngoài tỉnh; hướng dẫn cộng đồng xây dựng quy chế mặc trang phục truyền thống khi tiếp khách, tổ chức trình diễn quy trình sản xuất các sản phẩm thủ công một cách chuyên nghiệp không chỉ ở mô hình du lịch làng nghề mà còn ở mô hình làng văn hoá du lịch cộng đồng; quan tâm hơn tới việc sử dụng, hoạt

động giới thiệu và trưng bày các sản phẩm thủ công truyền thống tại các nhà văn hóa cộng đồng truyền thống và các homestay, nhằm tạo ra những hiệu ứng tích cực trong việc trải nghiệm các giá trị văn hóa cũng như quảng bá sản phẩm và bán sản phẩm.

Mặc dù có vị trí, vai trò quan trọng trong phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay, song các loại hình văn hóa dân gian vẫn đang gặp nhiều khó khăn, thách thức và đối mặt với nguy cơ bị mai một. Ẩn sau những bài hát, điệu múa, câu truyện kể, câu đối, bài vè, ca dao... của các dân tộc là nhiều giá trị khác nhau, có giá trị về kinh tế, nghệ thuật, sáng tạo, giải trí, thẩm mỹ, giáo dục đạo đức lối sống, ý thức cộng đồng... đang rất cần được bảo tồn, phát huy để phục vụ phát triển kinh tế du lịch. Chính vì vậy, cần có chính sách đầu tư kinh phí thích đáng nhằm bảo tồn, phát huy giá trị văn nghệ dân gian của các dân tộc ở khu vực miền núi phía Bắc để có thể khai thác một cách hiệu quả những làn điệu dân ca, dân vũ, dân nhạc truyền thống phục vụ cho phát triển du lịch tại các địa phương. Cần có chính sách hỗ trợ về kinh phí để đồng bào có thể đào tạo đội ngũ biểu diễn nghi lễ mang tính chuyên nghiệp, lưu giữ các giá trị văn hóa truyền thống của nghi lễ, đồng thời cần xây dựng kịch bản, nội dung thuyết minh bằng tiếng Việt, tiếng Anh và một số ngoại ngữ khác để giới thiệu với từng đối tượng du khách trong quá trình biểu diễn. Trên cơ sở đó, các loại hình này mới có thể phát huy tốt vai trò sức mạnh mềm trong phát triển du lịch, trở thành sản phẩm du lịch. Để khôi phục các bài hát dân ca vốn đã và đang chìm dần vào quên lãng, cần phục dựng cho nó môi trường diễn xướng. Trong điều kiện hiện nay, khó có thể quay trở lại với các hình thức dân ca trong quá trình lao động, vì hầu hết các gia đình sản xuất tương đối độc lập và người dân cũng đã tiếp cận được một số hình thức giải trí hiện đại khác (máy tính, điện thoại thông minh, tivi...). Do vậy, chỉ có thể làm sống lại các bài dân ca trong dịp lễ hội hoặc khi biểu diễn phục vụ khách du lịch. Tại các nhà văn hóa cộng đồng truyền thống, các homestay, các địa phương có thể hỗ trợ kinh phí cho chủ hộ lắp đặt tivi màn ảnh rộng để trình chiếu những giá trị văn hóa độc đáo/tiêu biểu của các dân tộc, trong đó có các loại hình văn nghệ dân gian để thu hút sự chú ý của du khách, đồng thời quảng bá, giới thiệu sản phẩm văn hóa - du lịch độc đáo của dân tộc. Một cách làm khác là chính quyền xã, thôn/bản, các chủ homestay in những bức



ảnh khổ lớn về các hoạt động sinh hoạt văn nghệ dân gian có sự tham gia của các vị khách du lịch, dành vài dòng song đa ngữ mô tả về loại hình đó và treo ở những không gian chính của cộng đồng và ngôi nhà,... Điều này sẽ mang lại sự tò mò hấp dẫn du khách, từ đó dẫn đến nhu cầu được trải nghiệm của khách. Việc tổ chức thực hiện, quảng bá, khai thác... giá trị văn hóa độc đáo của các loại hình văn nghệ dân gian cần được thống nhất từ khâu ý tưởng đến tổ chức, từ chính quyền đến các hộ trong thôn/bản. Có sự thống nhất, giúp đỡ lẫn nhau giữa các hộ dân sẽ tăng cường được tính cố kết trong quan hệ cộng đồng, dòng họ, gia đình.

Hiện nay, với sự phát triển mạnh mẽ của truyền thông và công nghệ số, đa phần từ người trẻ đến người trung niên đều có thể sử dụng được các trang mạng xã hội như facebook, zalo, viber, youtube,... đã không ít người có được nguồn thu lớn từ việc kinh doanh online, do vậy các làng văn hoá du lịch cộng đồng và chủ homestay có thể áp dụng mô hình này. Mỗi cá nhân kinh doanh du lịch cộng đồng tại thôn/bản có thể chụp, quay lại những hoạt động sinh hoạt văn nghệ dân gian đặc sắc của dân tộc mình và đăng tải lên mạng xã hội. Sự rộng lớn của không gian mạng sẽ giúp giá trị văn hóa đến được nhanh hơn, rộng khắp hơn với du khách trong nước và quốc tế, từ đó kích cầu du lịch phát triển cộng đồng.

Xây dựng cơ chế, chính sách phù hợp cho công tác sưu tầm, bảo tồn các loại hình nhạc cụ, bài hát, điệu múa, điệu nhạc truyền thống của các dân tộc. Đồng thời đẩy mạnh việc truyền dạy những bài hát, điệu múa, điệu nhạc, sử dụng nhạc cụ... cho thế hệ trẻ ở trường học và tại cộng đồng. Mặc dù hầu hết các địa phương đã mở những lớp dạy văn hóa truyền thống, đồng thời đẩy mạnh đưa vào trường học dạy cho học sinh, nhưng do kinh phí hạn hẹp nên việc truyền dạy chưa thể phổ biến rộng khắp. Tuy nhiên, truyền dạy như thế nào để các em tiếp thu tốt nhất, đầy đủ nhất những giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc mình để qua đó bảo tồn và phát huy phục vụ phát triển kinh tế - xã hội là vấn đề có ý nghĩa quan trọng vì các em sẽ là những chủ nhân tương lai của dân tộc, của địa phương. Hiện nay, ở một số địa phương, ví dụ ở Hà Giang như Hồ Thầu, huyện Hoàng Su Phì hay xã Phó Là, huyện Đồng Văn, các lớp truyền dạy vẫn hoạt động theo hình thức dân nuôi, do đó hiệu quả đạt được chưa cao. Vì vậy, các địa phương cần có cơ chế hỗ trợ kinh phí nhất định cho mỗi xã để mở lớp

truyền dạy, đồng thời có cơ chế đánh giá, nghiệm thu kết quả của các lớp học này để mở những lớp sau hiệu quả hơn.

Đồng thời cần hỗ trợ thêm kinh phí và tăng cường chính sách đãi ngộ, đào tạo chuyên môn đối với cán bộ làm công tác văn hóa, nghệ nhân dân gian, trí thức dân tộc, người có uy tín trong cộng đồng... để tăng cường hơn nữa công tác sưu tầm, khôi phục, thực hành những loại hình văn nghệ dân gian đang có nguy cơ mai một được triển khai một cách nhanh chóng hiệu quả hơn.

Việc xây dựng các làng văn hoá du lịch cộng đồng gắn với bảo tồn, phát huy giá trị văn nghệ dân gian, làng nghề truyền thống thực sự vẫn là bài toán khó với người dân và chính quyền địa phương, do đó cần có những giải pháp chiến lược tổng thể. Đây là vấn đề đòi hỏi sự vào cuộc của 4 “nhà”: người dân, doanh nghiệp, nhà khoa học và cơ quan quản lý nhà nước. Trước hết, chủ nhân của các làng văn hoá du lịch cộng đồng tức là đồng bào các dân tộc phải tự nguyện tham gia một cách chủ động và sáng tạo, với Ban quản lý cần có quy chế hoạt động thiết thực và dân chủ; người chủ homestay phải được hưởng lợi ích phù hợp, tránh tình trạng “người chủ” nghèo mà doanh nghiệp đưa khách đến lại giàu; tiếp đến nhà doanh nghiệp là đối tác đưa khách đến điểm du lịch của đồng bào các dân tộc, chỉ khi có khách đến thì du lịch cộng đồng mới phát triển được và ngược lại, do đó doanh nghiệp không chỉ cung cấp khách mà còn góp phần hỗ trợ vốn, tập huấn cho cộng đồng; kinh doanh du lịch vẫn rất cần sự vào cuộc của các nhà tư vấn, nhà khoa học giúp cho người dân và chính quyền địa phương, doanh nghiệp xây dựng những sản phẩm, mô hình du lịch phù hợp, đảm bảo giữ được bản sắc riêng của từng dân tộc, từng địa phương; cơ quan quản lý nhà nước đóng vai trò quan trọng trong việc định hướng, xây dựng cơ chế chính sách đặc thù cho các điểm du lịch cộng đồng, điều hòa lợi ích giữa người dân và doanh nghiệp. Do đó, cần có sự hợp tác chặt chẽ giữa 4 “nhà” nêu trên để phát triển du lịch cộng đồng gắn với bảo tồn văn hóa dân tộc thiểu số một cách bền vững.

**Thứ tư**, đầu tư cơ sở vật chất – kỹ thuật bảo tồn, phát huy sức mạnh mềm văn hoá các dân tộc khu vực miền núi phía Bắc gắn với chương trình xây dựng nông thôn mới trong phát triển kinh tế du lịch.

Cùng với sự phát triển của đất nước, xây dựng nông thôn mới là một nhiệm vụ

mang tính chiến lược đặc biệt quan trọng được Đảng và Nhà nước đặt ra tại Nghị quyết số 26-NQ/TW. Với mục tiêu nâng cao đời sống vật chất và tinh thần cho nhân dân; có kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội phù hợp; cơ cấu kinh tế và các hình thức tổ chức sản xuất hợp lý, gắn phát triển nông nghiệp với công nghiệp, dịch vụ; gắn phát triển nông thôn với thành thị; xã hội nông thôn dân chủ, bình đẳng, ổn định, giàu bản sắc văn hóa dân tộc đời sống vật chất và tinh thần của người dân ngày càng nâng cao<sup>1</sup>.

Đầu tư cơ sở vật chất – kỹ thuật bảo tồn, phát huy các giá trị sức mạnh mềm văn hoá các dân tộc khu vực miền núi phía Bắc gắn với xây dựng nông thôn mới trong phát triển kinh tế du lịch cần chú ý đến *chính sách quản lý, phát triển các hoạt động văn hóa, xã hội và môi trường của cộng đồng gắn với thực hiện xét tặng những danh hiệu “gia đình văn hóa”, “thôn/bản/làng văn hóa”*. Xây dựng các chương trình tập huấn, bồi dưỡng chuyên môn về quản lý cộng đồng cho Ban quản lý thôn/bản; tổ chức hướng dẫn, tập huấn, đào tạo nghề đảm bảo cho các gia đình có thể an tâm sinh sống, chăn nuôi, tăng gia sản xuất và phát triển các loại hình văn hóa, văn nghệ. Đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm, an toàn lao động cho người dân sinh sống trong thôn/bản và du khách; tổ chức đưa các hộ dân trong thôn/bản đi tham quan học tập kinh nghiệm tại một số địa phương trong và ngoài tỉnh. Bảo vệ các giá trị tốt đẹp của văn hóa gia đình cần trở thành nhiệm vụ chính trị của các địa phương; thực hiện tốt chương trình bình đẳng giới, phòng chống xâm hại, bạo lực trẻ em, bạo lực gia đình; chăm lo, nâng cao mức sống cho các gia đình chính sách, người có công, đối tượng xã hội,... Có chính sách tuyên dương, phong tặng danh hiệu gia đình điển hình trong giữ gìn và phát huy các giá trị văn hóa dân tộc thể hiện trong nhà cửa, trang phục, nghệ thuật dân gian... tạo nguồn lực tối đa để các gia đình này tham gia vào việc quảng bá văn hóa, phát triển du lịch cộng đồng. Nên có cơ chế đưa tiêu chí về bảo tồn văn hóa truyền thống vào xét tặng danh hiệu “gia đình văn hóa” và “thôn/bản/làng văn hóa”, đề ra các khoản ưu đãi vật chất nhất định cho các gia đình và cộng đồng đó, nhằm tạo động lực để người dân phấn đấu, phát huy đúng giá trị của danh hiệu.

*Tập trung ưu tiên chính sách bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa cảnh quan*

---

<sup>1</sup> Xem chú thích số (47).

*thôn/bản gắn với xây dựng nông thôn mới và phát triển những sản phẩm kinh tế du lịch độc đáo, kỳ thú riêng có của các địa phương trong khu vực.* Trong đó cần xác định, xây dựng các thôn/bản nông thôn mới kiểu mẫu trở thành làng văn hoá du lịch cộng đồng tổng thể tiêu biểu/kiểu mẫu là gốc, là nhiệm vụ chung của các cấp chính quyền đến người dân; phát triển du lịch là mục tiêu kinh tế của địa phương, góp phần xóa đói giảm nghèo cho người dân. Tăng cường công tác tuyên truyền đến cộng đồng dân cư trong các thôn/bản về giữ gìn vệ sinh môi trường, bảo tồn văn hóa, những nét đẹp kiến trúc nhà ở truyền thống. Đầu tư hỗ trợ trực tiếp các hộ gia đình làm du lịch tại các thôn/bản có tiềm năng du lịch và có khả năng thu hút du khách đến tham quan, nghỉ ngơi. Đầu tư hoàn chỉnh đường liên thôn, liên xóm, liên gia đình; hỗ trợ vật liệu cho các hộ dân tự làm đường vào gia đình nhưng không nhất thiết phải bê tông hóa hết theo các tiêu chí nông thôn mới; hỗ trợ vật liệu xây dựng công trình vệ sinh khép kín, di rời chuồng trại gia súc, gia cầm ra xa nhà ở để đảm bảo vệ sinh môi trường. Không cho phép thực hiện các dự án, hoạt động ảnh hưởng tới cảnh quan thiên nhiên, kiến trúc truyền thống. Đẩy mạnh công tác bảo vệ rừng, trồng thêm rừng, trồng cây xanh và hoa dọc đường, trong khu vực dân cư, đồng thời qui hoạch, tu bổ vườn, nương, ruộng sản xuất... để tạo cảm giác yên bình và ấn tượng tốt đẹp khi du khách đến tham quan, du lịch, nghỉ ngơi tại thôn/bản.

Đầu tư cơ sở vật chất – kỹ thuật bảo tồn, phát huy các giá trị sức mạnh mềm văn hoá các dân tộc khu vực miền núi phía Bắc gắn với xây dựng nông thôn mới trong phát triển kinh tế du lịch cần thực hiện các *chính sách bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa của những cảnh quan sản xuất bằng cách phát triển nông - lâm nghiệp sạch chất lượng cao gắn với bảo vệ môi trường tự nhiên và phát triển du lịch sinh thái, du lịch trải nghiệm, du lịch văn hóa.* Để tạo nguồn sinh kế, giúp người dân nâng cao thu nhập từ chính những phương thức canh tác độc đáo cũng như các sản phẩm nông nghiệp do họ làm ra, đồng thời hướng đến loại hình du lịch “xanh”, góp phần bảo vệ môi trường sinh thái, bảo tồn và phát triển các giá trị văn hóa truyền thống của các dân tộc thiểu số, trong thời gian tới, các địa phương khu vực miền núi phía Bắc nên có một chiến lược phát triển nông - lâm nghiệp bền vững gắn với các mô hình du lịch thích hợp, hiệu quả. Do du lịch nông - lâm nghiệp còn là loại hình du lịch tương đối

mới mẻ, việc triển khai phải bắt đầu từ các mô hình tiên phong gắn với các làng văn hoá du lịch cộng đồng sẵn có. Các hoạt động thành phần bao gồm tập huấn cho người dân về những kỹ năng tiếp cận du lịch nông nghiệp; thống kê và xây dựng khung di sản du lịch nông - lâm nghiệp; định hướng và xây dựng mô hình trưng bày sản phẩm du lịch nông - lâm nghiệp cho người dân. Nhằm nâng cao chất lượng các sản phẩm nông - lâm nghiệp và sản phẩm làng nghề phục vụ cho du lịch..., thì những sản phẩm này phải gắn liền với thành lập các hợp tác xã, nhóm sở thích, thu hút các doanh nghiệp vào đầu tư và phát triển theo chuỗi dịch vụ. Có thể đưa vào đây các hình thức du lịch tham dự gắn liền với hoạt động mùa vụ của người dân; tạo các khu đất “tự hành” cho khách du lịch, để khách du lịch có thể tham gia, cùng học hỏi, canh tác và hưởng thành quả trên đó. Quy hoạch xây dựng các khu bảo tồn sinh thái, trồng cây đặc sản, cây thuốc quý, các loài cây lâu năm có hoa đẹp như mận, đào... của các dân tộc nhằm tăng cường gìn giữ đi đôi với khai thác tri thức địa phương, hình thành cảnh quan lâu dài, cảnh quan xanh và đẹp của các vùng sinh thái.

#### **4.3.2. Hoàn thiện thể chế, chính sách, tạo căn cứ pháp lý cho phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay**

Để phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay, một trong những yêu cầu bức thiết được đặt ra là sớm hoàn thiện thể chế, chính sách, đáp ứng các yêu cầu phát triển kinh tế du lịch của khu vực trong tình hình mới. Để hoàn thiện thể chế, chính sách, tạo điều kiện căn cứ pháp lý cho phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc, cần thực hiện một số nhiệm vụ và giải pháp sau:

**Thứ nhất**, chính phủ cần nghiên cứu xây dựng, hoàn thiện và ban hành các chính sách hỗ trợ phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch của các địa phương khu vực miền núi phía Bắc. Cụ thể như chính sách hỗ trợ xây dựng sản phẩm du lịch (du lịch cộng đồng, nông nghiệp, nông thôn; du lịch di tích lịch sử - văn hóa, về nguồn; du lịch hang động; phát triển kinh tế đêm,...); chính sách hỗ trợ đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực; chính sách hỗ trợ công tác xúc tiến...

Trong hoàn thiện chính sách cần rà soát, đánh giá kết quả việc thực hiện các

chính sách liên quan đến phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch mà các địa phương đã ban hành; xác định rõ những tồn tại, nguyên nhân để điều chỉnh, bổ sung, hoàn thiện sao cho phù hợp với thực tế ở các địa phương. Ví dụ như trong phát triển du lịch cộng đồng, đối với các tỉnh chưa có chính sách ưu đãi, hỗ trợ phát triển du lịch cộng đồng như Hoà Bình và Điện Biên, cần nghiên cứu những chính sách của quốc gia và kinh nghiệm phát triển du lịch cộng đồng ở các địa phương có điều kiện tương đồng để xây dựng những chính sách, chương trình phù hợp với điều kiện thực tế ở địa phương. Việc rà soát, đánh giá hoặc ban hành chính sách mới cần bảo đảm theo quy trình xây dựng chính sách công, trong đó huy động các đối tượng hưởng lợi trực tiếp từ chính sách tham gia như các hộ gia đình, hợp tác xã, v.v.. Đồng thời cũng cần phân tích các chính sách khác của quốc gia, địa phương đã ban hành để hỗ trợ cùng đối tượng, tránh trùng lặp nội dung; đặc biệt là những chính sách về xây dựng nông thôn mới, các chính sách phát triển kinh tế xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số, miền núi, vùng có điều kiện đặc biệt khó khăn.

Đối với các địa phương khu vực miền núi phía Bắc, khi xây dựng, hoàn thiện và ban hành các chính sách hỗ trợ phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch, ưu đãi cần tập trung vào những nội dung chính như sau:

*Một là, chính sách hỗ trợ các điểm, khu du lịch:* Các chính sách hỗ trợ đối với các điểm du lịch bao gồm hỗ trợ hạ tầng, như hạ tầng giao thông (xây dựng các tuyến giao thông đến các điểm, khu du lịch từ các tuyến đường chính và xây dựng các tuyến đường bên trong các điểm du lịch); hạ tầng môi trường (thu gom rác thải, nước thải); hạ tầng dịch vụ (bãi đỗ xe, nhà đón tiếp, bảng chỉ dẫn, nhà vệ sinh, v.v..) <sup>1</sup>. Cùng với đó là những hỗ trợ quảng bá sản phẩm du lịch: Quảng bá các món ăn của người dân tộc, hỗ trợ phục dựng văn nghệ dân gian, các trò chơi dân gian, quà tặng lưu niệm cho khách từ các sản vật của địa phương, các điểm du lịch sinh thái, các điểm du lịch cộng đồng, các di tích văn hoá – lịch sử, các điểm du lịch MICE, v.v.. Đồng thời có các chính sách hỗ trợ bồi dưỡng, đào tạo nguồn nhân lực du lịch: Hỗ trợ triển khai các khoá đào tạo kiến thức về nghiệp vụ du lịch, các lớp bổ sung kiến thức về văn

---

<sup>1</sup> Xem chú thích số (48).

hoá địa phương và vùng miền; mở các lớp tập huấn cho các hướng dẫn viên du lịch về ngoại ngữ, tin học, quản lý điều hành, kỹ năng du lịch, v.v..

*Hai là, chính sách hỗ trợ, ưu đãi hộ gia đình tại các điểm du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái gắn liền với văn hoá các tộc người và đặc trưng văn hoá nông nghiệp nông thôn.* Một trong những thế mạnh trong phát triển kinh tế du lịch ở các địa phương khu vực miền núi phía Bắc là phát triển du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái. Trong phát triển du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái, vai trò của các hộ gia đình là rất quan trọng. Tuy nhiên, do điều kiện kinh tế - xã hội ở khu vực miền núi phía Bắc còn gặp nhiều khó khăn nên các hộ gia đình chưa có điều kiện để phát triển kinh tế du lịch. Chính vì vậy, các chính sách hỗ trợ hộ gia đình sẽ giúp các hộ gia đình có điều kiện hơn để phát triển kinh tế du lịch, đặc biệt trong phát triển du lịch cộng đồng, qua đó góp phần bảo tồn văn hoá các tộc người và đặc trưng văn hoá nông nghiệp nông thôn ở các cộng đồng dân cư.

*Các chính sách hỗ trợ hộ gia đình tại các điểm du lịch* bao gồm hỗ trợ xây dựng homestay (hỗ trợ cải tạo, sửa chữa hoặc xây dựng mới). Bên cạnh đó, hỗ trợ người dân có thể tiếp cận với các nguồn vốn: hỗ trợ cộng đồng dân cư tham gia hoạt động du lịch được vay vốn với mức lãi suất thấp để giúp cộng đồng dân cư làm du lịch. Đây là chính sách hợp lý và cần được nghiên cứu triển khai tại các địa phương khu vực miền núi phía Bắc. Kinh nghiệm phát triển kinh tế du lịch ở trong và ngoài nước cho thấy, chỉ khi có các điều khoản hỗ trợ cụ thể và hợp lý thì cộng đồng dân cư mới có thể phát huy tiềm năng văn hoá sẵn có và tham gia nhiều hơn vào các hoạt động du lịch, tuy nhiên, không nhất thiết phải là hỗ trợ tiền mặt ở giai đoạn ban đầu mà có thể là các chính sách liên quan đến thuế, cho vay tài chính, xúc tiến quảng bá, v.v..

*Đối với chính sách ưu đãi:* Chính sách ưu đãi thường là miễn giảm thuế, cắt giảm thủ tục hành chính, v.v.. Mục đích là để khích lệ đầu tư từ các đối tượng khác nhau nhằm phát triển sản phẩm du lịch trong các khu, điểm du lịch cộng đồng hoặc khu vực lân cận; như một kênh cung ứng, cung cấp nhiều hơn các sản phẩm và dịch vụ, đặc biệt là những dịch vụ trải nghiệm cuộc sống cùng cộng đồng dân cư các đồng bào dân tộc. Các địa phương miền núi phía Bắc cần ban hành chính sách đặc thù, các dự án khuyến khích đầu tư vào các lĩnh vực có tác động hỗ trợ phát triển các hoạt động

kinh tế du lịch theo Nghị định 57/2018/NĐ-CP, trong đó có “ưu đãi cho các doanh nghiệp đầu tư phát triển những sản phẩm thế mạnh của các địa phương như các sản phẩm nông nghiệp công nghệ cao gắn với phát triển kinh tế du lịch; đầu tư hàng thủ công; các sản phẩm văn hoá, dân tộc truyền thống gắn với phát triển du lịch”.

*Ba là, ban hành các quy định và các tiêu chuẩn liên quan đến phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch.* Đối với các quy định ở những điểm, khu du lịch cần đảm bảo những nội dung chính như: nguyên tắc, nội dung quản lý; các hành vi nghiêm cấm tại những khu, điểm du lịch; các quy định về hoạt động xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch; quy định về quản lý tài nguyên du lịch, bảo vệ môi trường và đảm bảo an toàn; các quy định về hoạt động của các dịch vụ và trách nhiệm của các bên liên quan trong các điểm du lịch.

Hiện nay, nhiều cá nhân và đơn vị hiện tại đang xây dựng và kinh doanh nhà nghỉ mà thiếu kiến thức và hiểu biết pháp luật. Chính vì vậy, ban hành các quy định về quản lý và các tiêu chuẩn về tiêu chuẩn liên quan đến các cơ sở lưu trú là rất cần thiết. Năm 2015, Tổng cục Du lịch biên soạn, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đề nghị, Tổng cục Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng thẩm định, Bộ Khoa học và Công nghệ công bố tiêu chuẩn TCVN 4391:2015 về khách sạn quốc gia. Ngày 29/12/2017, Bộ Khoa học và Công nghệ đã ban hành Quyết định số 3990/QĐ-BKHHCN về việc công bố Tiêu chuẩn quốc gia TCVN 7799:2017 về Nhà nghỉ du lịch và TCVN 7800:2017 về Nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê. Tiêu chuẩn này ban hành chung với tất cả các trường hợp nhà nghỉ du lịch và nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê, không phân biệt nông thôn hay thành thị. Đây là một trong các vướng mắc với các địa phương ở khu vực miền núi phía Bắc trong việc áp dụng các tiêu chuẩn này cho các khách sạn, nhà nghỉ, nhà ở có phòng cho thuê, các homestay ở các địa phương những năm qua. Vì vậy, trong thời gian tới, dựa trên các bộ tiêu chuẩn quốc gia, các địa phương phải nghiên cứu để cụ thể hoá những quy định trong tiêu chuẩn, thích hợp với đặc điểm văn hoá địa phương với các nội dung chính như sau:

Cụ thể và chi tiết hoá những yêu cầu thiết kế, kiến trúc: Phải phản ánh được những nét văn hoá đặc trưng của vùng miền và địa phương, làm rõ đối với các bản người Mông, người Thái,... thì kiến trúc phải thế nào, vật liệu xây dựng đặc trưng



của địa phương là vật liệu gì, khác nhau với từng bản dân tộc ra sao. Đây là nhiệm vụ khó đối với các cơ quan quản lý nhà nước ở địa phương trong ban hành cơ chế, chính sách. Vì thế, cơ quan quản lý nhà nước ở các địa phương cần mời những tổ chức tư vấn nhiều kinh nghiệm để giúp thực hiện, trong đó vai trò điều phối là các Sở Văn hoá Thể thao và Du lịch. Trong quá trình cụ thể hoá các tiêu chuẩn cần xác định những giá trị nào không thể thay thế; giá trị nào có thể thay thế hoặc điều chỉnh để phù hợp với nhu cầu thực tế, làm cơ sở pháp lý, công cụ cho quản lý các hoạt động tại điểm du lịch. Bên cạnh đó, cần cụ thể hoá yêu cầu về người phục vụ tại nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê đối với những địa phương khu vực miền núi phía Bắc, trong đó nêu rõ trang phục cần sử dụng là trang phục dân tộc, được sử dụng vào những thời điểm nào. Cụ thể hoá các yêu cầu về dịch vụ ăn uống, khu vực ăn uống, khu vực công cộng,... đã được nêu ra trong tiêu chuẩn chung.

Trong xu thế hội nhập quốc tế, bên cạnh các bộ tiêu chuẩn quốc gia cũng cần áp dụng các bộ tiêu chuẩn quốc tế sao cho phù hợp với thực tiễn ở các địa phương. Hiện nay, các bộ tiêu chuẩn du lịch ASEAN đã được các quốc gia thành viên ASEAN xây dựng nhằm xác định khung tiêu chí, yêu cầu cơ bản đối với sản phẩm dịch vụ du lịch và thống nhất thực hiện nhằm nâng cao chất lượng du lịch ASEAN, xây dựng ASEAN trở thành một điểm đến chung chất lượng “A Quality Single Destination” nhằm tạo ra cho du khách các trải nghiệm có chất lượng thông qua thể hiện một cách hấp dẫn, an toàn, sinh kế cộng đồng cùng với những giá trị tự nhiên và văn hoá. Đến nay đã có các tiêu chuẩn du lịch ASEAN như Thành phố du lịch sạch, Du lịch cộng đồng, Khách sạn xanh, Nhà ở có phòng cho thuê, Địa điểm tổ chức MICE, Nhà vệ sinh công cộng, Dịch vụ spa. Những tài liệu này hướng dẫn cụ thể về các tiêu chí, cách thức, quy trình đánh giá làm căn cứ để các cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch và các tổ chức đánh giá, chứng nhận áp dụng triển khai. Trên cơ sở các tiêu chuẩn này, các địa phương khu vực miền núi phía Bắc nên nghiên cứu, xem xét đưa vào các quy định, hướng dẫn phát triển kinh tế du lịch dựa trên sức hấp dẫn của các giá trị văn hoá; xem xét lồng ghép các tiêu chuẩn của bộ Tiêu chuẩn ASEAN vào chương trình tập huấn.

**Thứ hai**, chính phủ và các địa phương chủ động xây dựng, hoàn thiện các chính sách phát triển sản phẩm văn hoá du lịch, tuyến du lịch. Xây dựng những sản

phẩm văn hoá du lịch với những yếu tố độc đáo sẽ thôi thúc du khách tìm đến nhằm thoả mãn nhu cầu, tránh được sự nhàm chán, như tổ chức các lễ hội tại các bản, tái hiện các trò chơi dân gian, đầu tư phát triển các nghề truyền thống, tổ chức các buổi biểu diễn văn nghệ dân gian, lửa trại và các sản phẩm dược phẩm đặc sắc của địa phương. Ưu tiên hoàn thiện sản phẩm du lịch cộng đồng gắn với xây dựng nông thôn mới, cụ thể: Đầu tư hệ thống biển báo, biển chỉ dẫn, các trạm dừng chân ngắm cảnh, quầy bán hàng lưu niệm, bãi đỗ xe cho du khách; Nâng cấp nhà văn hoá thôn bản làm trung tâm đón tiếp khách và giới thiệu văn hoá truyền thống; Phát triển dịch vụ Homestay chất lượng cao; Cải tạo cảnh quan thiên nhiên, môi trường (trồng các loại hoa theo mùa, trồng cây xanh, cây cảnh ven đường, đặt thùng rác tại khu vực đường đi, thu gom rác thải, nước thải...) theo quy định; Duy trì đội văn nghệ và phát triển các làn điệu dân ca, dân vũ...; các món ăn đặc sắc của các dân tộc Thái, Mông, Dao; Tổ chức các sự kiện Festival; Mở các tuyến xe buýt tạo điều kiện thuận lợi cho du khách đi lại, góp phần thu hút khách du lịch

**Thứ ba**, xây dựng và ban hành cơ chế ưu đãi huy động nguồn lực đầu tư tại các cụm du lịch, khu vực động lực phát triển du lịch, khu du lịch quốc gia và khu vực có tiềm năng du lịch, tạo điều kiện cho phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch; Kêu gọi thu hút đầu tư, ưu tiên các dự án thân thiện với môi trường; sử dụng công nghệ cao, lao động địa phương và hướng tới quy mô lớn, chất lượng cao, thân thiện với môi trường; Huy động nguồn vốn xã hội hóa từ các doanh nghiệp du lịch và các tổ chức kinh tế cho công tác đào tạo, phát triển sản phẩm, phát triển nguồn nhân lực du lịch, xúc tiến, quảng bá du lịch, bảo tồn, tôn tạo và phát huy các di tích lịch sử văn hóa và các giá trị văn hóa truyền thống, lễ hội dân gian phục vụ du lịch, phát triển du lịch và bảo vệ môi trường; Quan tâm, thu hút các nguồn lực để đầu tư cho các thiết chế văn hóa, thể thao cấp tỉnh; Ưu tiên nguồn vốn ngân sách cho việc đầu tư cơ sở hạ tầng thiết yếu nhằm nâng cao khả năng thu hút đầu tư. Đề nghị Trung ương quan tâm đầu tư, nâng cấp mở rộng các tuyến đường cao tốc liên tỉnh kết nối các địa phương trong khu vực; Nghiên cứu xây dựng Quỹ hỗ trợ phát triển Du lịch để quản lý, sử dụng nguồn ngân sách nhà nước, các nguồn tài trợ, đóng góp tự nguyện của doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân trong nước và nước ngoài, các nguồn hợp pháp khác để phát triển du lịch;

Phối hợp, liên kết với các chương trình, đề án, dự án đang triển khai của các ngành lĩnh vực khác để cùng phát triển như: chương trình xây dựng nông thôn mới; chương trình “Mỗi xã, phường một sản phẩm”, sản phẩm OCOP gắn với du lịch cộng đồng, nông nghiệp, nông thôn; các chương trình hỗ trợ đồng bào dân tộc thiểu số; các chương trình phát triển nông - lâm nghiệp...; Sử dụng vốn ngân sách hỗ trợ cộng đồng nhằm làm tiền đề cho việc huy động vốn trong dân đầu tư cho phát triển du lịch nói chung và du lịch cộng đồng nói riêng; Nghiên cứu áp dụng các cơ chế ưu đãi được quy định trong Luật đầu tư theo hình thức hợp tác công tư nhằm thu hút nguồn vốn đầu tư xã hội hóa của các nhà đầu tư trong và ngoài nước cho phát triển du lịch.

**Thứ tư**, xây dựng những chính sách cụ thể và thiết thực đầu tư cho các chương trình mục tiêu về bảo tồn và phát huy di sản văn hóa, chú trọng đầu tư trực tiếp cho chủ thể di sản văn hóa bằng chính sách cụ thể, thiết thực, hiệu quả. Định hướng, tổ chức các hoạt động nhằm nhận diện, bảo tồn và phát huy các giá trị di sản văn hóa phi vật thể của các tộc người, đặc biệt chú ý đến các biện pháp có tính khả thi để lưu giữ, trao truyền những di sản văn hóa phi vật thể đang có nguy cơ bị mai một. Kiến nghị các bộ, ngành Trung ương có những biện pháp hữu hiệu trong việc quản lý các blog, ngăn chặn các website có nội dung xấu, độc hại, chống phá Đảng, Nhà nước, địa phương và chấn chỉnh việc phát các chương trình giải trí, quảng cáo trên mạng Internet có nội dung tư tưởng không phù hợp với thuần phong mỹ tục và tập quán của người Việt Nam. Xây dựng các chính sách, kế hoạch bảo tồn, phát huy bản sắc văn hóa truyền thống của các dân tộc gắn với phát triển du lịch một cách tổng thể, khoa học. Triển khai thực hiện quyết liệt, hiệu quả các chủ trương về phát triển văn hóa, con người, về bảo tồn, phát huy bản sắc văn hóa truyền thống tốt đẹp của các dân tộc gắn với phát triển du lịch. Trong đó, xác định rõ trách nhiệm của cấp ủy, chính quyền, của các tổ chức và người dân để việc bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa truyền thống tốt đẹp của các dân tộc song song với phát triển kinh tế luôn đúng hướng, vừa bảo tồn, vừa bỏ dần hủ tục lạc hậu và tiếp thu có chọn lọc các tinh hoa văn hóa của nhân loại. Trong đó, cần quan tâm xây dựng chiến lược dài hạn về bảo tồn, phát huy bản sắc văn hóa truyền thống tốt đẹp của các dân tộc; có lộ trình khai thác các giá trị văn hóa truyền thống của các dân tộc phục vụ phát triển du lịch một cách hợp lý, hiệu

quả; Cần phải khuyến khích, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp, người dân khai thác các giá trị văn hóa của các dân tộc phục vụ phát triển du lịch; Nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước về bảo tồn di sản văn hóa gắn với phát triển du lịch; tạo điều kiện cho các tổ chức, cá nhân tham gia đầu tư, khai thác, bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa truyền thống. Thực hiện hiệu quả phân cấp quản lý di tích, danh lam, thắng cảnh; xây dựng mô hình tổ chức, hoạt động của các ban quản lý di tích, điểm du lịch phù hợp với quy mô, tính chất, loại hình, tình hình và điều kiện thực tế ở địa phương.

#### **4.3.3. Chú trọng công tác đào tạo nguồn nhân lực am hiểu sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay**

Phát triển nguồn nhân lực du lịch am hiểu sức mạnh mềm văn hoá là một trong những yếu tố quyết định việc phát huy hiệu quả sức mạnh mềm văn hoá cho phát triển kinh tế du lịch. Một hạn chế nổi bật ảnh hưởng đến chất lượng nguồn nhân lực du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc là tỷ lệ lao động đã qua đào tạo nói chung và qua đào tạo ngành du lịch còn thấp, đặc biệt còn hạn chế về am hiểu sức mạnh mềm văn hoá. Lao động có trình độ đại học trở lên chỉ chiếm 10,1%, lao động đã qua đào tạo từ sơ cấp trở lên chiếm 38,4%. Lao động được đào tạo ngành du lịch trung bình chỉ chiếm 11%. Một số tỉnh tỷ lệ rất thấp như: Lai Châu (2%), Tuyên Quang (2%), Bắc Kạn (2,3%)<sup>1</sup>. Hầu như tại các địa phương khu vực miền núi phía Bắc chưa có những chương trình đào tạo kiến thức chuyên biệt về văn hoá khu vực. Vì vậy, cần phải nâng cao chất lượng nguồn nhân lực am hiểu về văn hoá thông qua công tác đào tạo nghề bằng nhiều hình thức phù hợp. Gắn thực hiện chính sách đào tạo nghề với dự báo, quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội để nâng cao tính thiết thực và tránh dập khuôn máy móc. Hình thành mạng lưới các trường chuyên nghiệp và dạy nghề đào tạo kiến thức về văn hoá địa phương trên địa bàn các tỉnh theo hướng đa cấp, đa ngành phù hợp với yêu cầu phát triển của các địa phương, tạo điều kiện thu hút học sinh đã tốt nghiệp trung học cơ sở, trung học phổ thông, đặc biệt là học sinh tốt nghiệp trường phổ thông dân tộc nội trú được đào tạo ngay trong tỉnh. Các địa phương cần chủ động

<sup>1</sup> Xem phụ lục 9 – Cơ cấu lao động du lịch các tỉnh khu vực miền núi phía Bắc năm 2021.

liên kết với các trường Đại học, Cao đẳng, Trung học chuyên nghiệp để đào tạo và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực dân tộc am hiểu về sức mạnh mềm văn hoá theo những ngành nghề phát huy được tiềm năng, thế mạnh về kinh tế và văn hóa của địa phương gắn với giải quyết việc làm tại chỗ, giảm tỷ lệ hộ nghèo một cách vững chắc. Đặc biệt ở những vùng có tiềm năng văn hoá để phát triển kinh tế du lịch thì lao động dân tộc thiểu số am hiểu về văn hoá bản địa cần được huy động đào tạo về cơ bản để nâng cao tính chuyên nghiệp trong tham gia lao động ở lĩnh vực này, từ đó phát huy được thế mạnh về văn hoá của ngành kinh tế du lịch ở địa phương và bảo đảm giữ gìn, phát huy được những nguồn lực văn hoá dân tộc. Đào tạo nghề phải chú ý khắc phục một số nhược điểm của lao động dân tộc thiểu số như có tâm lý an bài, thiếu ý thức vươn lên trong làm ăn kinh tế, có tác phong với sống tự nhiên, tùy tiện, không quen khép mình trong môi trường tổ chức kỷ luật, chấp hành pháp luật, v.v.. Phải gắn đào tạo nghề với nâng cao kiến thức về văn hoá, trình độ dân trí, hiểu biết pháp luật, rèn luyện ý thức tổ chức kỷ luật và tác phong làm việc.

Để có thể đạt được những mục tiêu về chất lượng nguồn nhân lực nhằm phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch, các địa phương khu vực miền núi phía Bắc cần thực hiện đồng bộ các giải pháp sau:

**Thứ nhất**, hoàn thiện hoạt động quản lý nhà nước trong đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch am hiểu về sức mạnh mềm văn hoá.

Đối với hệ thống quản lý chung của ngành Du lịch cần có sự phân cấp, phân quyền hợp lý tránh tình trạng chồng chéo, không phân định rõ trách nhiệm từng cá nhân, tập thể trong công tác quản lý và sử dụng nhân lực. Sớm xây dựng tiêu chuẩn chức danh các vị trí trong hệ thống quản lý và kinh doanh du lịch, thống nhất, ban hành các văn bản mang tính pháp lý liên quan đến tiêu chuẩn kỹ năng nghề đã được đề xuất trong Quy hoạch phát triển nhân lực du lịch giai đoạn 2011 - 2020 của Chính phủ, qua đó UBND các tỉnh chỉ đạo Sở Văn hoá Thể thao và Du lịch xây dựng Đề án “Quy hoạch/ chương trình phát triển nguồn nhân lực du lịch đến năm 2025 và tầm nhìn đến năm 2030” dựa trên tình hình thực tế và dự báo nhu cầu phát triển, để lập kế hoạch phát triển từng giai đoạn với lộ trình cụ thể ở từng địa phương nói riêng và cả vùng miền núi phía Bắc nói chung, làm cơ sở để các địa phương, doanh nghiệp du

lịch xây dựng chương trình phát triển nguồn nhân lực am hiểu sức mạnh mềm văn hoá cho doanh nghiệp, địa phương mình; thực hiện nghiêm túc công tác thanh tra, điều tra, khảo sát tình hình sử dụng nguồn nhân lực của các tổ chức, doanh nghiệp nhằm đảm bảo nguồn nhân lực đáp ứng nhu cầu phát triển của địa phương; tiếp tục cộng tác với các tổ chức quốc tế, các quốc gia như Đan Mạch, EU, vùng Aquitaine Pháp nghiên cứu, khảo sát, tư vấn và hỗ trợ chuyên gia, hỗ trợ kinh phí đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch tại các tỉnh. Nhằm khắc phục thực trạng thiếu nhân lực du lịch tại các thời điểm lễ hội, mùa du lịch, cơ quan quản lý các cấp cần chú trọng nâng cao hiệu quả công tác quy hoạch, quản lý, thu hút và sử dụng nguồn nhân lực du lịch. Cụ thể, các nhà hoạch định chính sách cần xác định trước những dự báo về biến động nguồn nhân lực, chiến lược phát triển du lịch và phát triển kinh tế chung của cả vùng cho từng giai đoạn để phân tích nhu cầu cung cầu nhân lực du lịch và xây dựng chính sách phù hợp. Ủy ban Nhân dân các tỉnh trong vùng miền núi phía Bắc cần phải xây dựng chính sách hỗ trợ đào tạo và thu hút cán bộ khoa học, kỹ thuật du lịch có trình độ chuyên môn cao, có sự tâm huyết và am hiểu về văn hoá bản địa về làm việc tại các địa phương trong vùng cho phù hợp với tình hình thực tế.

Ủy ban nhân dân các tỉnh cần tổ chức rà soát, xác định nhu cầu phát triển nguồn nhân lực am hiểu về sức mạnh mềm văn hoá theo quy hoạch phát triển ngành Du lịch và kinh tế chung của vùng và của từng địa phương. Trong đó xác định rõ nhu cầu về số lượng, cơ cấu và chất lượng nguồn nhân lực am hiểu về sức mạnh mềm văn hoá của cả khu vực và từng địa phương. Đồng thời, Ủy ban nhân dân các tỉnh cần ưu tiên thực hiện nhiệm vụ đánh giá chung về tình hình sử dụng cũng như chất lượng nguồn nhân lực của cả vùng và của từng địa phương. Sở Văn hoá Thể thao và Du lịch ở các tỉnh cần chủ động tiến hành điều tra, phân loại và đánh giá toàn bộ đội ngũ lao động làm du lịch am hiểu về văn hoá do mình quản lý, từ đó đưa ra những kế hoạch đào tạo cho từng cấp lao động chuyên ngành phù hợp với nhu cầu thực tế.

Đồng bào dân tộc thiểu số ở vùng miền núi phía Bắc rất đa dạng, giàu về bản sắc văn hoá. Có những tộc người đang phát triển và kinh doanh du lịch cộng đồng tốt trên cùng một địa bàn, trong khi một số tộc người khác không có khả năng phát triển. Nâng cao nhận thức của người dân am hiểu về sức mạnh mềm văn hoá sẽ đóng vai

trò quan trọng trong đào tạo nguồn nhân lực tại chỗ, tạo sinh kế, qua đó phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch. Các địa phương cần xây dựng chính sách tăng cường giao lưu văn hoá trong vùng với các vùng khác và giao lưu văn hóa quốc tế. Kết quả nghiên cứu tại các cộng đồng dân tộc Tây Bắc của Viện nghiên cứu Truyền thống và Phát triển năm 2013 chỉ ra rằng, giao lưu học hỏi đã tạo cơ hội cho các cộng đồng thay đổi lối sống, nâng cao nhận thức, kỹ năng và kinh nghiệm làm du lịch, đặc biệt là du lịch cộng đồng. Ủy ban nhân dân các tỉnh cần có cơ chế hỗ trợ để cán bộ cộng đồng, các già làng, trưởng bản, nghệ nhân tham quan học hỏi kinh nghiệm làm du lịch từ các cộng đồng khác về áp dụng ở địa phương mình. Cần thực hiện các lớp đào tạo ngăn ngừa các kiến thức liên quan đến văn hoá bản địa, phát huy sức mạnh mềm văn hoá cho người lao động làm du lịch tại các cộng đồng, để họ có thể nắm vững những kiến thức, kỹ năng và nghiệp vụ cơ bản. Khu vực miền núi phía Bắc là vùng khó khăn về tiếp cận và hưởng thụ văn hoá, đặc biệt đối với các cộng đồng sống trên vùng núi cao. Những cộng đồng này sống biệt lập, ít thông hiểu tiếng Việt và không có điều kiện tiếp cận các dịch vụ văn hoá, mức hưởng thụ văn hoá thấp. Do đó, cần tăng cường cơ hội tiếp cận thông tin thông liên quan đến phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch qua đài, ti vi là kênh quan trọng. Tăng cường các kênh thông tin bằng tiếng dân tộc để người dân nâng cao nhận thức và có mức hưởng thụ văn hoá cao hơn, đặc biệt với những cộng đồng đang làm du lịch.

Tăng cường công tác tuyên truyền, kiểm tra, giám sát về chất lượng nhân lực, chất lượng dịch vụ ở các cơ sở Du lịch, có chính sách hỗ trợ nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực am hiểu về sức mạnh mềm văn hoá. Các cơ quan quản lý nhà nước từ Trung ương đến địa phương, các cơ quan truyền thông... cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền dưới nhiều hình thức khác nhau để nâng cao nhận thức cho các cơ quan, doanh nghiệp và người lao động về vị trí của ngành du lịch trong nền kinh tế quốc dân và vai trò, vị trí của việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch am hiểu về sức mạnh mềm văn hoá. Cơ quan quản lý nhân lực có cơ chế thực hiện, kiểm tra giám sát hoạt động của nguồn nhân lực du lịch trong việc thường xuyên tuyên truyền, vận động người dân địa phương tham gia bảo vệ môi trường, tăng cường giáo

dục, ý thức của các du khách đến công tác bảo vệ môi trường, nâng cao trình độ văn hóa du lịch, trình độ giao tiếp ứng xử đối với du khách ở mọi nơi, mọi lúc. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch cần tăng cường kiểm tra, giám sát thường xuyên về các tiêu chuẩn lao động ở các cơ sở Du lịch. Đồng thời tạo điều kiện cho họ trong việc đào tạo nâng cao chất lượng nhân lực, thường xuyên tổ chức các lớp đào tạo ngắn hạn và giáo dục du lịch đến lao động ngành Du lịch cũng như toàn dân, nâng cao ý thức trách nhiệm cho toàn dân về bảo vệ tài nguyên thiên nhiên, bảo vệ môi trường sinh thái. Đặc biệt đưa chương trình bảo vệ môi trường vào các cấp học như nhi đồng, tiểu học, trung học cơ sở, phổ thông trung học đây là các mầm non tham gia trong việc gìn giữ, bảo vệ môi trường trong tương lai.

**Thứ hai**, xây dựng cơ chế chính sách và thực hiện trên thực tế để thu hút nguồn nhân lực du lịch giỏi và am hiểu sức mạnh mềm văn hoá về làm việc tại địa phương và tại đơn vị kinh doanh du lịch.

Trong cơ chế chính sách thu hút nhân lực du lịch có chất lượng của các tỉnh miền núi phía Bắc, chế độ đãi ngộ vẫn còn mang tính cào bằng, chưa tạo ra động lực phấn đấu của nhiều đối tượng chính sách, chưa thực sự hấp dẫn để thu hút được các chuyên gia, nhà quản lý du lịch giỏi. Để khắc phục được những hạn chế trên, giải pháp đối với các tỉnh trong khu vực miền núi phía Bắc, cũng như các địa phương khi xây dựng và thực hiện cơ chế chính sách đãi ngộ nguồn nhân lực chất lượng nói chung và nguồn nhân lực du lịch nói riêng đó là: Thiết lập chế độ đãi ngộ theo hướng mũi nhọn, tập trung vào các đối tượng chuyên gia, nhà quản lý du lịch giỏi, am hiểu về sức mạnh mềm văn hoá, tạo ra sự khác biệt trong việc đãi ngộ so với các đối tượng tài năng khác; Thực hiện việc khen thưởng, tôn vinh tài năng đảm bảo sự bình đẳng, công bằng nhằm khuyến khích nỗ lực phấn đấu của nhiều cá nhân tài năng đến với các tỉnh miền núi phía Bắc.

**Thứ ba**, đẩy mạnh đào tạo, bồi dưỡng nâng cao chất lượng nhân lực du lịch am hiểu sức mạnh mềm văn hoá. Đây được xem là giải pháp quan trọng, chính sách hàng đầu để phát triển nhân lực nói chung và nhân lực ngành du lịch nói riêng. Đổi mới trong công tác giáo dục và đào tạo nhân lực ngành du lịch am hiểu sức mạnh mềm văn hoá bao gồm một số nội dung chính sau:



*Một là*, hoàn thiện hệ thống giáo dục nhân lực ngành du lịch am hiểu sức mạnh mềm văn hoá theo hướng mở và hội nhập, tăng cường giao lưu học tập đối với các nước bạn, khuyến khích học tập và trau dồi kiến thức suốt đời; Phát triển mạnh và nâng cao chất lượng các trường dạy nghề và đào tạo chuyên nghiệp, đặc biệt ở những vùng khó khăn; Quy hoạch hợp lý mạng lưới các trường đại học, cao đẳng và dạy nghề trong toàn vùng.

*Hai là*, đổi mới mạnh mẽ nội dung, phương pháp dạy và học, tăng cường trau dồi kiến thức, kỹ năng thực tế các tình huống đặc thù liên quan đến phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch; Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin vào công tác giáo dục cũng như quá trình công tác sau này.

*Ba là*, phát triển và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực am hiểu sức mạnh mềm văn hoá, chú trọng phát hiện, bồi dưỡng và phát triển nhân tài cho ngành du lịch. Đặc biệt chú trọng phát triển kiến thức về sức mạnh mềm văn hoá, trình độ ngoại ngữ, kỹ năng giao tiếp, ứng xử cho đội ngũ nguồn nhân lực du lịch. Ngay từ khâu tuyển dụng, kiến thức am hiểu về sức mạnh mềm văn hoá và trình độ ngoại ngữ cần được xem là tiêu chuẩn bắt buộc. Song song với đó, các tỉnh, địa phương cần thường xuyên mở các lớp tập huấn, kiểm tra kiến thức về văn hoá, trình độ ngoại ngữ của cán bộ quản lý trong các cơ quan, khuyến khích đội ngũ lao động trong các doanh nghiệp du lịch chủ động bổ sung năng lực am hiểu về sức mạnh mềm văn hoá, kiến thức và kỹ năng giao tiếp ngoại ngữ.

Các tỉnh cần có sự phối hợp với Tổng cục Du lịch, Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch tiến hành đào tạo chuyên môn liên quan đến sức mạnh mềm văn hoá cho một số cán bộ của phòng nghiệp vụ, đào tạo bồi dưỡng thành đào tạo viên và đào tạo viên này sẽ tiến hành đào tạo cho cộng đồng lao động tại các điểm, khu du lịch. Ưu tiên đào tạo, phát triển nguồn nhân lực am hiểu sức mạnh mềm văn hoá chuyên nghiệp, chất lượng cao, nguồn nhân lực tại địa phương phục vụ du lịch cộng đồng, góp phần tạo việc làm trong khu vực nông thôn, xóa đói giảm nghèo. Nghiên cứu, xây dựng cơ chế, chính sách hỗ trợ một phần kinh phí đào tạo, bồi dưỡng kiến thức về sức mạnh mềm văn hoá cho các doanh nghiệp, người dân địa phương từ ngân sách của các địa phương và Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch.

Đặc biệt, ngành du lịch cũng đang có những tác động đa chiều từ cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Theo đó, các hệ thống tự động hóa sẽ thay thế dần lao động thủ công, máy móc và trí tuệ nhân tạo thay thế sức người, nhu cầu sử dụng nhân lực trình độ cao tăng lên. Chính vì vậy, trong hoạt động đào tạo, cần liên tục cập nhật, bổ sung những kỹ thuật tiên tiến, kỹ thuật mới, giúp nguồn nhân lực chủ động với những thay đổi công nghệ trong tương lai. Điển hình như các hoạt động thuê phòng, tìm tour du lịch hiện nay phần nhiều được thực hiện thông qua internet. Vì vậy, bên cạnh sự am hiểu về văn hoá, trình độ ngoại ngữ, thì kỹ năng sử dụng máy tính, internet của nguồn nhân lực cũng cần được quan tâm, bổ sung kịp thời.

Các trường Đại học, Cao đẳng, trung tâm dạy nghề cần chủ động phát triển mạng lưới cơ sở đào tạo, tăng cường cơ sở vật chất và năng lực đào tạo về phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch. Đặc biệt, các cơ sở đào tạo trong vùng cần xác định nhu cầu đào tạo nguồn nhân lực am hiểu về sức mạnh mềm văn hoá: Các bước cần thiết trong xác định nhu cầu đào tạo gồm: phân tích nhu cầu của doanh nghiệp, cơ sở sử dụng lao động; phân tích công việc và phân tích cá nhân. Tránh bỏ sót hoặc cắt ngắn các khâu để tránh trường hợp không đưa ra được một danh sách nhu cầu cần đào tạo một cách cụ thể và chi tiết. Sản phẩm của công đoạn này là những nhu cầu chính cho các nhóm công việc tiêu biểu trong doanh nghiệp du lịch, danh sách nhu cầu cụ thể cho những nhóm người hoặc từng người cụ thể. Trong điều kiện hiện nay của ngành du lịch vùng miền núi phía Bắc thì phương pháp xác định nhu cầu đào tạo theo vị trí công việc là phù hợp nhất. Ngoài ra có thể kết hợp thêm các phương pháp khác như phỏng vấn, đánh giá nhu cầu đào tạo, bồi dưỡng tại các dự án, cơ sở đào tạo.

Đối với phương pháp đào tạo, các cơ sở đào tạo cần tập trung đổi mới phương pháp giảng dạy theo hướng tiếp cận năng lực, tăng cường kỹ năng nghiệp vụ, sự am hiểu sức mạnh mềm văn hoá, trình độ ngoại ngữ cho người học. Bố trí thời gian học hợp lý, tăng cường thời gian thực hành với các tình huống thực tế gắn với học lý thuyết, khuyến khích phát triển hình thức tự học, tự nghiên cứu và hoạt động nhóm. Ngoài ra, cần chú trọng trong việc đào tạo ngoại ngữ cho các học viên, đáp ứng nhu cầu hội nhập của ngành Du lịch.

Song song với quá trình đào tạo nhân lực am hiểu sức mạnh mềm văn hoá ngành

Du lịch, các cơ sở cần thiết lập khung đánh giá chất lượng học viên thường kỳ, tham gia kiểm định chất lượng học viên dựa trên tiêu chuẩn chung của ngành, tiêu chuẩn quốc tế. Đồng thời thực hiện đánh giá và quản lý chặt chẽ chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, thực hiện liên kết trao đổi về giáo dục và đào tạo nâng cao, trao đổi các dự án nghiên cứu phát triển chất lượng nguồn nhân lực du lịch giữa Việt Nam với các nước trong và ngoài khu vực.

Đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ giảng viên và giáo viên của các cơ sở đào tạo nghề du lịch bằng nhiều hình thức ở trong và ngoài nước; thu hút công chức, viên chức, các nhà quản lý, các nhà khoa học có trình độ, các doanh nhân, nghệ nhân, chuyên gia, công nhân kỹ thuật tay nghề bậc cao, am hiểu sức mạnh mềm văn hoá tham gia đào tạo. Các cơ sở đào tạo cũng cần chú trọng trong việc hình thành, phát triển môi trường làm việc văn minh, chuyên nghiệp và tạo điều kiện thuận lợi để thu hút lực lượng giảng viên, nhà khoa học am hiểu sức mạnh mềm văn hoá có tài năng và kinh nghiệm từ trong và ngoài nước tham gia vào quá trình đào tạo nhân lực du lịch tiềm năng cho vùng miền núi phía Bắc.

Doanh nghiệp du lịch cần phát huy trách nhiệm của mình đối với sự phát triển nguồn nhân lực am hiểu sức mạnh mềm văn hoá thông qua các chính sách hỗ trợ người lao động tham gia các khóa đào tạo ngắn hạn và dài hạn, không ngừng hoàn thiện và phát triển chất lượng nhân lực. Doanh nghiệp cần thực hiện tốt các chính sách về tiền lương, chính sách đãi ngộ khen thưởng hợp lý, đặc biệt đối với những nhân viên thường xuyên hoạt động tại khu vực vùng sâu, vùng xa am hiểu về văn hoá bản địa để tạo điều kiện giúp họ gắn bó lâu dài với doanh nghiệp.

Cần có cơ chế khuyến khích cho người lao động được đi đào tạo kiến thức về văn hoá kết hợp với nghiệp vụ du lịch; Đào tạo với tiêu chí bám sát tiêu chuẩn kỹ năng nghề, tăng cường tỷ lệ thực hành, thí điểm đào tạo; Tăng cường quản lý nhà nước và đào tạo nhân lực du lịch đáp ứng yêu cầu xã hội và hội nhập. Xác định trách nhiệm của doanh nghiệp trong đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch am hiểu sức mạnh mềm văn hoá, tiếp cận với các thay đổi trong hệ thống pháp lý để tổ chức phối hợp với các cơ sở đào tạo triển khai đào tạo tại doanh nghiệp; tạo điều kiện cho các sinh viên ở các cơ sở đào tạo du lịch có điều kiện thực hành kỹ năng tại cơ sở; cử

chuyên gia tham gia các hoạt động xây dựng chương trình, giáo trình, học liệu và trực tiếp tham gia trao đổi chuyên môn nghiệp vụ tại các cơ sở đào tạo.

**Thứ tư**, tăng cường hoạt động liên kết, hợp tác trong phát triển nguồn nhân lực du lịch am hiểu sức mạnh mềm văn hoá.

Trong kỷ nguyên số sẽ rất hiệu quả khi sinh viên được vừa học, vừa làm trong môi trường thực tế, đặc biệt với ngành phải làm việc trực tiếp với khách hàng như ngành du lịch. Tuy nhiên, hiện rất ít doanh nghiệp du lịch có chiến lược nuôi dưỡng nguồn nhân lực ngay từ năm thứ 2, thứ 3 và có kế hoạch cho sinh viên vào thực tập, thử việc linh hoạt. Ngược lại, các trường cũng chỉ tập trung vào công tác đào tạo chứ chưa quan tâm nhiều đến việc hợp tác với doanh nghiệp kinh doanh du lịch. Giữa các doanh nghiệp với các trường đại học cũng như các cơ sở đào tạo thiếu cơ chế phối hợp chặt chẽ, doanh nghiệp phải là nơi đặt hàng cho các trường đại học về nhu cầu nhân lực, tuy nhiên, vấn đề này ở Việt Nam chưa được thực hiện tốt, dẫn đến trường hợp nhân lực vừa thừa nhưng lại vừa thiếu. Do đó, cần tập trung gắn kết hoạt động đào tạo của nhà trường với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp thông qua các mô hình liên kết đào tạo giữa nhà trường và doanh nghiệp, hình thành các trung tâm đổi mới sáng tạo tại các trường, gắn rất chặt với doanh nghiệp. Ngoài ra, có thể đẩy mạnh việc hình thành các cơ sở đào tạo trong doanh nghiệp du lịch như tập đoàn Mường Thanh, VinGroup để chia sẻ các nguồn lực chung, từ đó hai bên cùng chủ động nắm bắt và đón đầu các nhu cầu của thị trường lao động. Tăng cường liên kết, hợp tác về đào tạo. Đây là một giải pháp phù hợp cho sự phát triển nguồn du lịch của các tỉnh trong vùng. Cụ thể là liên kết, hợp tác với các cơ sở đào tạo du lịch có uy tín trong và ngoài nước để có những lớp đào tạo chuyên sâu cho đội ngũ quản lý và đội ngũ giảng viên, giáo viên đào tạo của vùng. Tiếp cận nguồn kiến thức và kinh nghiệm của các cơ sở đào tạo du lịch về áp dụng và phổ biến trong các tỉnh của khu vực. Tạo điều kiện và thu hút các dự án đầu tư về đào tạo nhân lực cho địa phương; Hỗ trợ học viên đi tu nghiệp, học tập ở nước ngoài.

Các tỉnh trong vùng miền núi phía Bắc cần mở rộng giao lưu hợp tác giáo dục đào tạo nhân lực du lịch với các vùng khác của cả nước và có sự hợp tác quốc tế. Tiếp tục phát huy có hiệu quả chương trình hợp tác phát triển du lịch của 8 tỉnh Tây Bắc mở rộng, hợp tác giữa Tây Bắc, Việt Bắc với vùng Đông Bắc, vùng Đồng bằng sông

Hồng và duyên hải Đông Bắc. Trong thời gian tới cần phải có thêm nhiều chương trình hợp tác giữa vùng miền núi phía Bắc với các vùng khác của cả nước để khai thác một cách triệt để, hiệu quả và bền vững tiềm năng du lịch của vùng.

**Thứ năm**, nâng cao ý thức và trách nhiệm của người lao động trong ngành du lịch với việc phát triển và nâng cao trình độ chuyên môn, am hiểu về sức mạnh mềm văn hoá.

Người lao động cần chủ động nâng cao thể chất cho bản thân cả về thể lực và khả năng chịu áp lực nhằm đáp ứng tốt yêu cầu đối với lao động hoạt động trong ngành Du lịch (đặc biệt đối với vùng miền núi phía Bắc có địa hình đặc trưng đòi hỏi người lao động phải có sức bền về thể chất).

Nâng cao trình độ, năng lực công tác, sự am hiểu về sức mạnh mềm văn hoá. Ngoài việc rèn luyện về thể lực, bản thân người lao động cần không ngừng tích lũy kinh nghiệm làm việc thông qua các chương trình đào tạo ngắn hạn, các buổi tập huấn, học tập do cơ quan quản lý nhà nước, các Hiệp hội tổ chức. Bên cạnh đó, lao động hoạt động trong ngành Du lịch tại vùng miền núi phía Bắc cần phát huy hơn nữa khả năng làm việc theo nhóm cũng như tính sáng tạo và chuyên nghiệp trong quá trình lao động, nâng cao khả năng giao tiếp bằng tiếng dân tộc thiểu số, ngoại ngữ. Quan trọng hơn, nhân lực hoạt động trong ngành Du lịch cần nâng cao kiến thức am hiểu về sức mạnh mềm văn hoá, nêu cao tinh thần trách nhiệm trong công việc, tu dưỡng đạo đức nghề nghiệp, văn hóa ứng xử, tích cực tuyên truyền, vận động người dân, du khách thực hiện tốt nếp sống văn hóa, giữ gìn bản sắc dân tộc và bảo vệ môi trường.

Nhìn chung, để thực hiện đồng bộ và có hiệu quả các giải pháp trên, cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền cho các lực lượng lao động trong ngành Du lịch hiểu rõ vai trò và trách nhiệm của từng đối tượng trong công tác đào tạo, quản lý và sử dụng nhân lực, biến những thách thức về điều kiện địa lý, kinh tế, nguồn nhân lực thành lợi thế để phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch cũng như kinh tế của vùng, nâng cao vị thế của vùng đối với cả nước.

#### Tiểu kết chương 4

Miền núi phía Bắc là khu vực giàu tiềm năng về văn hoá để phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch. Vẻ đẹp độc đáo thực sự của miền núi phía Bắc không chỉ ở cảnh đẹp thiên nhiên mà còn ở văn hóa truyền thống của các dân tộc thiểu số đang sinh sống nơi đây. Điều này tạo nên một kho tàng văn hóa đa dạng, từ trang phục truyền thống, nghệ thuật thủ công, đến các lễ hội và lễ kỷ niệm độc đáo. Với các nguồn tài nguyên văn hoá hấp dẫn, những năm qua, phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch đã đạt được những thành tựu đáng kể, có những tác động tích cực đến kinh tế xã hội, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, giảm nghèo, tạo sinh kế mới và thu nhập cho cộng đồng dân cư. Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc còn bộc lộ một số hạn chế nhất định.

Từ cơ sở lý luận, cũng như thực trạng đã được làm rõ trong Chương 2 và Chương 3 của luận án, trong Chương 4, nghiên cứu sinh đã tập trung đề xuất một số nhóm giải pháp chính nhằm phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc thời gian tới. Trong đó tác giả đã đưa ra và phân tích một số nhóm giải pháp cơ bản đó là: (1) Nâng cao nhận thức, phát huy tính tích cực, chủ động của các chủ thể về phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch; (2) Đa dạng hoá các nội dung, phương thức phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch phù hợp với tiềm năng và lợi thế của khu vực miền núi phía Bắc; (3) Tăng cường các nguồn lực và bảo đảm các điều kiện nhằm nâng cao hiệu quả phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay.

Những nhóm giải pháp này là những nhóm giải pháp cơ bản nhất, có mối quan hệ mật thiết với nhau, qua đó phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam trong thời gian tới. Đồng thời việc làm rõ những giải pháp này sẽ góp phần giúp tác giả hoàn thành được mục đích, cũng như nhiệm vụ nghiên cứu của đề tài luận án.

## KẾT LUẬN

Nghiên cứu về “Sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay” nhằm góp phần phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam là vấn đề có ý nghĩa lý luận và thực tiễn. Trong quá trình phân tích nghiên cứu, luận án rút ra một số kết luận như sau:

*Thứ nhất*, vấn đề sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay là một vấn đề có ý nghĩa đối với đồng bào các dân tộc miền núi phía Bắc nói riêng và Việt Nam nói chung trong điều kiện hiện nay khi văn hoá được coi là “hồn cốt” của dân tộc, là “sức mạnh nội sinh” đối với sự phát triển của đất nước. Nếu không có những nhận thức đúng đắn về vấn đề phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch thì sẽ không phát huy được hết sức mạnh mềm của văn hoá và sự phát triển của du lịch cũng sẽ thiếu tính bền vững.

*Thứ hai*, thực chất sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc quá trình làm tăng lên sức thu hút, lôi cuốn của các nguồn lực văn hoá của khu vực để phục vụ cho phát triển kinh tế du lịch. Vì vậy, để đạt được kết quả mong muốn thì phải chú ý nhiều đến các yếu tố liên quan đến chủ thể, nội dung và phương thức phát huy. Sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc được thể hiện phong phú ở nhiều nội dung, luận án phân tích tập trung vào một số nội dung được coi là đặc trưng của khu vực, đó là: Sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển du lịch cộng đồng; Sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển du lịch sinh thái, tham quan di tích lịch sử - văn hóa; Sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển du lịch văn hóa ẩm thực, chăm sóc sức khỏe.

*Thứ ba*, thực trạng phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở miền núi phía Bắc được thể hiện qua ba khía cạnh cơ bản: thực trạng về mặt nhận thức, tính tích cực của các chủ thể trong phát huy sức mạnh mềm văn hoá cho phát triển kinh tế du lịch; Thực trạng về mặt nội dung trong phát huy sức mạnh mềm văn hoá cho phát triển kinh tế du lịch; Thực trạng về mặt phương thức phát

huy sức mạnh mềm văn hoá cho phát triển kinh tế du lịch. Từ thực trạng đó đặt ra một số vấn đề như sau: một là, những bất cập trong nhận thức của các chủ thể về sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch; hai là, một số nội dung sức mạnh nền văn hóa ở khu vực miền núi phía Bắc có nguy cơ bị mai một; ba là, phương thức phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch còn tồn tại một số bất cập.

Thứ tư, từ thực trạng và vấn đề đặt ra, đề xuất một số giải pháp phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay. Những giải pháp được đề xuất liên quan đến nâng cao nhận thức, phát huy tính tích cực, chủ động của các chủ thể về phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch; đa dạng hoá các nội dung, phương thức phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch phù hợp với tiềm năng và lợi thế của khu vực miền núi phía Bắc; tăng cường các nguồn lực và bảo đảm các điều kiện nhằm nâng cao hiệu quả phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay. Đây là những giải pháp có quan hệ biện chứng, hỗ trợ và tác động lẫn nhau vì vậy cần phải tiến hành một cách đồng bộ, đan xen, có trọng tâm, trọng điểm, từ đó thúc đẩy quá trình phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay.



## DANH MỤC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ CÓ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

### **Sách xuất bản**

1. Nguyễn Thị Hoài Thanh (chủ biên) (2020), *Văn hóa và vấn đề phát huy sức mạnh mềm của văn hóa trong phát triển kinh tế - xã hội ở khu vực Đông Bắc Việt Nam hiện nay*, sách tham khảo, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, ISBN: 978-604-9980-77-0.

### **Bài viết đăng tạp chí**

2. Nguyễn Thị Hoài Thanh (2020), “Phát huy giá trị văn hóa truyền thống của các dân tộc thiểu số trong phát triển kinh tế - xã hội ở tỉnh Thái Nguyên hiện nay”, Tạp chí *Văn hóa nghệ thuật*, số 431, tháng 5/2020, ISSN 0866-8655.

3. Nguyễn Thị Hoài Thanh (2020) “Tác động của hội nhập quốc tế đến giá trị văn hóa truyền thống”, Tạp chí *Dạy và học ngày nay*, số kỳ 2, tháng 5/2020, ISSN 1859-2694.

4. Nguyễn Thị Hoài Thanh (2022), “Phát huy giá trị văn hóa truyền thống trong phòng, chống dịch Covid-19 hiện nay”, Tạp chí *Nghiên cứu dân tộc*, volume 11, issue 1, march 2022, ISSN 0866-773X.

5. Nguyễn Thị Hoài Thanh (2022), “Phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong phát triển kinh tế du lịch”, Tạp chí *Lý luận chính trị*, số chuyên đề quý I, ISSN 2525-2585.

6. Nguyễn Thị Hoài Thanh (2023), “Phát huy giá trị của di sản văn hóa trong phát triển du lịch ở Thái Nguyên hiện nay”, Tạp chí điện tử *Lý luận chính trị*, <http://lyluanchinhtri.vn/>.

7. Nguyễn Thị Hoài Thanh (2023), “Khai thác nguồn lực văn hoá trong phát triển du lịch ở các tỉnh miền núi phía Bắc”, Tạp chí *Quản lý nhà nước*, số 334 (11/2023), ISSN 2354-0761.

### **Bài viết Hội thảo**

8. Nguyễn Thị Hoài Thanh (2021), *Role, impact of culture on human resources quality and economic development in Vietnam today (Vai trò, tác động của văn hóa đến chất lượng nguồn nhân lực và kinh tế ở Việt Nam hiện nay)*, Kỷ yếu hội thảo quốc tế “Socio-economic and Environmental Issues in Development” (Các vấn đề kinh tế - xã hội và môi trường trong phát triển), Nxb Tài chính, ISBN 9786047928118.

9. Trần Văn Phòng, Nguyễn Thị Hoài Thanh (2021), *Vietnam's cultural values system with developing school culture (Hệ giá trị văn hóa Việt Nam trong xây dựng*

văn hóa học đường, Kỷ yếu hội thảo quốc tế “1st Hanoi International Forum on pedagogical and educational sciences” (Diễn đàn lần thứ nhất về khoa học giáo dục và sư phạm), Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, ISBN 976-604-342-795-0, Hà Nội.

10. Nguyễn Thị Hoài Thanh (2021), *Vietnamese culture as a soft power tool for socio-economic development (Sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam trong phát triển kinh tế - xã hội*, Hội thảo quốc tế “Văn hóa, giáo dục và du lịch với phát triển kinh tế”, Nhà xuất bản Thông tin và Truyền thông, Đà Lạt, ISBN 978-604-80-5756-5.

11. Nguyễn Thị Hoài Thanh (2021), *Solutions to conserve the value in the architecture culture of the Northeast Vietnam (Một số giải pháp bảo tồn những giá trị văn hóa kiến trúc nhà ở vùng Đông Bắc Việt Nam hiện nay)*, Kỷ yếu hội thảo quốc tế “Polish - Vietnamese experience in preservation and conservation” (kinh nghiệm Việt Nam - Ba Lan trong bảo quản hiện vật và bảo tồn di sản kiến trúc), Nxb Khoa học kỹ thuật, ISBN 9786046721062, Kielce (Poland).

12. Trần Văn Phòng, Nguyễn Thị Hoài Thanh (2022), *Role of culture in teacher training in the North mountain of Vietnam (Vai trò của văn hóa trong đào tạo giáo viên ở miền núi phía Bắc Việt Nam)*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc tế ICTER 2021 với chủ đề “Training teachers, Education managers for ethnic minority mountainous, advantaged Areas” (Đào tạo giáo viên, cán bộ quản lý giáo dục cho vùng dân tộc thiểu số, miền núi và vùng khó khăn), Nxb Đại học Thái Nguyên, ISBN 978-604-43-50031-8.

13. Nguyễn Thị Hoài Thanh (2022), *Phát huy sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế*, Kỷ yếu Hội thảo quốc gia “Xây dựng chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam: Lý luận và thực tiễn”, Nxb Đà Nẵng, ISBN 9786048467224.

14. Nguyễn Thị Hoài Thanh (2022), *Khai thác các giá trị di sản văn hóa Việt Nam trong phát triển kinh tế du lịch*, Kỷ yếu Hội thảo quốc gia “Nguồn nhân lực và động lực phát triển đất nước”, Nxb Tài chính, ISBN 978-604-79-3365-5.

## CHÚ THÍCH

- (1) Nguyên văn: “Power” (Match) is the probability that one actor within a social relationship will be in a position to carry out his own will despite resistance, regardless of the basis on which this probability rests.
- (2) Nguyên văn: Power is the capacity to do things and in social situations to affect others to get the outcomes we want.
- (3) Du lịch công tác, công vụ, một dạng của du lịch M.I.C.E.
- (4) Địa hình Cácxtơ (Karst) là dạng địa hình đặc biệt của vùng núi đá vôi, được hình thành trong các núi, cao nguyên, v.v.. do tác động của nước ngầm. Nước mưa thấm vào các khe, kẽ khoét mòn đá tạo thành các hang động dài và rộng. Địa hình Cácxtơ có giá trị lớn về nhiều mặt: Là nguồn tài nguyên nước ngầm, tài nguyên khoáng sản, có nhiều giá trị về khảo cổ học và văn hoá để phát triển du lịch.
- (5) Theo “Đề án tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi, vùng đặc biệt khó khăn giai đoạn 2021 – 2030” của Chính phủ, khu vực trung du và miền núi phía Bắc có số người dân tộc thiểu số cao nhất (khoảng 6,7 triệu người).
- (6) Khu vực miền núi phía Bắc là địa bàn cư trú của hơn 30 dân tộc: Kinh, Tày, Mông, Thái, Hoa, Khmer, Mường, Nùng, Dao, Ngái, Sán Chay, Sán Dìu, Thổ, Giáy, Khơ Mú, Kháng, Xinh Mun, Hà Nhì, Lào, La Chí, La Ha, Phù Lá, La Hủ, Lự, Lô Lô, Mảng.
- (7) Căn cứ Điều 29 Luật di sản văn hóa 2001 (sửa đổi, bổ sung năm 2009), các di tích được phân loại như sau: *Di tích lịch sử - văn hóa* (là công trình xây dựng, địa điểm và các di vật, cổ vật, bảo vật quốc gia thuộc công trình, địa điểm đó có giá trị lịch sử, văn hóa, khoa học); *Di tích kiến trúc nghệ thuật* (là công trình kiến trúc nghệ thuật, tổng thể kiến trúc đô thị và đô thị có giá trị tiêu biểu trong các giai đoạn phát triển nghệ thuật kiến trúc của dân tộc); *Di tích khảo cổ* (là những địa điểm khảo cổ có giá trị nổi bật đánh dấu các giai đoạn phát triển của các văn hoá khảo cổ); *Di tích thắng cảnh* hay còn gọi là danh lam thắng cảnh (là cảnh quan thiên nhiên hoặc địa điểm có sự kết hợp giữa cảnh quan thiên nhiên với công trình kiến trúc có giá trị lịch sử, thẩm mỹ, khoa học); *Di tích cách mạng - kháng chiến* (là một bộ phận cấu thành hệ thống các di tích lịch sử - văn hoá, là những địa điểm cụ thể, công trình kiến trúc có sẵn, là những công trình được con người tạo nên phù hợp với mục đích sử dụng gắn liền với những sự kiện cụ thể, nhân vật lịch sử cụ thể mà trở thành di tích).
- (8) Trong khuôn viên khu Nhà Vương có kiến trúc kiểu Pháp ở các thiết kế lối châu mai, lô cốt, lò sưởi, lan can; kiến trúc Trung Hoa ở thiết kế giếng trời, cách bố trí các gian phòng, kiến trúc đặc trưng của người Hmông thể hiện ở tường rào đá, kiểu nhà trình tường, các họa tiết nhỏ hình hoa đào, hoa mận đặc trưng vùng cao nguyên đá nơi cư trú của dân tộc này. Ở khu Phố cổ Đồng Văn, những ngôi nhà cổ được làm với kỹ thuật trình tường của người Tày địa phương, hệ thống vì kèo không sử dụng mộng thắt, mái lợp ngói âm dương kết hợp với kiểu nhà hai tầng của người Trung Quốc, tảng đá kê chân cột, nhiều mô típ hoa văn cầu kỳ. Đối với các di tích tín ngưỡng, sự phong phú trong đối tượng được thờ phụng, từ Phật,

thánh Mẫu, Quan Công đến những nhân thần có công khai khẩn thôn/bản của các dân tộc thiểu số.

- (9) Di tích khảo cổ - danh thắng Khu vực hóa thạch Trùng Thoi (thị trấn Đồng Văn) có giá trị niên đại được xác định cách ngày nay 345 triệu năm. Đồng thời, di tích này còn có giá trị khoa học địa chất khi nó cung cấp bằng chứng khoa học để xác định độ tuổi của hóa thạch Trùng Thoi, từ đó lý giải về sự tồn tại của biển nông tại khu vực này do quá trình biến đổi của vỏ trái đất tạo nên. Bãi đá cổ Nấm Dần (huyện Xín Mần) cũng là một ví dụ về di tích mang giá trị khoa học cao, dù chưa xác định được niên đại cụ thể song dựa trên những mô típ tạo hình khắc trên đá, các nhà khoa học đã đưa ra một vài nhận định bước đầu về vai trò quan trọng của chế độ mẫu hệ thời kỳ đó thông qua những biểu tượng sinh thực khí,...
- (10) Hồ thủy điện Sông Chùng là một danh thắng có giá trị thẩm mỹ cao về cảnh quan thiên nhiên được tạo nên bởi hơn 225ha mặt nước, bao quanh là những dãy núi trùng điệp, những ngọn núi nhô cao khỏi mặt nước tạo nên các hòn đảo nhỏ giữa lòng hồ với hệ thực vật rừng phong phú. Người ta cũng có thể cảm nhận được giá trị nghệ thuật thông qua nghệ thuật xếp đá của các dân tộc vùng cao nguyên đá Hà Giang, đặc biệt là người Hmông để tạo nên di tích Tường thành Cán Tỷ (huyện Quản Bạ). Những tạo tác của thiên nhiên tạo nên hệ thống nhũ đá phong phú trong các hang động ở Hà Giang như hang Tứ Cung (huyện Bắc Quang), hang Nà Luông (huyện Yên Minh và huyện Đồng Văn), hang Ròng (huyện Xín Mần)... là những tác phẩm nghệ thuật có giá trị thẩm mỹ cao.
- (11) Chẳng hạn như, thông qua danh thắng ruộng bậc thang cho thấy cách ứng xử thông minh của người dân địa phương với điều kiện địa hình nơi cư trú; di tích kiến trúc nghệ thuật Tường thành Cán Tỷ lại cho thấy giá trị sáng tạo thông qua việc tận dụng những nguyên liệu có sẵn trong tự nhiên (đá) để tạo nên công trình có công năng sử dụng và trụ vững với thời gian đến tận ngày nay.
- (12) Tỉnh Hoà Bình ban hành Kế hoạch thực hiện Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030 và Kế hoạch 36/KH-UBND ngày 07/4/2017 thực hiện Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Hồ Hoà Bình, tỉnh Hoà Bình đến năm 2030; Tỉnh Sơn La có Kế hoạch số 2382/QĐ ngày 19/10/2015 triển khai thực hiện Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Mộc Châu, tỉnh Sơn La đến năm 2030; Tỉnh Điện Biên có Kế hoạch số 2801/KH-UBND ngày 26/09/2017 triển khai Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Điện Biên Phủ-Pá Khoang, tỉnh Điện Biên đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030;...
- (13) Chẳng hạn như tỉnh Hoà Bình đã ban hành Kế hoạch thực hiện chương trình hành động số 15-Ctr/TU ngày 22/9/2017 của Tỉnh uỷ nhằm thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Nội dung kế hoạch đã đề cập đến nội dung phát triển du lịch dựa trên những nguồn lực văn hoá lợi thế sẵn có của địa phương.

Thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị, tỉnh Sơn La đã ban hành Chương trình hành động số 12/Ctr-TU ngày 02/8/2017 của Ban Thường vụ Tỉnh uỷ Sơn La; UBND tỉnh Điện Biên ban hành Kế hoạch 3786/KH-UBND ngày 27/12/2017 đã đưa ra các chương

trình, kế hoạch tập trung liên quan đến xây dựng và nâng cao chất lượng của các điểm đến du lịch cộng đồng;

Tỉnh ủy Hà Giang ban hành Đề án số 09-ĐA/TU về việc *Bảo tồn, khôi phục, phát huy giá trị văn hóa đặc trưng của dân tộc Hmông trên địa bàn tỉnh Hà Giang giai đoạn 2017 - 2020, định hướng đến năm 2030*. Đề án *Xây dựng làng văn hóa các dân tộc tỉnh Hà Giang* (ban hành kèm theo Quyết định số 263/2017/QĐ-UBND của UBND tỉnh Hà Giang) đặt mục tiêu xây dựng một số làng thể hiện đầy đủ bản sắc văn hóa của cộng đồng các dân tộc tỉnh Hà Giang để giới thiệu với nhân dân trong tỉnh, khách du lịch trong nước và quốc tế; đáp ứng nhu cầu vui chơi giải trí, hoạt động thể thao, dưỡng sinh, văn nghệ. Chương trình số 62-CTr/TU ngày 29/3/2013 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy Hà Giang về *phát triển văn hóa gắn với du lịch giai đoạn 2013 - 2020* đã trực tiếp chỉ đạo công tác bảo tồn, khôi phục các kiến trúc cổ truyền của các dân tộc có giá trị phục vụ phát triển du lịch. Nghị quyết số 02-NQ-TU ngày 06/1/2016 của Ban chấp hành Đảng bộ tỉnh Hà Giang khóa XVI về *việc đưa kỹ năng sống và văn hóa truyền thống các dân tộc thiểu số vào giảng dạy trong các trường học trên địa bàn tỉnh Hà Giang*, đã góp phần nâng cao ý thức của lớp trẻ về giá trị văn hóa truyền thống, bao gồm những ngôi nhà dân gian của dân tộc, các di tích lịch sử - văn hoá, các danh lam thắng cảnh;...

- (14) Tiêu biểu như sự đầu tư của tập đoàn Sun Group vào Thị trấn Sa Pa, từ năm 2016 cho đến hiện nay, sau hơn 6 năm xây dựng và phát triển, tập đoàn Sun Group đã mang tới nơi đây 03 công trình biểu tượng bao gồm: Sun World Fansipan Legend, khách sạn Hotel De La Coupole Sapa – MGallery và tổ hợp nhà phố thương mại Sun Plaza Cầu Mây. Tuy số lượng dự án không nhiều nhưng cả 03 dự án đều đã có những đóng góp nhất định trong việc phát huy sức mạnh mềm văn hoá, những nguồn lực văn hoá, thúc đẩy du lịch phát triển, cũng như quảng bá hình ảnh của Sa Pa thơ mộng đến với hàng triệu lượt du khách trong nước và quốc tế.
- (15) Khách sạn 5 sao quốc tế Hotel De La Coupole - MGallery do Sun Group đầu tư tại Sa Pa đã được nhận nhiều danh hiệu, nổi bật nhất là giải thưởng “Khách sạn có thiết kế kiến trúc sang trọng nhất thế giới 2019” do World Luxury Hotel Awards (WLHA) trao tặng.
- (16) Chương trình nông thôn mới ở vùng đồng bào dân tộc nhìn chung đã nhận được sự đồng tình, hưởng ứng của các tổ chức, cá nhân, thực sự đi vào cuộc sống. Mô hình gia đình văn hóa, thôn/bản văn hóa ngày càng phát triển cả về số lượng và chất lượng đáp ứng yêu cầu, nhiệm vụ trong giai đoạn mới. Cũng từ Chương trình này những mô hình sinh hoạt văn hóa của nhân dân ở các địa phương ngày càng phong phú, bắt đầu từ sự mở rộng không gian tổ chức với nhiều hoạt động vui chơi, giải trí, văn nghệ dân gian, các trò chơi dân gian và các môn thể thao dân tộc tại cơ sở. Một số mục tiêu thực hiện của Chương trình xây dựng nông thôn mới đã và đang tác động mạnh tới các yếu tố văn hóa thôn/bản, tạo sức hút trong phát triển kinh tế du lịch. Ví dụ ở Hà Giang: Tính đến đầu năm 2020, toàn tỉnh có 43/177 xã được công nhận đạt chuẩn nông thôn mới. Về cơ bản, các tiêu chí thực hiện xây dựng nông thôn mới được triển khai đồng bộ và đạt được những hiệu quả rõ nét. Kết quả thực hiện xây dựng nông thôn mới đã làm thay đổi nhận thức và đời sống của người dân cũng như

các điều kiện về môi trường và cơ sở hạ tầng nông thôn. Hà Giang đã có nhiều sự đổi mới về cơ chế và chính sách để kết hợp, lồng ghép hoặc cụ thể hóa Chương trình xây dựng Nông thôn mới thành các đề án, giải pháp cụ thể. Năm 2018, tỉnh bắt đầu nêu định hướng cần đẩy mạnh xây dựng nông thôn mới bằng phát triển kinh tế nông thôn theo Chương trình OCOP và Đề án 1385, trong đó trọng tâm là tổ chức lại sản xuất và phát triển các làng văn hoá du lịch cộng đồng tiêu biểu/kiểu mẫu dựa trên nền tảng các làng văn hoá du lịch cộng đồng được bắt đầu xây dựng từ năm 2010.

- (17) Tỉnh Lào Cai: Phát triển các làng du lịch văn hoá gắn với du lịch cộng đồng ở xã Tả Phời, Hợp Thành, xã Bản Liền, làng Văn hoá phía Nam hồ Na Cò; hình thành các điểm du lịch cộng đồng theo tiêu chuẩn ASEAN gắn với đặc trưng văn hoá các dân tộc thiểu số gồm: Mông (xã Mường Hoa), Tày (xã Bản Hồ), Dao (xã Tả Phìn), Phù Lá (xã Liên Minh), Giáy (xã Tả Van).

Ở Hà Giang hiện nay có trên 50 làng văn hoá du lịch cộng đồng đã và đang được triển khai xây dựng và đi vào hoạt động. Trong đó, 29 làng văn hoá du lịch cộng đồng đã ra mắt chính thức và hoạt động tốt như của dân tộc Dao, Giáy, Lô Lô, Tày, Hmông..., và hơn 20 thôn/bản đang được đầu tư xây dựng. Điển hình như các thôn/bản: Tha, Tiên Thắng, Nậm An, Khiêm (Bắc Quang); My Bắc (Quang Bình); Giang, Thông Nguyên (Hoàng Su Phì); Nậm Dẩn (Xín Mần); Lạn (Bắc Mê); Nậm Đăm (Quản Bạ); Lũng Cầm Trên (Đồng Văn); Tòng (Mèo Vạc)...; làng văn hoá du lịch cộng đồng dân tộc Giáy (thị trấn Yên Minh); làng văn hoá du lịch cộng đồng dân tộc Lô Lô, xã Lũng Cú (Đồng Văn); làng văn hoá du lịch cộng đồng dân tộc Giáy ở Nà Trào, xã Tát Ngà (Mèo Vạc); làng văn hoá du lịch cộng đồng Phố Cáo, xã Phố Cáo (Đồng Văn);... [Trích theo Báo cáo Dự án *Nghiên cứu xây dựng chính sách bảo tồn và phát huy các giá trị văn hoá truyền thống độc đáo (tiêu biểu) của dân tộc thiểu số phục vụ phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Hà Giang* (2021), tr. 59].

Bản Sin Suối Hồ (người H'Mông), xã Sin Suối Hồ, huyện Phong Thổ, tỉnh Lai Châu là một trong những làng du lịch cộng đồng tiêu biểu của cả nước. Bản hiện có 150 chỗ lưu trú, bằng 1/5 dân số. Người dân làm du lịch bằng sự sáng tạo, từ việc xếp đá làm đường, làm homestay, nhà ăn cho đến trang trí bản, thiết kế các hoạt động du lịch... Mọi kiến trúc được bảo tồn, phát huy tối đa văn hóa bản địa; sạch đẹp, thuần khiết. Năm 2019, bản đón gần 20 nghìn lượt khách. Các năm sau, lượng khách đến bản ngày càng nhiều hơn.

- (18) Tỉnh Hà Giang đã có sáng kiến quan trọng nhằm thúc đẩy bảo tồn, phát huy bản sắc văn hóa dân tộc, gắn việc xây dựng làng văn hoá du lịch cộng đồng với Chương trình quốc gia về xây dựng nông thôn mới là năm 2012 đưa ra 10 tiêu chí, được gọi chung là Tuyên bố Panhou [Xem Phụ lục 4]. Trên cơ sở tiêu chí Panhou được UBND tỉnh Hà Giang đưa ra, các huyện, thành phố đã xây dựng đề án, nghị quyết, chuyên đề, thành lập Ban chỉ đạo phát triển du lịch, đồng thời xây dựng bộ tiêu chí về công việc của gia đình, của thôn, xã trong xây dựng làng văn hoá du lịch cộng đồng gắn với xây dựng nông thôn mới để tập trung chỉ đạo thực hiện. Bên cạnh đó, tỉnh còn phối hợp với một số tổ chức phi chính phủ trong hoạt động du lịch như tổ chức SNV mở các lớp tập huấn tại một số làng văn hoá du lịch cộng đồng về phát triển dịch vụ lưu trú homestay, thuyết minh viên du lịch địa phương. Dự án

Tây Ban Nha thực hiện các hạng mục sửa chữa nhà văn hóa thôn Hạ Thành, TP. Hà Giang, xây dựng nhà vệ sinh công cộng, xây dựng chòi vọng cảnh phục vụ khách du lịch đến tham quan tại thôn. Phối hợp với công ty tư vấn Mckensey khảo sát đánh giá các tiêu chí cho 13 làng văn hoá du lịch cộng đồng trên địa bàn TP. Hà Giang và 4 huyện Cao nguyên đá Đồng Văn. Riêng huyện Hoàng Su Phì phối hợp với Trung tâm phát triển kinh tế nông thôn (CRED) triển khai dự án tăng cường sinh kế cho người dân tộc thiểu số thông qua phát triển du lịch cộng đồng.

Phát triển du lịch cộng đồng ở Sơn La được thực hiện theo Nghị quyết số 22/2016/NQ-HĐND ngày 14/12/2016 của HĐND tỉnh Sơn La, chủ yếu hỗ trợ cho các bản đã được đề xuất trong “Quy hoạch phát triển du lịch tỉnh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” bằng nguồn vốn từ ngân sách tỉnh. Theo đó mỗi bản được hỗ trợ một lần kinh phí xây dựng các biển báo (15 triệu đồng), xử lý rác thải (15 triệu đồng), xây dựng nhà vệ sinh (30 triệu đồng), hỗ trợ gia đình vay vốn với lãi suất thấp (cao nhất là 30 triệu đồng/hộ, thời gian không quá 3 năm), tổ chức các lớp tập huấn kỹ năng nghề du lịch cho cộng đồng dân cư ở bản với mức 35 triệu đồng/lớp. Tính đến tháng 12/2019 Sơn La đã hỗ trợ cho 7 bản du lịch cộng đồng và 23 hộ gia đình tham gia kinh doanh du lịch cộng đồng [Trích theo nguồn của Sở Văn hoá Thể thao và Du lịch Sơn La (2019), *Báo cáo kết quả triển khai xây dựng chính sách phát triển du lịch cộng đồng và định hướng phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Sơn La đến năm 2020*].

Tại Điện Biên, các nội dung phát triển du lịch cộng đồng được đưa ra trong Đề án “Xây dựng bản văn hoá dân tộc để phát triển du lịch tỉnh Điện Biên năm 2015” đã được phê duyệt theo Quyết định số 1265/QĐ-UBND ngày 7/11/2011 của UBND tỉnh Điện Biên. Đề án đầu tư hỗ trợ 10 bản và nâng cấp 08 bản phục vụ đón du khách, tổng kinh phí đầu tư là 11 tỷ đồng. “Đề án tiếp tục bảo tồn và phát triển văn hoá các dân tộc tỉnh Điện Biên gắn với phát triển kinh tế - xã hội giai đoạn 2016 – 2020, định hướng đến năm 2025” được phê duyệt theo Quyết định số 1430/QĐ-UBND ngày 11/11/2016 của UBND tỉnh Điện Biên đã hỗ trợ đầu tư bảo tồn từ 03 bản văn hoá truyền thống dân tộc và 05 bản văn hoá – du lịch trở lên.

Tỉnh Lai Châu thực hiện Đề án *Phát triển du lịch Lai Châu giai đoạn 2016 – 2020* đã quy hoạch, xây dựng các bản văn hoá du lịch cộng đồng, khai thác, phát huy bản sắc văn hoá tốt đẹp của các dân tộc, điểm nhấn là loại hình du lịch homestay phục vụ du khách tham quan, trải nghiệm và dần trở thành sản phẩm du lịch đặc trưng, thu hút đông đảo khách trong nước và quốc tế, mang lại nguồn thu nhập cho người dân địa phương. Các bản văn hoá du lịch cộng đồng đã thu hút được khách đến tham quan, trải nghiệm (Bản Vàng Pheo, Bản Sin Suối Hồ, Bản Nà Khương,...) Tại các điểm du lịch cộng đồng thường xuyên duy trì đội văn nghệ và sinh hoạt văn hoá dân gian phục vụ khách du lịch. Ngoài ra, bảo tồn, phát triển sản phẩm chợ phiên trở thành sản phẩm du lịch hấp dẫn, thu hút khách tham quan, tìm hiểu.

- (19) Bản Sin Suối Hồ (người H'Mông), xã Sin Suối Hồ, Phong Thổ, Lai Châu, là một trong những làng du lịch cộng đồng tiêu biểu của cả nước. Bản hiện có 150 chỗ lưu trú, bằng 1/5

dân số. Người dân làm du lịch bằng sự sáng tạo, từ việc xếp đá làm đường, làm homestay, nhà ăn cho đến trang trí bản, thiết kế các hoạt động du lịch... Mọi kiến trúc được bảo tồn, phát huy tối đa văn hóa bản địa; sạch đẹp, thuần khiết. Năm 2019, bản đón gần 20 nghìn lượt khách. Các năm sau, lượng khách đến bản ngày càng nhiều hơn.

- (20) Theo thống kê của lãnh đạo các huyện phát triển mạnh du lịch cộng đồng như Đồng Văn, Quản Bạ, Mèo Vạc, tại mỗi điểm du lịch cộng đồng có tốc độ xóa đói, giảm nghèo nhanh gấp 3 lần so với những thôn/bản không làm du lịch; nguồn thu của các hộ làm dịch vụ du lịch cũng cao gấp từ 5 lần so với các hộ khác, đạt từ 25 - 60 triệu đồng/hộ/năm. Do vậy, cùng với những huyện phía Bắc, phía Tây và thành phố Hà Giang, hiện nay du lịch cộng đồng đang được nhân rộng tại các huyện khác. Đây cũng được coi là những địa điểm lý tưởng để phát triển du lịch cộng đồng khi sở hữu những điều kiện thuận lợi thu hút du khách khám phá như cảnh quan thiên nhiên, ẩm thực độc đáo và kho tàng di sản văn hóa văn nghệ dân gian đa dạng, đặc sắc.
- (21) UBND tỉnh Lào Cai ban hành Kế hoạch số 163/KH-UBND, ngày 09/05/2018 về việc thực hiện Dự án: “Phát triển du lịch cộng đồng gắn với xây dựng nông thôn mới tỉnh Lào Cai giai đoạn 2017 – 2020”. Hàng năm, Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch đều xây dựng kế hoạch triển khai cụ thể. Triển khai xây dựng mô hình thí điểm du lịch cộng đồng xã Tả Van. Triển khai thiết kế, sản xuất và phát hành công cụ xúc tiến, quảng bá về du lịch cộng đồng, gồm bản đồ du lịch cộng đồng, phim tài liệu truyền thông về du lịch cộng đồng, làm 10 biển chỉ dẫn giới thiệu về các làng du lịch cộng đồng. Thị xã Sa Pa đã hoàn thành xây dựng Quy chế quản lý hoạt động du lịch cộng đồng tại các xã trên địa bàn Thị xã Sa Pa tại Quyết định số 12/QĐ-UBND ngày 06/01/2017 của UBND huyện, ban hành và triển khai Kế hoạch số 101/KH-UBND ngày 27/3/2018 về việc phát triển du lịch cộng đồng giai đoạn 2018 – 2020, định hướng đến năm 2030.
- (22) Theo Báo cáo số 970-BC/TU của Tỉnh uỷ Lào Cai ngày 02 tháng 8 năm 2020 *Tổng kết Đề án số 03-ĐA/TU của về “Phát triển du lịch tỉnh Lào Cai giai đoạn 2016 -2020”*: Tỉnh Lào Cai được Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch, Tổng cục Du lịch ghi nhận là địa phương đứng đầu trong cả nước về phát triển hiệu quả mô hình du lịch cộng đồng homestay (*trên 340 cơ sở lưu trú homestay*, phổ biến tại các xã Tả Van, Tả Phìn, Lao Chải, Y Tý, Tả Chải, Na Hối, Bản Phố, Tả Van Chư, Bản Liền, Nghĩa Đô do người dân trực tiếp đầu tư và thực hiện). Đây là loại hình “du lịch xanh” được khách du lịch quốc tế yêu thích khám phá, hai năm liền (2016, 2017) đều được giải thưởng Homestay Asean (Giải thưởng du lịch cộng đồng của Hiệp hội du lịch các nước Asean tổ chức trao cho các khu vực phát triển du lịch cộng đồng sinh thái bền vững, giải được tổ chức thường niên hàng năm, tỉnh Lào Cai vinh dự 2 năm (2016 – 2017) được nhận giải thưởng này là các hộ dân tại xã Tả Van, Thị xã Sa Pa và xã Tả Chải, huyện Bắc Hà). Qua loại hình du lịch này, giúp quảng bá hình ảnh về đất nước và con người Lào Cai.
- (23) Chủ tịch UBND xã Tả Van Lê Mạnh Hào cho biết, cụm homestay Tả Van Giáy 1 là một trong năm cụm homestay của Việt Nam đoạt giải thưởng ASEAN. Hiện ở địa phương có khoảng 150 hộ dân sinh sống, thì có hơn 50 hộ đăng ký làm mô hình du lịch cộng đồng



(homestay), mỗi nhà có sức chứa từ 10 đến 20 người, trung bình vào mùa cao điểm, mỗi ngày phục vụ từ 200 đến 300 khách. Giá lưu trú một đêm tại Tả Van khá rẻ, dao động từ 100 đến 150 nghìn đồng, tùy hạng phòng [<https://baodantoc.vn/phat-trien-du-lich-cong-dong-o-sa-pa-1667894529335.htm>].

- (24) Trò đu quay (*et ao*) của người Nùng ở huyện Xín Mần (Hà Giang) được coi là độc đáo và thu hút sự quan tâm của nhiều khách du lịch vừa có sự mạo hiểm lại vừa khiến người chơi háo hức. Không chỉ biểu diễn tại cộng đồng, trò chơi này còn được mang đi biểu diễn tại các lễ hội lớn ở địa phương khác, mới đây nhất là biểu diễn tại lễ hội Tràng An ở khu du lịch sinh thái Tràng An của tỉnh Ninh Bình. Tại lễ hội, hình ảnh những nam thanh, nữ tú trong trang phục dân tộc Nùng ngồi trên đu quay, chơi ném còn hay các tiết mục mô phỏng về phong tục tín ngưỡng được các nghệ nhân huyện Xín Mần biểu diễn đã thu hút nhiều sự quan tâm của du khách. Ông David, du khách đến từ nước Anh, cho biết: *“Tôi đã đi rất nhiều điểm du lịch ở Việt Nam, mỗi vùng miền đều có nét đẹp riêng như: cái lương Nam Bộ, nhã nhạc Cung đình Huế, dân ca ví dặm Nghệ Tĩnh, công chiêng Tây Nguyên, quan họ Bắc Ninh..., nhưng đến với không gian nghệ thuật dân gian của huyện Xín Mần, tôi có cảm nhận sâu sắc về văn hóa vùng cao. Các tiết mục mà các bạn biểu diễn thật tuyệt vời, gần gũi với đời sống hàng ngày. Ngay chính các bộ trang phục của các nghệ nhân mặc để biểu diễn cũng đã thể hiện được điều đó. Chắc chắn tôi sẽ đến thăm Hà Giang, địa điểm mà tôi đã từng được nghe kể nhiều về cảnh sắc thiên nhiên hùng vĩ và con người thân thiện”* [Trích theo Văn Long (2019), *Văn hóa dân gian Xín Mần in đậm trong lòng du khách*, trên trang <http://baohagiang.vn>, truy cập ngày 6/5/2023].
- (25) Chủ trương hỗ trợ khai hoang, phục hoá ruộng bậc thang: Điển hình như ở tỉnh Hà Giang với mức hỗ trợ là 10 triệu đồng/ha và được bố trí từ nguồn vốn đầu tư phát triển ngân sách Trung ương bổ sung có mục tiêu cho các huyện nghèo 30a. Chính sách phát triển trồng tam giác mạch diện tích lớn những năm gần đây được tỉnh Hà Giang và các huyện thuộc Cao nguyên đá Đồi Văn xác định là một chiến lược không những góp phần thu hút du lịch, mà còn giúp giải quyết việc làm, tăng thu nhập, tăng hệ số sử dụng đất, tăng giá trị sản xuất trên diện tích đất nông nghiệp trồng cây hàng năm, giúp đa dạng hóa các cây trồng vụ đông và tăng sản lượng lương thực, giúp tạo vùng nguyên liệu phục vụ cho sản xuất bánh, kẹo, cất rượu, chế biến chè tam giác mạch. Khi quyết định đẩy mạnh đầu tư trồng loài hoa này, chính quyền đã hỗ trợ nông dân hạt giống để trồng mới các nương/vườn hoa tam giác mạch tại những điểm du lịch. Việc quy hoạch vùng trồng hoa kết hợp phục vụ Lễ hội hoa tam giác mạch hàng năm được bắt đầu từ năm 2015 và ngày càng chuyên nghiệp, hiệu quả hơn. Riêng huyện Đồi Văn xây dựng định mức hỗ trợ mua giống và phân bón là 3 triệu đồng/ha/năm và cho nông dân được hưởng 100% sản phẩm sản xuất ra [Dẫn theo Báo cáo Dự án *Nghiên cứu xây dựng chính sách bảo tồn và phát huy các giá trị văn hoá truyền thống độc đáo (tiêu biểu) của dân tộc thiểu số phục vụ phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Hà Giang* (2021), tr.70].
- (26) Tỉnh Lào Cai đã hình thành các khu sinh thái trải nghiệm nông nghiệp tại các xã Mường Khum, Y Tý, Trịnh Tường huyện Bát Xát; các xã Pha Long, Cao Sơn huyện Mường Khương; Du lịch sinh thái kết hợp du lịch văn hoá cộng đồng tại các xã Liêm Phú, Nậm

Tha, Khánh Yên Hạ (huyện Văn Bàn), Bản Xen, Lùng Vai, Bản Lầu (huyện Mường Khương). Du lịch sinh thái quê tại các xã: Nậm Đét, Cốc Lầu, Nậm Lức (huyện Bắc Hà), xã Xuân Hoà (huyện Bảo Yên). Du lịch sinh thái trải nghiệm nông nghiệp ứng dụng, trải nghiệm vườn cây ăn quả, sản phẩm nông nghiệp chất lượng cao tại các xã: Tà Chải, Thải Giàng Phố, Bản Phố, Na Hối, Tả Van Chư, Nậm Mòn, Lùng Cải, thị trấn Bắc Hà huyện Bắc Hà; trải nghiệm vùng trồng dâu nuôi tằm xã Bảo Hà, Cam Cọn, Lương Sơn, Xuân Thượng huyện Bảo Yên; trải nghiệm vùng sản xuất chè đặc sản Mường Khương, xã Thanh Bình, Tả Thàng huyện Mường Khương, xã Phú Thuận huyện Bảo Thắng [Trích theo Đề án số 03-ĐA/TU ngày 11 tháng 12 năm 2020 của Tỉnh uỷ Lào Cai về *Phát triển văn hoá, du lịch tỉnh Lào Cai, giai đoạn 2020 – 2025*].

- (27) Điển hình như ở Hà Giang, định hướng phát triển du lịch và dược liệu đã được quan tâm và đặt ra từ rất sớm. Từ năm 2011, UBND Tỉnh đã ban hành Đề án số 175/ĐA-UBND với mục đích cải tạo chăm sóc diện tích cây dược liệu lâu năm và trồng mới 4000 ha tạo vùng nguyên liệu tập trung thuận lợi cho thu hoạch và chế biến; Năm 2013 tỉnh đã thông qua quy hoạch tổng thể phát triển cây dược liệu tỉnh Hà Giang giai đoạn 2013-2020, định hướng đến năm 2025; Tỉnh đã thông qua Tuyên bố Panhou năm 2012 về phát triển du lịch gắn với xây dựng nông thôn mới; Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XVI, nhiệm kỳ 2015 – 2020 đã xác định: Phát triển dược liệu gắn với xóa đói, giảm nghèo và phát triển du lịch gắn với phát triển bền vững là 2 trong 5 chương trình trọng tâm. Tại hội nghị Du lịch và Dược liệu ngày 23/2/2019 tại Tả Phìn Hồ, 11 huyện và Thành phố đã ký tuyên bố chung về phát triển du lịch và dược.

Tỉnh Lào Cai xác định cây dược liệu là một trong những cây chủ lực mũi nhọn để phát triển. Theo thống kê của ngành nông nghiệp, toàn tỉnh có 850 loại cây thuốc, trong đó 78 loài có khả năng khai thác dược và gần 80 loài thuốc quý thuộc diện cần được bảo tồn. Đến hết năm 2021, Lào Cai có khoảng 3.500 ha trồng dược liệu, trong đó 140 ha với 11 loại cây dược Bộ Y tế đánh giá đạt tiêu chuẩn GACP - WHO trong sản xuất dược liệu. Mục tiêu giai đoạn 2022 - 2025 sẽ ổn định và phát triển vùng trồng dược liệu quy mô 4.000 ha, trong đó gồm phát triển sản phẩm dược liệu gắn với du lịch (5 nhóm sản phẩm dược liệu gắn với 5 điểm du lịch, 3 trực phát triển dược liệu gắn với văn hoá, du lịch). 5 nhóm sản phẩm dược liệu bao gồm: Thuốc tắm người Dao đỏ; sản phẩm làm đẹp và chất tẩy rửa hữu cơ từ dược liệu như tía tô, gừng, nghệ; các loại tinh dầu; thảo dược dùng trong ẩm thực; đông trùng hạ thảo.

Tại Sơn La, trong giai đoạn 2020-2025, tỉnh Sơn La dành riêng 250 tỷ đồng từ ngân sách tập trung phát triển 55 loài dược liệu quy mô lớn, giá trị kinh tế cao và bảo tồn 86.292 ha rừng đặc dụng có cây dược liệu dưới tán rừng. Tỉnh Sơn La đồng thời ban hành cơ chế, chính sách hỗ trợ thông qua nhiều nghị quyết về ban hành các chính sách đặc thù khuyến khích doanh nghiệp, hợp tác xã đầu tư phát triển cây dược liệu trên địa bàn tỉnh Sơn La giai đoạn 2015-2020 và các năm tiếp theo làm cơ sở kêu gọi, thu hút đầu tư dược liệu. Kết quả là đến cuối năm 2021, Sơn La có 14.388 ha cây dược liệu, sản lượng đạt 28.294 tấn [Dự án Quy hoạch phát triển cây dược liệu trên địa bàn tỉnh Sơn La đến năm 2020, định hướng đến năm 2030].

- (28) Chẳng hạn như tỉnh Hà Giang: Chương trình số 62-CTr/TU ngày 29/3/2013 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về *phát triển văn hóa gắn với du lịch giai đoạn 2013 - 2020* đã trực tiếp chỉ đạo công tác bảo tồn, khôi phục các kiến trúc cổ truyền của các dân tộc có giá trị phục vụ phát triển du lịch. Nghị quyết số 02-NQ-TU ngày 06/1/2016 của Ban chấp hành Đảng bộ tỉnh khóa XVI về *việc đưa kỹ năng sống và văn hóa truyền thống các dân tộc thiểu số vào giảng dạy trong các trường học trên địa bàn tỉnh Hà Giang*, đã góp phần nâng cao ý thức của lớp trẻ về giá trị văn hóa truyền thống, bao gồm những ngôi nhà dân gian của dân tộc, các di tích lịch sử - văn hoá, các danh lam thắng cảnh. Kế hoạch số 132/KH-UBND ngày 26/7/2013 của UBND tỉnh về *Kế hoạch thực hiện Chương trình phát triển Văn hóa gắn với Du lịch tỉnh Hà Giang giai đoạn 2013 - 2020*, là kế hoạch được triển khai và thực hiện dựa trên cơ sở Nghị quyết số 06-NQ/ĐH ngày 06/10/2010 của Đại hội Đảng bộ tỉnh Hà Giang lần thứ XV, nhiệm kỳ 2010 - 2015. Đề án số 09-ĐA/TU, ngày 21/7/2017 của Tỉnh ủy Hà Giang về *việc bảo tồn, khôi phục, phát huy giá trị văn hóa đặc trưng dân tộc Mông trên địa bàn tỉnh Hà Giang* trong đó có chú ý đến việc bảo tồn các di tích lịch sử - văn hoá, danh lam thắng cảnh, kiến trúc độc đáo những ngôi nhà truyền thống của dân tộc này. Kế hoạch 46/KH-SVHTTDL ngày 25/7/2017 của Sở văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Hà Giang về *việc Thực hiện Đề án “Bảo tồn, khôi phục phát huy giá trị văn hóa đặc trưng của dân tộc Mông trên địa bàn tỉnh Hà Giang” giai đoạn 2017 - 2020, định hướng đến năm 2030*.
- (29). Điển hình như tỉnh Cao Bằng đã ban hành Đề án số 19-ĐA/TU ngày 13/8/2019 về đổi mới công tác tuyên truyền, giáo dục truyền thống trên quê hương cách mạng Cao Bằng, giai đoạn 2019-2025, chủ động phối hợp các cơ quan thông tấn báo chí trung ương và địa phương thực hiện các clip quảng bá về di tích, danh thắng, văn hóa, sản phẩm du lịch và xây dựng chuyên trang, chuyên mục, chuyên đề tuyên truyền, giới thiệu về du lịch Cao Bằng, qua đó, hình ảnh về miền đất và con người Non nước Cao Bằng được thông tin rộng khắp trong và ngoài nước như chương trình Chào buổi sáng, Chuyển động 24h, S Việt Nam và các chuyên mục Câu chuyện văn hóa, Nẻo về nguồn cội trên VTV1, Chương trình Cafe sáng với VTV3,...

Tỉnh Hòa Bình đã đổi mới phương thức hoạt động quảng bá du lịch qua các phương tiện thông tin truyền thông; xây dựng Trang du lịch thông minh và kết nối thông tin phục vụ phát triển hoạt động quảng bá du lịch Hòa Bình bao gồm: Hệ thống Cổng thông tin du lịch, Ứng dụng Mobile Du lịch thông minh, Hạ tầng tích hợp dữ liệu - hệ thống báo cáo ngành du lịch, Lắp đặt 08 hệ thống wifi công cộng tại 3 khu vực du lịch trọng điểm trong tỉnh là: Khu du lịch hồ Hòa Bình, Khu du lịch Mai Châu và Điểm du lịch Chùa Tiên Lạc Thủy. Tỉnh cũng thực hiện tuyên truyền quảng bá du lịch Hòa Bình tại các hội chợ, lễ hội, liên hoan du lịch, ngày hội du lịch, tuần văn hóa du lịch tại các tỉnh, thành phố trong cả nước như: Liên hoan du lịch cộng đồng 8 tỉnh Tây Bắc mở rộng thu hút được 14 làng du lịch cộng đồng tiêu biểu của khu vực Tây Bắc và một số tỉnh miền Trung tham gia; Hội chợ Du lịch quốc tế Việt Nam - VITM Hà Nội, Hội chợ Du lịch quốc tế ITE Thành phố Hồ Chí Minh từ năm 2017 đến 2019; Hội chợ Quốc tế Thương mại Du lịch và Đầu tư Hành lang

kinh tế Đông Tây - Đà Nẵng năm 2019 và 2020; Chương trình Năm du lịch Quốc gia 2019 Nha Trang – Khánh Hòa...

Tỉnh Lai Châu cũng tiến hành tăng cường các hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch thông qua các sự kiện như: ngày hội du lịch thành phố Hồ Chí Minh, lễ hội Hoa Ban Điện Biên, hội chợ du lịch quốc tế thường niên: VITM Hà Nội, ITE thành phố Hồ Chí Minh...; trên các website: laichau.tourism.vn, dulichtaybac.vn, vietnamtourism.gov.vn, Tạp chí Du lịch Việt Nam, báo du lịch, hệ thống các trang mạng xã hội...; ký kết với tổng đài Viettel, Vinaphone triển khai 547.620 tin nhắn quảng bá du lịch qua thuê bao di động của du khách khi đến tỉnh Lai Châu. Phối hợp với Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Truyền hình kỹ thuật số VTC thực hiện các chương trình quảng bá, trải nghiệm thực tế: “Nét đẹp dân gian”, “Nét ẩm thực Việt”, “S-Việt Nam - Hương vị cuộc sống”, “Phong tục Việt”... Đặt 11 booth thông tin du lịch tại các bến xe, khách sạn trên địa bàn tỉnh; in ấn, phát hành 5.500 bản đồ du lịch, 500 cuốn sách ảnh du lịch, 5.100 tờ rơi du lịch bằng song ngữ Việt - Anh và thường trực hỗ trợ tư vấn, cung cấp thông tin về các điểm du lịch cho các hãng lữ hành, du khách qua điện thoại và hộp thư điện tử...

Tỉnh Bắc Giang đã xây dựng Trung tâm Thông tin và Xúc tiến Du lịch đã triển khai xây dựng, cập nhật thông tin và khai thác Cổng du lịch thông minh tại địa chỉ: <https://mybacgiang.vn/>, giúp các cơ sở kinh doanh du lịch giới thiệu và tiếp thị sản phẩm và cho phép du khách tra cứu, tìm kiếm thông tin về địa điểm du lịch, nhà hàng, khách sạn và các dịch vụ tiện ích khác thông qua hệ thống định vị vị trí. Thực hiện lắp đặt, thay nội dung Pano tuyên truyền tầm lớn trên quốc lộ 1A và lắp đặt 06 hệ thống biển chỉ dẫn đến di tích quốc gia đặc biệt An toàn khu II. Phối hợp với Đài, tạp chí Trung ương xây dựng kịch bản tuyên truyền quảng bá du lịch với nội dung “Xứ sở vải thiều Lục Ngạn, thương hiệu du lịch nông nghiệp điển hình của Việt Nam.

- (30) Bảo tàng Văn hoá các dân tộc Việt Nam thuộc địa bàn tỉnh Thái Nguyên, là công trình kiến trúc to, đẹp, một trung tâm văn hoá lớn với chức năng nhiệm vụ: Nghiên cứu, sưu tầm, kiểm kê, bảo quản, trưng bày, tuyên truyền và phát huy vốn di sản văn hoá truyền thống của các dân tộc Việt Nam trên phạm vi cả nước.
- (31) Nhà hát ca múa nhạc dân gian Việt Bắc thuộc địa bàn tỉnh Thái Nguyên, là một thiết chế văn hóa có kiến trúc nổi bật đặc trưng của vùng núi rừng Việt Bắc với điểm nhấn của công trình là hình ảnh cọn nước trên nóc nhà hát, vòm mái uốn lượn như dòng suối. Nhà hát có khán phòng biểu diễn chính sức chứa 1.200 ghế, và 2 phòng khán nhỏ 200 ghế có thể tổ chức chương trình nghệ thuật nhỏ, hội nghị, hội thảo,... tất cả các phòng khán đều được đầu tư đồng bộ trang thiết bị âm thanh, ánh sáng hiện đại. Nhà hát là nơi hội tụ của các nghệ nhân, nghệ sĩ, nơi bảo tồn tinh hoa văn hoá dân tộc vùng Việt Bắc, văn hoá các dân tộc trên toàn quốc, là điểm đến thưởng thức văn hoá nghệ thuật của người dân Thái nguyên và các tỉnh lân cận.
- (32) Hầu hết các làng được xây dựng theo mô hình du lịch cộng đồng kết hợp du lịch sinh thái, tại đó du khách trải nghiệm văn hóa và ẩm thực của đồng bào dân tộc. Mỗi làng lại có một bản sắc riêng tùy theo truyền thống và vị trí địa lý. Mô hình du lịch này đã mang lại cho

người dân địa phương nguồn sinh kế mới đồng thời phát huy được vai trò sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch. Các làng du lịch cộng đồng tiêu biểu như: Bản Sin Suối Hồ (Lai Châu); Làng văn hóa du lịch cộng đồng Nặm Đăm (Hà Giang); Bản Cát Cát (Lào Cai);...

- (33) Không gian văn hóa Trà Tân Cương được xây dựng năm 2011 trên diện tích 2,6 ha, bao gồm nhà trưng bày, lưu giữ các giá trị văn hóa vật thể, phi vật thể của trà, thưởng trà và sân lễ hội ngoài trời. Khu nhà trưng bày được xây dựng với kiến trúc tinh tế, trang nhã, mái ngói màu xanh đặc trưng của chè. Bên cạnh là những vườn chè xanh mướt. Từ nhiều năm nay, Không gian văn hóa Trà Tân Cương là nơi tổ chức Festival Trà Thái Nguyên, nơi tham quan, trải nghiệm nghề trồng, chế biến chè, giới thiệu sản phẩm trà và thưởng lãm trà của du khách trong nước và ngoài nước.
- (34) Hoa tam giác mạch không chỉ là một loài hoa bình thường ở các vùng núi phía Bắc. Mà hoa tam giác mạch có một ý nghĩa vô cùng đặc biệt quan trọng gắn liền với đời sống tinh thần của những dân cư bản địa. Lễ hội hoa tam giác mạch thường được tổ chức đúng vào mùa hoa nở rộ. Tức là vào khoảng thời gian từ đầu tháng 10 đến cuối tháng 12. Địa điểm tổ chức lễ hội hoa tam giác mạch là ở 4 huyện vùng cao nguyên đá (Đông Văn, Quán Bạ, Yên Minh, Mèo Vạc) và thành phố Hà Giang. Lễ hội hoa tam giác mạch được tổ chức với ý nghĩa tôn vinh các giá trị di sản văn hóa. Cũng như quảng bá du lịch, văn hóa của người dân tộc thiểu số ở Đông Bắc. Chính nhờ vào sự kiện lễ hội hoa tam giác mạch này. Mà nhiều du khách đã biết đến sự tồn tại và nổi tiếng hơn của loài hoa hấp dẫn này.
- (35) Quần thể danh thắng Quốc gia ruộng bậc thang Mù Cang Chải với tổng diện tích 330 ha, được tổ chức hàng năm vào mùa lúa chín đầu tháng 9. Lễ hội nhằm giới thiệu, quảng bá các giá trị văn hóa vật thể, phi vật thể và sản phẩm du lịch đặc sắc của Yên Bái tới du khách trong nước và quốc tế. Qua đó sẽ góp phần thúc đẩy nền kinh tế du lịch ở đây cũng như tạo nên mối liên kết phát triển du lịch bền vững giữa các địa phương trong tỉnh với các tỉnh trong khu vực Tây Bắc.
- (36) Bắt đầu từ năm 2004, Tuyên Quang thường xuyên tổ chức sự kiện rước đèn lồng mỗi dịp Tết Trung thu cho trẻ em. Những chiếc đèn lồng Trung Thu nổi bật được trưng bày trong lễ diễu hành tại thành phố Tuyên Quang, trước mỗi đêm rằm tháng 8. Lễ hội có sự tham gia của người dân các phường tại Tp Tuyên Quang, từ các huyện của tỉnh Tuyên Quang cũng như thu hút sự tham gia của hàng nghìn du khách mỗi năm.
- (37) Theo thống kê sơ bộ vào ngày 10/10/2020, người Mông đã có 20 trang mạng xã hội lớn, mang tính chất quốc tế như: HMOOB PUV NTIAJ TEB (39.239 người thích, 129.320 người theo dõi); Hmoob kev lom zem (11.024 người thích, 45378 người theo dõi); Txujci Hmoob (15.560 người thích, 45.378 người theo dõi); HMOOB PUV NTIAJ (36.240 người thích, 129.330 người theo dõi), v.v.. Người Dao có 27 trang mạng, trong đó có nhóm Cộng đồng dân tộc Dao mới xuất hiện từ ngày 8/8/2018 nhưng có số người tham gia rất đông, khoảng 149.500 thành viên; nhóm Bản sắc dân tộc Dao Áo dài xuất hiện khá sớm (ngày 26/10/2014) với tổng số thành viên là 21.000 người, nhóm Hội dân tộc Dao toàn quốc có 11.000 thành viên,... Người Thái cũng có khoảng hơn 30 nhóm; trong đó lớn nhất là nhóm

Facebook người Thái với 720.000 thành viên, nhóm Bản Thái với 73.000 thành viên, nhóm Vẻ đẹp dân tộc Thái với 54.000 thành viên... Các trang và nhóm Facebook của người Mông, Thái, Dao đều có mối quan hệ xuyên quốc gia. Số người tham gia đông đảo mang tính chất cộng đồng, tộc người. Họ là cư dân các nước Đông Nam Á, Pháp, Mỹ. Các nhóm Facebook này đề cao các bản sắc tộc người, ý thức cố kết tộc người mang tính chất toàn cầu, “đánh thức” và lan tỏa rộng khắp ý thức tộc người trong cộng đồng. Mạng xã hội còn hình thành nhiều trang, nhóm tuyên truyền, quảng bá về phong tục tập quán, ẩm thực, lễ hội, di sản văn hóa, văn nghệ các tộc người. Trong cộng đồng người Dao ở Lào Cai đã xuất hiện những Youtuber nổi tiếng như Đặng Văn Giáo, Hoàng Quốc Vinh... Họ vừa mở các trang giới thiệu, quảng bá về văn nghệ người Dao, vừa đưa lên Youtube các phong tục tập quán, lễ hội độc đáo của người Dao. Âm thực Thái đã được các nhóm cộng đồng người Thái Mường Lò, Mường La thường xuyên giới thiệu trên mạng xã hội.

- (38) Đến thời điểm 2020, ở cấp tỉnh và huyện ở hầu hết các địa phương ở khu vực miền núi phía Bắc vẫn chưa có một văn bản chính thức/pháp lý nào về việc gìn giữ và phát huy giá trị của văn hóa cảnh quan thôn/bản truyền thống, nhất là việc giữ gìn các hàng rào đá ở nhiều dân tộc vùng cao nguyên đá Đồi Vãn, không gian bố trí thôn/bản, kiến trúc nhà ở và khuôn viên liên quan đến không gian chung của cộng đồng,... Những giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể phục vụ nhu cầu hằng ngày chưa được nhận diện và đánh giá đúng, thậm chí bị xem nhẹ trong quá trình thực hiện các chính sách phát triển kinh tế - xã hội.
- (39) Đến thời điểm 2020, ở cấp tỉnh và huyện ở hầu hết các địa phương ở khu vực miền núi phía Bắc vẫn chưa có một văn bản chính thức/pháp lý nào về việc gìn giữ và phát huy giá trị của văn hóa cảnh quan thôn/bản truyền thống, nhất là việc giữ gìn các hàng rào đá ở nhiều dân tộc vùng cao nguyên đá Đồi Vãn, không gian bố trí thôn/bản, kiến trúc nhà ở và khuôn viên liên quan đến không gian chung của cộng đồng,... Những giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể phục vụ nhu cầu hằng ngày chưa được nhận diện và đánh giá đúng, thậm chí bị xem nhẹ trong quá trình thực hiện các chính sách phát triển kinh tế - xã hội.
- (40) Chẳng hạn như tỉnh Lào Cai, mặc dù là địa phương đi đầu trong phát triển kinh tế du lịch cộng đồng nhưng hiện nay trên địa bàn toàn tỉnh mới thành lập được 04 Ban Quản lý du lịch cộng đồng của 4 xã thuộc thị xã Sa Pa gồm Tả Van, Bản Hồ, Tả Phìn và Hầu Thào; còn lại chưa thành lập được Ban Quản lý du lịch cộng đồng; hoạt động của Ban Quản lý cũng chưa thật sự hiệu quả, chưa phát huy được hết chức năng nhiệm vụ theo quy chế quản lý đề ra [Theo Báo cáo số 970-BC/TU ngày 05 tháng 8 năm 2020 của Tỉnh ủy Lào Cai về *Tổng kết Đề án số 03-ĐA/TU về “Phát triển du lịch tỉnh Lào Cai giai đoạn 2016 – 2020*].
- (41) Điển hình như hình ảnh “Nữ hoàng băng giá Elsa” với khuôn mặt hơi lệch theo đúng động tác xoay người đặt giữa khung cảnh mênh mông núi rừng xanh biếc của Sa Pa được đưa lên một fanpage về tỉnh Lào Cai trong thời gian qua đã lập tức thu hút sự chú ý của cộng đồng mạng. Khách du lịch đến với Sa Pa vì yêu thích nét đẹp hoang sơ của thiên nhiên và bản sắc dân tộc vùng cao nơi đây, nếu các doanh nghiệp kinh doanh du lịch không giữ được những gì tự nhiên, mộc mạc của núi rừng Tây Bắc thì sẽ làm mất đi vẻ đẹp thiên nhiên tráng lệ đó bằng những công trình xây dựng “nửa mùa thiếu tính thẩm mỹ”, từ đó ảnh

hưởng và là trở lực phát huy sức mạnh mềm văn hoá trong phát triển kinh tế du lịch ở khu vực miền núi phía Bắc hiện nay.

- (42) Một nghệ nhân người Pu Péo ở thôn Chúng Chải, xã Phó Là rất tâm trạng vì đang hào hứng truyền dạy cho học sinh những bài dân ca, trò chơi dân gian và trích đoạn trong lễ cúng thần rừng để các em nhỏ hiểu hơn về phong tục của dân tộc mình, thì nhân được thông báo tạm nghỉ: *“Bọn trẻ ở trường quý tôi lắm, cứ đến giờ học về văn hóa truyền thống là cùng nhau gọi thầy Duẩn, hát dân ca thì hơi khó nên bạn nào có năng khiếu mới học được, còn trò chơi dân gian có nhiều thú vị nên rất lôi cuốn bọn trẻ... Giờ không được dạy chúng thêm cũng thấy tiếc vì còn nhiều thứ chưa truyền đạt hết”*. Trong khi đó ý kiến của đại diện lãnh đạo trường cho hay: *“Do kinh phí nhà trường hạn hẹp, đường xá từ nhà các cụ nghệ nhân đến trường khá xa và hiểm trở, vì thế nhà trường cũng không thể duy trì việc đưa đón các cụ. Có nghệ nhân rất nhiệt tình, vì thế nhà trường chúng tôi cũng ái ngại khi chỉ trả thù lao ít ỏi hay có buổi phải trả bằng gói bánh kẹo cho các cụ”* (cô H, Trường Phổ thông cơ sở bán trú Phó Là, huyện Đồng Văn). Vì khó khăn đó nên các thầy cô phụ trách Đội, Đoàn và chủ nhiệm lớp tự tìm tòi các trò chơi dân gian, văn nghệ dân gian, nghề thủ công qua tài liệu tập huấn ở Phòng Giáo dục hoặc học hỏi từ trường khác để truyền dạy cho các em [Dẫn theo Báo cáo Dự án *Nghiên cứu xây dựng chính sách bảo tồn và phát huy các giá trị văn hoá truyền thống độc đáo (tiêu biểu) của dân tộc thiểu số phục vụ phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Hà Giang* (2021), tr.243].
- (43) Theo số liệu thống kê, tỉnh Lạng Sơn có 586 di tích với 4 loại hình gồm: 248 di tích lịch sử, 44 di tích khảo cổ, 250 di tích kiến trúc nghệ thuật, 44 di tích danh lam thắng cảnh. Hiện có 123 di tích đã được xếp hạng, bao gồm: 1 khu di tích quốc gia đặc biệt, 27 di tích cấp quốc gia, 95 di tích xếp hạng cấp tỉnh. Từ năm 2011 đến nay, đã có 42 điểm, khu di tích và cơ sở thờ tự được đầu tư tôn tạo với tổng kinh phí hơn 79 tỷ đồng. Tuy nhiên, tính đến hết năm 2016, toàn tỉnh mới có 4/123 điểm, khu di tích được quy hoạch; 61/123 điểm, khu di tích được khoanh vùng, bảo vệ; 23/123 điểm, khu di tích được cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất. Qua kiểm tra, rà soát có 32/123 điểm, khu di tích bị xâm hại, lấn chiếm. Điển hình như: xây dựng trái phép điện thờ Yên Yên tại Khu du lịch Mẫu Sơn (Lộc Bình); trùng tu, tôn tạo trái phép và làm biến đổi di tích tại đền Mẫu Đồng Đăng, đền Quan Đồng Đăng (Cao Lộc), đền Bắc Lệ (Hữu Lũng); vi phạm hành lang di tích núi Phai Vệ (thành phố Lạng Sơn)... Quản lý sử dụng trái mục đích nguồn thu công đức với số tiền hơn 114 triệu đồng tại đền Bắc Lệ và 30 triệu đồng tại chùa Tam Thanh (thành phố Lạng Sơn) [<https://baolangson.vn/xa-hoi/52160-han-che-trong-quan-ly-khai-thac-phat-huy-gia-tri-di-tich.html>].
- (44) Khảo sát các làng văn hoá du lịch cộng đồng ở một số nơi thuộc địa bàn tỉnh Hà Giang như thôn Nậm Đăm, thôn Quảng Hạ, thôn Lô Lô Chải, hay Nhà văn hóa cộng đồng thôn Nậm Lương cho thấy, văn hóa ẩm thực chưa phát huy hết vai trò trong phục vụ phát triển du lịch cộng đồng. Ở một số nơi, dịch vụ ăn uống trong các homestay còn đơn điệu, mang tính tự phát, thiếu định hướng. Các món ăn mà chủ nhà có thể phục vụ chưa chú trọng khai thác ẩm thực truyền thống mà đa phần là các món mang tính thông dụng, tiện lợi, dễ làm và của dân tộc Kinh như cơm trắng, gà luộc, thịt lợn nướng, cá nướng, trứng rán, các loại

rau xanh,... Ghi nhận từ một số du khách ở thôn Nậm Đăm và thôn Lô Lô Chải cho thấy, thực đơn nghèo nàn và thiếu tính bản sắc dân tộc trong dịch vụ ăn uống ở các homestay nơi đây đã là một trong những nguyên nhân khiến cho thời gian lưu trú của khách không nhiều, thường chỉ trong ngày hoặc sang ngày thứ hai. Vấn đề xem nhẹ vai trò của văn hóa ẩm thực của chính quyền và người dân trong việc tạo sức hút của điểm đến cũng thể hiện rõ ở Nhà văn hóa cộng đồng thôn Nậm Lương khi Nhà văn hóa này được xây dựng từ “*Dự án bảo tồn thôn truyền thống dân tộc Bó Y*”, nhưng người được giao cho quản lý và kinh doanh dịch vụ lưu trú tại Nhà văn hóa này lại là một phụ nữ người Dao (lấy chồng là người Bó Y). Và thực tế đang diễn ra là, du khách được trải nghiệm văn hóa trong một ngôi nhà cộng đồng của người Bó Y, nhưng việc phục vụ lưu trú, giới thiệu văn hóa truyền thống của người Bó Y lại là người dân tộc Dao và ẩm thực mà du khách được phục vụ cũng đa phần là món ăn của người Dao<sup>1</sup> [Theo Báo cáo Dự án *Nghiên cứu xây dựng chính sách bảo tồn và phát huy các giá trị văn hoá truyền thống độc đáo (tiêu biểu) của dân tộc thiểu số phục vụ phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Hà Giang* (2021)].

- (45) Có thể kể đến một số trường hợp các cơ quan truyền thông phản ánh như: Tháng 1/2023 một nhà hàng ở Sapa (Lào Cai) bị phạt 7.5 triệu đồng vì tự ý nâng giá so với niêm yết. Hai du khách người Thái Lan gọi một đĩa lợn rừng nướng, hai đĩa cơm gà, một chai nước suối và một chai nước ngọt. Tổng hóa đơn là 925.000 đồng, cao hơn giá niêm yết hơn 600.000 đồng.
- (46) Tỉnh Điện Biên mặc dù là điểm du lịch được biết đến từ hàng chục năm nay nhưng hiện toàn tỉnh chỉ có 142 cơ sở lưu trú (trong đó có 19 khách sạn từ 1 đến 4 sao). Còn trên địa bàn Hà Giang cũng chỉ có 239 cơ sở lưu trú. Trong khi đó, ở Lâm Đồng, toàn tỉnh này có đến 1.399 cơ sở lưu trú du lịch, trong đó có 426 khách sạn từ 1-5 sao. Còn ở Quảng Nam, toàn tỉnh có 570 cơ sở lưu trú du lịch, trong đó hơn 90% cơ sở phân bố tại Hội An. Nhưng đây cũng không phải là “điểm nghẽn” khiến các địa phương này chưa khai thác được tiềm năng để phát triển du lịch. Mặc dù cơ sở lưu trú còn ít nhưng ngày thường vẫn đủ đáp ứng nhu cầu của du khách; tình trạng “quá tải” chỉ rơi vào dịp lễ lớn. [Sỹ Hào (2019), Các tỉnh miền núi phía Bắc: Làm gì để khai thác “mỏ vàng” du lịch?, <https://baodantoc.vn/cac-tinh-mien-nui-phia-bac-lam-gi-de-khai-thac-mo-vang-du-lich-30377.htm>].
- (47) Bộ tiêu chí quốc gia xây dựng NTM ở 02 giai đoạn (2010-2016; 2016-2020) gồm 19 tiêu chí, trong đó lĩnh vực văn hóa có 2 tiêu chí: Tiêu chí thứ 6 (về cơ sở vật chất văn hóa) và tiêu chí 16 (về văn hóa); Quyết định 491/QĐ-TTg ngày 16/4/2009; Quyết định 1980/QĐ-TTg ngày 17/10/2016; Quyết định số 22/QĐ-TTg ngày 05/01/2010 phê duyệt Đề án Phát triển văn hóa nông thôn đến năm 2015, định hướng đến năm 2020; Quyết định số 1730/QĐ-TTg ngày 05/9/2016 của Thủ tướng Chính phủ phong trào thi đua “cả nước chung sức xây dựng nông thôn mới” giai đoạn 2016 - 2020; Thủ tướng Chính phủ phát động Phong trào “Cả nước chung sức xây dựng nông thôn mới”, Phong trào đã và đang được triển khai thực hiện đồng bộ; diễn ra sôi nổi, rộng khắp các địa phương trên cả nước, ở mọi lĩnh vực đời sống xã hội, thu hút sự tham gia và phát huy được sức mạnh của cả cộng đồng, xã hội, v.v..



(48) Trong Đề án phát triển du lịch giai đoạn 2021-2025, định hướng đến năm 2030, tỉnh Thái Nguyên: Dự án phát triển du lịch cộng đồng, nông nghiệp, nông thôn đã đưa ra dự kiến kinh phí 52 tỷ đồng nhằm hỗ trợ phát triển cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật tại 05 điểm ưu tiên phát triển du lịch cộng đồng, nông nghiệp, nông thôn (dự toán kinh phí 10 nghìn tỷ; 5 dự án xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch (dự toán 30, 5 tỷ đồng); 5 dự án đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch (dự toán 7 tỷ đồng); 5 dự án về công tác xúc tiến, phân phối sản phẩm du lịch (dự toán 4,5 tỷ đồng). Dự kiến hàng năm bố trí 20 tỷ đồng cho công tác tu bổ, tôn tạo di tích trong dự án xây dựng các sản phẩm du lịch tâm linh, về nguồn. Dự kiến kinh phí đầu tư 59,1 tỷ đồng trong Dự án Xây dựng sản phẩm du lịch khám phá hang động mạo hiểm nhằm đầu tư cho các hạng mục: Khảo sát, tính toán, xác lập khu vực triển khai sản phẩm du lịch khám phá hang động mạo hiểm (3 dự án, dự toán 300 tỷ đồng); Xây dựng, lấy ý kiến, phổ biến, tuyên truyền quy chế tham gia, hoạt động của sản phẩm du lịch khám phá hang động mạo hiểm (1 dự án, dự toán 100 tỷ đồng); Xác lập hệ thống thông tin, biển báo (3 dự án, dự toán 1.500 tỷ đồng); Xây dựng hệ thống giao thông nội bộ, đường dẫn (3 dự án, dự toán 48.000 tỷ đồng); Cải tạo cảnh quan (3 dự án, dự toán 3.000 tỷ đồng); Thiết lập khu vực trưng bày, kinh doanh sản phẩm địa phương (3 dự án, dự toán 3.200 tỷ đồng); Hỗ trợ tổ chức các sự kiện, lễ hội (3 điểm x 2 sự kiện x 2 năm, tổng 12 dự án, kinh phí 3.000 tỷ đồng).

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

### Tài liệu tiếng Việt

1. Trần Thúy Anh (2014), *Giáo trình du lịch văn hóa*, Nxb Giáo dục Việt Nam, Hà Nội.
2. Huỳnh Công Bá (2015), *Đặc trưng và sắc thái văn hóa vùng – tiểu vùng ở Việt Nam*, Nxb Thuận Hóa, Thừa Thiên Huế.
3. Hồ Tú Bảo (2010), “Kinh tế tri thức ở Việt Nam”, *Tạp chí Tia sáng*, số 64, Hà Nội, tr.18.
4. Nguyễn Duy Bắc (2021), “Phát huy sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam trong bối cảnh mới“, *Tạp chí Văn hóa nghệ thuật*, số 473, tháng 9, tr.12-16.
5. Trần Văn Bính (2004), *Văn hoá các dân tộc Tây Bắc thực trạng và những vấn đề đặt ra*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
6. Trần Bình (2011), *Văn hóa mưu sinh của các dân tộc thiểu số vùng Đông Bắc Việt Nam*, Nxb Thời đại, Hà Nội.
7. Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Viện chiến lược phát triển (2010), *Các vùng, tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương – Tiềm năng và triển vọng đến năm 2020*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
8. Bùi Thị Kim Chi (2014), *Một số vấn đề đặt ra trong việc giữ gìn và phát huy giá trị văn hóa tộc người*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
9. Chính phủ nước CHXHCN Việt Nam (2019), “Đề án tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi, vùng có điều kiện đặc biệt khó khăn giai đoạn 2021 – 2030”.
10. Chính phủ (2014), Nghị quyết số 92/NQ-CP về một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch Việt Nam trong thời kỳ mới, <https://thuvienphapluat.vn/>.
11. Khổng Diễm (1996), *Những đặc điểm kinh tế - xã hội của các dân tộc miền núi phía Bắc*, Nxb Khoa học xã hội.
12. Nguyễn Thị Kim Dung, Trần Thị Nhuận (2017), *Xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam trong thời kỳ hội nhập đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững của đất nước theo Tư tưởng Hồ Chí Minh*, Nxb Lao động xã hội, Hà Nội.

13. Đinh Xuân Dũng (chủ biên) (2013), *Văn hóa trong chiến lược phát triển của Việt Nam*, Nxb Chính trị quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
14. Đảng Cộng sản Việt Nam (1996), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VIII*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
15. Đảng Cộng sản Việt Nam (1998), *Văn kiện Hội nghị lần thứ năm Ban Chấp hành Trung ương khóa VIII*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
16. Đảng Cộng sản Việt Nam (2001), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ IX*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
17. Đảng Cộng sản Việt Nam (2006), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
18. Đảng Cộng sản Việt Nam (2011), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
19. Đảng Cộng sản Việt Nam (2014), *Nghị quyết Hội nghị lần thứ chín, Ban chấp hành Trung ương Đảng khóa XI*.
20. Đảng Cộng sản Việt Nam (2016), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
21. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, tập 1, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
22. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, tập 2, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
23. Bé Viết Đăng (1978), *Các dân tộc ít người ở Việt Nam (các tỉnh phía Bắc)*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.
24. Bé Viết Đăng (chủ biên) (1993), *Những biến đổi về kinh tế - văn hóa ở các tỉnh miền núi phía Bắc*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.
25. Bé Viết Đăng (chủ biên) (1996), *Các dân tộc thiểu số trong sự phát triển kinh tế - xã hội miền núi*, Nxb Văn hóa dân tộc, Hà Nội.
26. Nguyễn Văn Đính, Trần Thị Minh Hòa (2005), *Giáo trình kinh tế du lịch*, Nxb Lao động xã hội, Hà Nội.
27. Phan Văn Đoàn (2016), “Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực ngành du lịch

- đến năm 2020, tầm nhìn 2030”, Tạp chí *Quản lý Nhà nước*, số 242, tr.71-74.
28. Ninh Văn Độ (chủ biên) (2003), *Văn hoá truyền thống các dân tộc Tày, Dao, Sán Dìu ở Tuyên Quang*, Nxb Văn hoá dân tộc, Hà Nội.
  29. Trần Độ (1986), *Khái niệm và quan niệm về văn hóa*, Viện Văn hóa, Hà Nội.
  30. Phạm Văn Đông (1994), *Văn hóa và đổi mới*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
  31. Nguyễn Văn Đính, Trần Thị Minh Hòa (Chủ biên) (2005), *Giáo trình kinh tế du lịch*, Nxb Lao động xã hội, Hà Nội.
  32. Phạm Duy Đức (2008), *Quan điểm của Chủ nghĩa Mác – Lênin về văn hóa*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội
  33. Phạm Duy Đức (chủ biên) (2010), *Phát triển văn hóa Việt Nam giai đoạn 2011 - 2020 - Những vấn đề về phương pháp luận*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
  34. Dương Thị Thu Hà (2018), “Góp bàn về sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam”, Tạp chí *Nghiên cứu văn hóa*, (23), tr. 89-94.
  35. Đỗ Thị Vân Hà (2019), “Đa dạng văn hóa – tiềm năng của sức mạnh mềm Việt Nam”, Tạp chí *Lý luận chính trị*, (11), tr. 78-83.
  36. Phạm Minh Hạc (1996), *Phát triển văn hóa, giữ gìn và phát huy bản sắc dân tộc kết hợp với tinh hoa nhân loại*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.
  37. Trần Thị Hồng Hạnh (2018), “Một số đề xuất đối với vấn đề nghiên cứu chính sách du lịch ở Việt Nam hiện nay”, Tạp chí *Quản lý nhà nước*, số 4/2018, tr.63-65.
  38. Đỗ Đình Hăng (chủ biên) (2007), *Lý luận văn hóa và đường lối văn hóa của Đảng*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
  39. Lê Thúy Hằng (2015), “Những công cụ cơ bản tạo nên “sức mạnh mềm” ở một số quốc gia châu Á”, Tạp chí *Lý luận chính trị và Truyền thông*, số tháng 3, tr. 83-86.
  40. Nguyễn Hùng Hậu (2018), “Sức mạnh mềm Việt Nam: từ truyền thống đến hiện đại”, Tạp chí *Lý luận chính trị* điện tử, <http://lyluanchinhtri.vn/>.
  41. Vũ Thị Phương Hậu (2021), *Phát huy sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam*, Tạp chí Tuyên giáo, <https://tuyengiao.vn/>.

42. Nguyễn Ngọc Hòa (2020), “Phát huy sức mạnh mềm quốc gia từ giá trị văn hóa dân tộc”, Tạp chí *Tuyên giáo*, (2), tr. 53-56.
43. Dương Đình Hiền (2019), *Tổng quan về phát triển du lịch các tỉnh vùng Đông Bắc và những vấn đề đặt ra*, Viện Nghiên cứu phát triển du lịch, <http://itdr.org.vn/>.
44. Lại Phi Hùng (2013), *Xu hướng biến đổi cấu trúc văn hóa vùng ở các tỉnh phía Bắc Việt Nam*, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
45. Nguyễn Văn Huyền (Chủ biên) (2006), *Văn hóa mục tiêu và động lực của sự phát triển xã hội*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
46. Nguyễn Văn Huyền (2017), *Giá trị truyền thống Việt Nam - sức mạnh mềm của sự trường tồn và phát triển Việt Nam*, Kỷ yếu Hội thảo Khoa học Quốc tế “Sức mạnh mềm Ấn Độ, sức mạnh mềm Việt Nam trong bối cảnh khu vực hóa, toàn cầu hóa”, Hà Nội.
47. Đoàn Công Huỳnh (2018), *Nghiên cứu sức mạnh mềm và đề xuất giải pháp quảng bá hình ảnh quốc gia thông qua sức mạnh mềm của Việt Nam*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, Mã số ĐT 053/18, Chủ trì: Bộ Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
48. Hoàng Thị Hương (2018), *Mối quan hệ giữa phát triển kinh tế với giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa các dân tộc thiểu số ở miền núi phía Bắc Việt Nam hiện nay*, Nxb Lý luận chính trị, Hà Nội.
49. Ngô Thị Hương (2019), “Bản sắc văn hóa các dân tộc thiểu số vùng Đông Bắc Việt Nam”, Tạp chí *Khoa học xã hội Việt Nam*, số 6, tr. 42-48.
50. Vũ Ngọc Khánh (1998), *Sơ lược truyền thống văn hóa dân tộc thiểu số Việt Nam*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
51. Trần Nguyên Khang (2018), *Sức mạnh mềm của Pháp - Những vấn đề lý luận và thực tiễn*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
52. Phạm Huy Kỳ (2010), Vấn đề nâng cao “sức mạnh mềm” văn hóa ở Việt Nam hiện nay, Tạp chí *Triết học*, số 5 (228).
53. Nguyễn Thị Hồng Lâm (2013), *Kinh tế du lịch ở các tỉnh Bắc Trung Bộ trong*

- hội nhập kinh tế quốc tế*, luận án tiến sĩ kinh tế, Học viện Chính trị - Hành chính quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
54. Nguyễn Thị Kim Liên (2017), Khai thác các giá trị văn hóa trong phát triển du lịch, Tạp chí Văn hóa nghệ thuật, số 396, tháng 6, tr. 34-47
  55. Tylor, E. B. (2000), *Văn hóa nguyên thủy*, Tủ sách văn hóa, Tạp chí Văn hóa nghệ thuật dịch và xuất bản, Hà Nội.
  56. Trần Thị Hồng Loan (2002), *Một số vấn đề về văn hóa sinh thái ở miền núi phía Bắc nước ta hiện nay*, Tạp chí *Triết học*, số 6 (133), tr. 58-62
  57. Hoàng Minh Lợi (2013), *Đôi sách của các quốc gia và vùng lãnh thổ ở Đông Bắc Á về sự gia tăng sức mạnh mềm*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.
  58. Nguyễn Trung Lương (2002), *Du lịch sinh thái - Những vấn đề lý luận và thực tiễn*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
  59. Lê Hồng Lý (2020), “Lễ hội dân gian và sự phát triển du lịch hiện nay”, Tạp chí *Nghiên cứu văn hóa*, Số 31 tháng 3, tr. 69-74.
  60. V. I. Lênin (1978), *Toàn tập*, tập 45, Nxb Tiến bộ, Mátxcova.
  61. C. Mác - Ph. Ăngghen (1995), *Toàn tập*, tập 4, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
  62. C. Mác - Ph. Ăngghen (1995), *Toàn tập*, Tập 21, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
  63. C. Mác - Ph. Ăngghen (1999), *Toàn tập*, Tập 39, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
  64. C. Mác - Ph. Ăngghen (2000), *Toàn tập*, Tập 42, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
  65. C. Mác - Ph. Ăngghen (2000), *Toàn tập*, Tập 44, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
  66. Đồng Ngọc Minh, Vương Lôi Đình (Chủ biên), Nguyễn Xuân Quý (dịch), Cao Tự Thanh (hiệu đính) (2001), *Kinh tế du lịch và du lịch học*, Nxb Trẻ, Thành phố Hồ Chí Minh.
  67. Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, tập 3, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
  68. Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, tập 4, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
  69. Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, tập 6, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
  70. Nguyễn Minh (2010), “Sức mạnh mềm” trong quan hệ quốc tế”, Tạp chí *Cộng sản*, số 808; tr. 102-106
  71. Nguyễn Văn Minh (2021), *Nghiên cứu xây dựng chính sách bảo tồn và phát huy*

*các giá trị văn hóa truyền thống độc đáo (tiêu biểu) của dân tộc thiểu số phục vụ phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Hà Giang*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp nhà nước, Mã số: DTXH.HG-04/18, Cơ quan chủ trì Viện Dân tộc học.

72. Đỗ Thuý Mùi (2016), *Tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng theo hướng bền vững ở vùng Tây Bắc: Thực trạng và những giải pháp*, Đề tài khoa học cấp Bộ, Trường Đại học Tây Bắc.
73. Hoàng Nam (1998), *Bước đầu tìm hiểu về văn hóa tộc người, văn hóa Việt Nam*, Nxb Văn hóa dân tộc, Hà Nội.
74. Hoàng Nam (2004), *Văn hóa các dân tộc vùng Đông Bắc Việt Nam*, Trường Đại học Văn hóa, Hà Nội.
75. Hoàng Khắc Nam (2010), “Các yếu tố tinh thần trong quyền lực của quốc gia”, *Tạp chí Khoa học ĐHQGHN* (26), tr. 221-229.
76. Hoàng Khắc Nam (2011), *Quyền lực trong quan hệ quốc tế*, Nxb Văn hóa thông tin, Hà Nội.
77. Nguyễn Thị Nga, Đỗ Thị Vân Hà (2020), “Phát huy sức mạnh mềm văn hóa trong sự phát triển bền vững ở Việt Nam hiện nay”, *Tạp chí Lý luận chính trị*, số 12, tr. 73-78.
78. Phan Ngọc (1998), *Bản sắc văn hóa Việt Nam*, Nxb Đại học quốc gia Hà Nội.
79. Vi Hồng Nhân (2004), *Văn hóa các dân tộc thiểu số từ một góc nhìn*, Nxb Văn hóa dân tộc, Hà Nội.
80. Trần Sỹ Phán (2022), Phát huy sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam theo tinh thần Đại hội XIII của Đảng, *Tạp chí Cộng sản*, <https://www.tapchicongsan.org.vn>.
81. Nguyễn Huy Phòng (2017), *Phát huy sức mạnh mềm của văn hóa trong quá trình phát triển bền vững ở nước ta hiện nay*, Kỷ yếu Hội thảo Khoa học Quốc tế “Sức mạnh mềm Ấn Độ, sức mạnh mềm Việt Nam trong bối cảnh khu vực hóa, toàn cầu hóa”, Hà Nội.
82. Trần Văn Phòng (2021), “Sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam với sự phát triển bền vững đất nước”, *Tạp chí Thông tin khoa học chính trị*, số 01(22), tr.31-34.

83. Trần Văn Phòng (2021), “Spiritual foundation and endogenous resources from 13th Congress of the Communist Party of Vietnam on cultural development”, *Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc tế TED-2021*, Phần I, Nxb Thông tin và Truyền thông, Đà Lạt, tr. 4-8.
84. Nguyễn Thị Thu Phương (chủ biên) (2013), *Sự trỗi dậy về sức mạnh mềm của Trung Quốc và những vấn đề đặt ra cho Việt Nam*, Nxb Từ điển bách khoa, Hà Nội.
85. Nguyễn Thị Thu Phương (2014), “Sức mạnh mềm văn hóa và sự lựa chọn chính sách của Việt Nam”, *Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật*, số 359, tr. 14-18.
86. Nguyễn Thị Thu Phương (2015), *Sức mạnh mềm văn hóa Trung Quốc - tác động tới Việt Nam và một số nước Đông Á*, Đề tài KH-CN cấp Nhà nước, Cơ quan chủ quản: Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam, Hà Nội.
87. Nguyễn Thị Thu Phương (2016), *Sức mạnh mềm văn hoá Trung Quốc tác động tới Việt Nam và một số nước Đông Á*, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
88. Nguyễn Thị Thu Phương (2020), *Những vấn đề lý luận và thực tiễn về sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam*, Đề tài Khoa học công nghệ cấp Nhà nước, Cơ quan chủ trì Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam, Mã số KX.01/16-20, Hà Nội.
89. Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam (2017), *Luật Du lịch năm 2017*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
90. Hồ sỹ Quý (2019), “Về “sức mạnh mềm Việt Nam”, *Tạp chí Công sản*, <https://www.tapchicongsan.org.vn>.
91. Lê Doãn Sơn (2019), “Xây dựng và phát huy “sức mạnh mềm” để phát triển kinh tế - xã hội ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay”, *Tạp chí Tổ chức nhà nước*, <https://tcnn.vn> truy cập ngày 22/2/2021.
92. Sở Văn hoá Thể thao và Du lịch các tỉnh miền núi phía Bắc, Báo cáo tổng kết hoạt động du lịch của các Sở Văn hoá Thể thao và Du lịch các tỉnh Lào Cai, Lạng Sơn, Thái Nguyên, Phú Thọ, Sơn La, Hà Giang, Hoà Bình, Điện Biên, Lai Châu các năm từ 2015 đến năm 2019.
93. Đỗ Anh Tài (2019), “Nghiên cứu xây dựng các mô hình liên kết trong phát triển



du lịch cộng đồng nhằm nâng cao thu nhập cho các hộ dân tại các huyện phía tây thuộc tỉnh Hà Giang, Đề tài Nghiên cứu khoa học cấp tỉnh, Cơ quan chủ trì tỉnh Hà Giang.

94. Nguyễn Ngọc Thanh (chủ biên) (2018), *Đặc trưng văn hóa vùng Đông Bắc*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.
95. Nguyễn Ngọc Thanh (chủ biên) (2018), *Đặc trưng văn hóa vùng Tây Bắc*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.
96. Song Thành (2014), “Ngoại giao văn hóa với vấn đề gia tăng “sức mạnh mềm” của Việt Nam trong hội nhập và phát triển”, Tạp chí *Lý luận chính trị*, (4), tr.3-6.
97. Song Thành (2018), *Phát huy các giá trị văn hoá - đạo đức “sức mạnh mềm” của Việt Nam trong hội nhập và phát triển*, Nxb Lý luận chính trị, Hà Nội.
98. Lê Ngọc Thắng - Lâm Bá Nam (1990), *Bản sắc văn hóa các dân tộc ở Việt Nam*, Nxb Văn hóa dân tộc, Hà Nội.
99. Nguyễn Thế Thi (2017), “Một số quan điểm của Đảng về phát triển kinh tế du lịch từ năm 1986 đến năm 2010”, Tạp chí *Lịch sử Đảng*, số 2/2017, tr.68 - 72.
100. Ngô Đức Thịnh (2006), *Văn hóa, văn hóa tộc người và văn hóa Việt Nam*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.
101. Ngô Đức Thịnh (chủ biên) (2011), *Giá trị văn hóa Việt Nam truyền thống và biến đổi*, Nxb Chính trị quốc gia - sự thật, Hà Nội.
102. Đỗ Cẩm Thơ (2017), “Phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn - định hướng chiến lược quan trọng phát triển kinh tế - văn hóa - xã hội của đất nước”, Tạp chí *Cộng sản*, số 893 (3/2017), tr.81-86.
103. Chu Bích Thu (Chủ biên) (2016), *Từ điển tiếng Việt*, Nxb Đông Phương, Hà Nội.
104. Chử Thị Bích Thu (2020), *Sức mạnh mềm văn hóa Trung Quốc thời đại Tập Cận Bình và ứng xử của Việt Nam*, Đề tài KHCN cấp Bộ, Mã số KQ037556, Cơ quan chủ quản: Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam, Hà Nội.
105. Triệu Thị Tình (2021), “Bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa, gắn với phát triển du lịch bền vững”, Tạp chí *Văn hóa nghệ thuật*, <http://www.vanhoanghethuat.vn>.
106. Vương Xuân Tình - Trần Hồng Hạnh (chủ biên) (2012), *Phát triển bền vững*

- văn hóa tộc người trong quá trình hội nhập ở vùng Đông Bắc*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.
107. Lê Văn Toan (2020), *Sức mạnh mềm Ấn Độ : Gợi mở đối với Việt Nam*, Nxb Đại học Thái Nguyên, Thái Nguyên.
108. Tổng cục Thống kê (2020), *Kết quả toàn bộ Tổng điều tra dân số và nhà ở Việt Nam năm 2019*, Nxb Thống kê, Hà Nội.
109. Trung tâm biên soạn từ điển bách khoa Việt Nam (2002), *Từ điển bách khoa Việt Nam, Tập 2*, Nxb Từ điển bách khoa Hà Nội, Hà Nội.
110. Nguyễn Phú Trọng (2021), *Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về chủ nghĩa xã hội và con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
111. Nguyễn Anh Tuấn (2010), “Năng lực cạnh tranh điểm đến của du lịch Việt Nam”, Luận án tiến sĩ chuyên ngành kinh tế chính trị Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội.
112. Nguyễn Anh Tuấn, Trần Thanh Quang (2014), “Phát triển kinh tế du lịch ở một số nước Mỹ Latinh và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam”, Tạp chí *Châu Mỹ ngày nay*, số 5, tr. 46-52.
113. Nguyễn Tuấn (2011), “Phát triển du lịch bền vững ở Việt Nam thực trạng và giải pháp”, Tạp chí *Quản lý nhà nước*, số 9/2011, tr.14-17.
114. Nguyễn Văn Tuấn (2015), “Du lịch Việt Nam và những giải pháp đẩy mạnh phát triển trong thời kỳ mới”, Tạp chí *Cộng sản*, số 868, tr.71 - 74.
115. Nguyễn Văn Tuấn (2016), “Du lịch Việt Nam phát triển bền vững và chất lượng, phân đấu cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn vào năm 2020”, Tạp chí *Cộng sản*, số 7/2016, tr. 60-65.
116. Ủy ban dân tộc, *Tổng quan thực trạng kinh tế - xã hội của 53 dân tộc thiểu số (5/2017)* - Tiêu dự án hỗ trợ giảm nghèo PRPP - UBĐT do UNDP và Irish Aid tài trợ - Lưu hành nội bộ, Hà Nội.
117. Viện Dân tộc học (2014), *Các dân tộc ít người ở Việt Nam (các tỉnh phía Bắc)*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.

118. Viện Đại học Mở Hà Nội (2006), *Nghiên cứu mô hình du lịch cộng đồng tại Sa Pa*, Đề tài nghiên cứu khoa học công nghệ cấp Bộ.
119. Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch (2017), *Báo cáo điều tra hiện trạng phát triển du lịch homestay tại khu vực Tây Bắc*.
120. Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch (2018), “Chính sách phát triển Du lịch cộng đồng và đào tạo nguồn nhân lực phục vụ cho phát triển du lịch cộng đồng tại Việt Nam, *Kỷ yếu hội thảo*, Mai Châu, Hoà Bình.
121. Viện Khoa học Giáo dục Văn hoá Thể thao và Du lịch (2021), *Kỷ yếu hội thảo quốc tế Văn hoá, giáo dục và du lịch với phát triển kinh tế*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Đà Lạt.
122. Trần Quốc Vượng (chủ biên) (2008), *Cơ sở văn hóa Việt Nam*, Nxb Giáo dục.
123. Hồng Yến, Hoài Nam (2013), “Lý luận sức mạnh mềm văn hoá và nhận thức của Trung Quốc về sức mạnh mềm văn hoá”, *Tạp chí Nghiên cứu Trung Quốc*, số 12(148), tr. 60-72.
124. <https://vanban.chinhphu.vn/?pageid=27160&docid=205650>
125. <https://dangcongsan.vn/thoi-su/ngghi-quiet-hoi-ngghi-trung-uong-9-khoa-xi-ve-xay-dung-va-phat-trien-van-hoa-con-nguoi-viet-nam-dap-ung-yeu-cau-phat-trien-ben-vung-dat-nuoc-251604.html>.
126. <https://tulieuvankien.dangcongsan.vn/van-kien-tu-lieu-ve-dang/hoi-ngghi-bch-trung-uong/khoa-viii/ngghi-quiet-so-03-nqtw-ngay-1671998-hoi-ngghi-lan-thu-nam-bchtw-dang-khoa-viii-ve-xay-dung-va-phat-trien-nen-van-hoa-viet-681>
127. <https://baochinhphu.vn/phat-bieu-cua-tong-bi-thu-tai-hoi-ngghi-ngoai-giao-lan-thu-29-102207908.htm>
128. <https://www.qdnd.vn/van-hoa/doi-song/suc-manh-mem-van-hoa-la-mot-thanh-to-quan-trong-cau-thanh-suc-manh-tong-hop-quoc-gia-650166>

### **Tài liệu tiếng Anh**

129. Athanasopoulou, A. (2013), *Tourism as a driver of economic growth and development in the EU-27 and ASEAN regions*, Associate Fellow of the European Union Centre in Singapore, Singapore.

130. Chheang, V. (2013), *Tourism and regional integration in Southeast Asia*, Japan Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization, Japan.
131. Dwyer, L.; Forsyth, P. & Papatheodorou, A. (2011), *Economics of Tourism*, Goodfellow Publishers, Oxford.
132. Franc, V. I. & Istoc, E. M. (2007), “Cultural tourism and sustainable development”, *Journal for Economic Forecasting*, 4(1), 89-96.
133. Fossati, A. & Panella, G. (2000), *Tourism and Sustainable Economic Development*, Springer, New York.
134. Fraser, M. (2005), *Weapons of Mass Distraction: Soft Power and American Empire*, Thomas Dunne Books, New York.
135. Funck, C. & Cooper, M. (2013), *Japanese Tourism: Spaces, Places and Structures*, Berghahn Books, New York.
136. Gallarotti, G. M. (2011), “Soft Power: What it is, Why it's Important, and the Conditions Under Which it Can be Effectively Used”, *Journal of Political Power*, vol. 4(1), tr. 25-47.
137. Gallarotti, G. M. (2011), “The Soft Power of Saudi Arabia”, *Journal of Strategic Studies*, vol. 49(3-4), tr. 233-261.
138. Gallarotti, G. M. (2015), “Smart Power: Definitions, Importance, and Effectiveness”, *Journal of Strategic Studies*, vol. 38(3), tr. 245-281.
139. Knorr, K. (1973), *Power and Wealth: The Economy of International Power*, Palgrave MacMillan, UK.
140. Lee, S. S. (2011), *The Theory and Reality of Soft Power: Practical Approaches in East Asia*, in trong sách Sook Jong Lee và Melissen Jan (đồng chủ biên): *Public Diplomacy and Soft Power in East Asia*, Palgrave Macmillan, New York.
141. Lukes, S. (2007), Power and the battle for hearts and minds: on the bluntness of soft power, in Berenskoetter, F. & Williams, M.J. (eds) *Power in World Politics*, 83-97 New York: Routledge.
142. Nye, J. S. (1990), *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*, Basic books, New York, Reprint edition.

143. Nye, J. S. (2006), *Think Again: Soft Power*, Foreign Policy, <http://foreignpolicy.com/2006/02/23/think-again-soft-power/>, truy cập ngày 6/05/2021.
144. Nye, J. S. (2004), *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, Public Affairs, New York.
145. Nye, J. S. (2011), *The future of power*, Public Affairs, New York.
146. Page, S. J. & Getz, D. (1997), *The business of Rural Tourism International Perspectives*, London.
147. Ruoss, E. & Alfare, L. (2013), *Sustainable Tourism as Driving Force for Cultural Heritage Sites Development. Planning, Managing and Monitoring Cultural Heritage Sites in South East Europe*, CHERPLAN (Enhancement of Cultural Heritage through Environmental Planning and Management) project report.
148. United Nations (2010), *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, Department of Economic and Social Affairs Statistics Division, Studies in Methods Series M No. 83/Rev.1, New York, 2010, p.9.
149. Weber, M. (1947), *The Theory of Social and Economic Organization: Being Part 1 of Wirtschaft und Gesellschaft*, Translated from the German by A. R. Henderson, and Talcott Parsons (Rev). W. Hodge, London, pp.152.
150. Wilson III, E. J. (2008), *Hard Power, Soft Power, Smart Power*, The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science 2008, pp. 110-124.

**PHỤ LỤC**  
**PHỤ LỤC 1**

**Diện tích, dân số, mật độ dân số, thu nhập bình quân đầu người theo tháng các khu vực và 14 tỉnh miền núi phía Bắc**  
*(Tính đến hết ngày 31/12/2020)<sup>1</sup>*

Stt	Cả nước/ Khu vực/ Tỉnh	Dân số trung bình (nghìn người)	Diện tích (km <sup>2</sup> )	Mật độ dân số (người/km <sup>2</sup> )	Thu nhập bình quân đầu người (nghìn đồng)	Thành thị	Nông thôn
	Cả nước	97.582,69	331.235,97	295	4.249,15	35.867,21	61.715,48
	<b>Khu vực MNPB</b>	<b>12.725,78</b>	<b>95.221,95</b>	<b>134</b>	<b>2.744,89</b>	<b>2.597,83</b>	<b>10.127,95</b>
	ĐBSH	22.920,20	21.260,76	1.078,00	5.084,52	8.497,86	14.422,33
	BTB và DHMT	20.343,20	95.875,83	212,00	3.403,20	6.409,13	13.934,04
	Tây Nguyên	5.932,10	54.508,26	109	2.814,47	1.707,32	4.224,79
	ĐNB	18.342,90	23,552,78	779,00	6.024,94	12.172,29	6.170,61
	ĐBSCL	17.318,60	40.816,39	424,000	3.872,72	4.482,78	12.835,77
1	Hà Giang	870,24	7.929,48	110	1.834,55	137,89	732,35

<sup>1</sup> Số liệu Tổng cục Thống kê, trên trang [www.gso.gov.vn](http://www.gso.gov.vn)

2	Cao Bằng	533,09	6.700,26	80	2.184,71	136,01	397,07
3	Bắc Kạn	316,47	4.859,96	65	2.191,84	71,48	244,99
4	Tuyên Quang	792,90	5.867,90	135	2.681,01	109,56	683,33
5	Lào Cai	746,36	6.364,03	117	2.427,04	549,15	197,21
6	Điện Biên	631,48	9.541,25	64	1.737,12	93,17	520,31
7	Lai Châu	469,81	9.068,79	52	1.904,81	387,59	82,22
8	Sơn La	1.270,56	14.123,49	90	1.745,01	176,10	1.094,46
9	Yên Bái	831,59	6.887,46	121	2.522,46	171,59	660,00
10	Hòa Bình	861,22	4.590,57	188	2.707,25	205,41	655,81
11	Thái Nguyên	1.307,87	3.526,64	371	3.805,66	419,68	888,19
12	Lạng Sơn	788,71	8.310,09	95	2.296,51	181,72	606,99
13	Bắc Giang	1.841,62	3.895,59	473	3.929,68	333,98	1.507,65
14	Phú Thọ	1.481,83	3.534,56	419	3.331,09	281,83	1.200,06

**PHỤ LỤC 2****Xếp hạng Năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam năm 2019 theo 14 nhóm tiêu chí**

<b>Thứ tự</b> Nhóm	<b>Tiêu chí</b> Các nguồn Năng lực cạnh tranh du lịch	<b>Thứ hạng</b> /136
1	Môi trường kinh doanh du lịch	68
2	An toàn và an ninh	57
3	Sức khỏe và vệ sinh	82
4	Nguồn nhân lực và Thị trường lao động	37
5	Nền tảng công nghệ sẵn sàng	80
6	Chính sách ưu tiên du lịch	101
7	Hội nhập quốc tế	73
8	Chỉ số giá tiêu dùng	35
9	Môi trường bền vững	129
10	Hạ tầng giao thông hàng không	61
11	Hạ tầng đường bộ và cảng du lịch	71
12	Cơ sở vật chất dịch vụ du lịch	113
13	Tài nguyên tự nhiên	34
14	Tài nguyên văn hóa và Business Travel <sup>61</sup>	30

*Nguồn: Nghiên cứu số liệu từ World Economic Forum, 2019*

---

<sup>61</sup> Du lịch công tác, công vụ, một dạng của du lịch M.I.C.E.



## PHỤ LỤC 3

## Phân bố di tích cấp quốc gia, cấp tỉnh tại các địa phương khu vực miền núi phía Bắc

STT	Tên tỉnh	Số di tích Quốc gia đặc biệt	Số di tích Quốc gia	Số di tích cấp tỉnh	Tổng di tích
1	Bắc Giang	12 <sup>62</sup>	50	605	667
2	Bắc Kạn	5 <sup>63</sup>	10	49	64
3	Cao Bằng	3 <sup>64</sup>	23	66	92
4	Điện Biên	1 <sup>65</sup>	9	8	18
5	Hà Giang	9 <sup>66</sup>	16	29	54
6	Hòa Bình	2 <sup>67</sup>	13	27	42
7	Lai Châu	2 <sup>68</sup>	4	20	26
8	Lạng Sơn	5 <sup>69</sup>	15	95	115
9	Lào Cai	5 <sup>70</sup>	22	31	58
10	Phú Thọ	0	18	218	236
11	Sơn La	6 <sup>71</sup>	47	15	68

<sup>62</sup> Đền Ngọc Lâm, Tân Mỹ (1991), Lăng Họ Trần (1990), Đình Hương Cầu (1992), Đình và Đền Trâu Lỗ (1994), Chùa Nam Thiên (1989), Đình Làng Chuông (1988), Nghè Nhã Nam (1988), Chùa Bồ Hạ (1991), Đình Hương Vi (1994), Chùa Hương Vỹ (1994), Đền Cầu Khoai (1994), Chùa Kem (2012).

<sup>63</sup> Hang Nà Mò (2020), Hoàng Phài - Địa điểm Lưu niệm nơi Bác Hồ dừng chân trên đường từ Pác Bó về Tân Trào, 5/1945 (2011), ATK Chợ Đồn (2016), Di tích lịch sử Nà Quan (1996), Động Nàng Tiên (1999).

<sup>64</sup> Khu lưu niệm Kim Đồng (2011), Chuông chùa Đà Quận (1995), Đền vua Lê (1995), Thành La nữ (2009), Địa điểm Nà Ngần (1994), Năm Nin (1995).

<sup>65</sup> Nhà tù Lai Châu (2011).

<sup>66</sup> Căng Bắc Mê (1992), Chùa Nậm Dầu (2009), Tiểu khu Trọng Con (1996), Kỳ đài Quảng trường 26/3 (1993), Bia Sùng Khánh, Chuông Bình Lâm (1993), Hang Đán Cúm – Nà Chảo (2001), Hang Khâu Đôn (2020), Hang Nậm Tan (2020), Thác Trăn (2021).

<sup>67</sup> Khu mộ cổ Đồng Thếch (1997), Nhà tù Hoà Bình.

<sup>68</sup> Đền thờ vua Lê Lợi (2017), Thác Cầu Mây (2015).

<sup>69</sup> Động Nhị Thanh – Chùa Tam Thanh (1962), Linh địa cổ Mẫu Sơn (2013), Khu di tích núi Phai Vệ (2004), Thành Nhà Mạc, Thành cổ Lạng Sơn (1999).

<sup>70</sup> Đền Trung Đô (2008), Đồn Phố Ràng (1999), Thành Cổ Nghị Lang (2011), Đền Bắc Hà (2003), khu căn cứ cách mạng Cam Đường (1995).

<sup>71</sup> Tập đoàn cứ điểm Nà Sản (1998), Hồ Chiềng Khoi (2001), Kỳ đài Thuận Châu (1995), Ngã ba Cò Nồi (2004), Bia Quế Lâm Ngự Chế (1994), Hang mộ Tạng Mè (2014).

STT	Tên tỉnh	Số di tích Quốc gia đặc biệt	Số di tích Quốc gia	Số di tích cấp tỉnh	Tổng di tích
12	Thái Nguyên	6 <sup>72</sup>	54	205	265
13	Tuyên Quang	7 <sup>73</sup>	18	252	277
14	Yên Bái	6 <sup>74</sup>	14	92	112
	<b>Tổng số</b>	<b>70</b>	<b>300</b>	<b>1711</b>	<b>2081</b>

*Nguồn: Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch các tỉnh miền núi phía Bắc; Tham luận của Tỉnh uỷ các tỉnh miền núi phía Bắc trong Kỷ yếu Hội nghị văn hoá toàn quốc triển khai thực hiện Nghị quyết Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng*

<sup>72</sup> Nơi làm việc đầu tiên của nhà xuất bản Sự thật, cụm di tích Kha Sơn, Chùa Úc Kỳ, Chùa Tây Phúc, Địa điểm lưu niệm Chủ tịch Hồ Chí Minh về thăm Khu công nghiệp Gang thép Thái Nguyên, Hang Ốc (2018).

<sup>73</sup> Đền Hạ Tuyên Quang (1991), Đền Thượng Tuyên Quang (2015), Thành nhà Mạc (1991), Động Song Long (2009), Chùa Phúc Lâm (2009), Thác Nậm Me (2009), Thác Lụa (2018).

<sup>74</sup> Căng và đôn Nghĩa Lộ (1996), Đền Đông Cuông (2009), Đền Nhược Sơn (2005), Khu di tích mộ Nguyễn Thái Học (1990), Chùa tháp Hắc Y (2001), Đồn Cô Đại Lịch (2012).

## PHỤ LỤC 4

### Hệ thống văn bản về văn hoá, du lịch được ban hành giai đoạn 2015 - 2021

#### I. Văn bản được Bộ Chính trị, Ban chấp hành Trung ương Đảng, Ủy ban thường vụ Quốc hội, Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ ban hành

STT	Tên văn bản
<b>I. Văn bản của Bộ Chính trị, Ban Chấp hành Trung ương Đảng</b>	
1	Nghị quyết số 33-NQ/TW ngày 09/6/2014 của BCH Trung ương Đảng (khóa XI) về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước.
2	Nghị quyết số 37-NQ/TW ngày 01/7/2004 của Bộ Chính trị khóa IX về phương hướng phát triển KT-XH và đảm bảo quốc phòng, an ninh vùng trung du và miền núi Bắc Bộ đến năm 2010
3	Kết luận số 26-KL/TW ngày 02/8/2012 của Bộ Chính trị về việc tiếp tục thực hiện Nghị quyết số 37-NQ/TW ngày 01/7/2004 của Bộ Chính trị khóa IX nhằm đẩy mạnh phát triển KT-XH và đảm bảo quốc phòng, an ninh vùng trung du và miền núi Bắc Bộ đến năm 2020
4	Nghị quyết số 11-NQ/TW của Bộ Chính trị về Phương hướng phát triển kinh tế, xã hội, bảo đảm quốc phòng, an ninh Vùng Trung du và miền núi Bắc Bộ đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045
5	Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn
<b>II. Nghị quyết của Quốc hội, Ủy ban Thường vụ Quốc hội</b>	
6	Nghị quyết số 406/NQ-UBTVQH15 ngày 19/10/2021 về một số giải pháp nhằm hỗ trợ doanh nghiệp, người dân chịu tác động của dịch COVID-19
7	Nghị quyết số 88/2019/QH14 ngày 18/11/2019 của Quốc hội về “Phê duyệt Đề án tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021-2030”
<b>III. Nghị quyết của Chính phủ</b>	
8	Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 06/10/2017 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16 tháng 01 năm 2017 về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn
9	Nghị quyết số 52/NQ-CP ngày 15/6/2016 của Chính phủ về đẩy mạnh phát triển nguồn nhân lực các dân tộc thiểu số giai đoạn 2016-2020, định hướng đến năm 2030.
10	Nghị quyết số 12/NQ-CP ngày 15/02/2020 về triển khai thực hiện Nghị quyết số 88/2019/QH14 của Quốc hội về Phê duyệt Đề án tổng thể phát triển kinh tế- xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021 – 2030.
11	Nghị quyết số 84/NQ-CP ngày 29/5/2020 về các nhiệm vụ, giải pháp tiếp tục tháo gỡ khó khăn cho sản xuất kinh doanh, thúc đẩy giải ngân vốn đầu

	tư công và bảo đảm trật tự an toàn xã hội trong bối cảnh đại dịch COVID-19
12	Nghị quyết số 55/NQ-CP ngày 02/6/2021 của Chính phủ về phương án hỗ trợ giảm giá điện, giảm tiền điện đợt 3 cho các khách hàng sử dụng điện bị ảnh hưởng bởi dịch COVID-19
13	Nghị quyết số 68/NQ-CP ngày 01/7/2021 của Chính phủ về một số chính sách hỗ trợ người lao động và người sử dụng lao động gặp khó khăn do đại dịch COVID-19
14	Nghị quyết số 105/NQ-CP ngày 09/9/2021 của Chính phủ về hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh trong bối cảnh dịch COVID-19
15	Nghị quyết số 116/NQ-CP ngày 24/9/2021 về chính sách hỗ trợ người lao động và người sử dụng lao động bị ảnh hưởng bởi đại dịch COVID-19 từ Quỹ bảo hiểm thất nghiệp
16	Nghị quyết số 126/NQ-CP sửa đổi, bổ sung Nghị quyết số 68/NQ-CP của Chính phủ về một số chính sách hỗ trợ người lao động và người sử dụng lao động gặp khó khăn do đại dịch COVID-19
<b>IV. Quyết định của Thủ tướng Chính phủ</b>	
17	Quyết định số 933/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: Phê duyệt Nhiệm vụ lập Quy hoạch hệ thống du lịch thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045.
18	Quyết định số 980/QĐ-TTg ngày 21/06/2013 phê duyệt Quy hoạch xây dựng vùng trung du và miền núi Bắc Bộ đến năm 2030
19	Quyết định số 2085/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: Phê duyệt Chính sách đặc thù hỗ trợ phát triển kinh tế - xã hội vùng dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2017 – 2020.
20	Quyết định số 2086/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: Phê duyệt Đề án hỗ trợ phát triển kinh tế - xã hội các dân tộc thiểu số rất ít người giai đoạn 2016 – 2025.
21	Quyết định số 1719/QĐ-TTg ngày 14/10/2021 của Thủ tướng Chính phủ Phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021-2030, giai đoạn I: từ năm 2021 đến năm 2025.
22	Quyết định số 1861/QĐ-TTg ngày 23/11/2017 của Thủ tướng Chính phủ Phê duyệt Chương trình mục tiêu phát triển hạ tầng du lịch giai đoạn 2016 - 2020
23	Quyết định số 771/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: Phê duyệt Đề án “Bồi dưỡng kiến thức dân tộc đối với cán bộ, công chức, viên chức giai đoạn 2018 – 2025”.
24	Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020 phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030
25	Quyết định 402/QĐ-TTg năm 2016 phê duyệt Đề án Phát triển đội ngũ cán bộ, công, viên chức người dân tộc thiểu số trong thời kỳ mới

26	Quyết định số 2561/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: Phê duyệt Đề án “Tăng cường vai trò của người có uy tín trong vùng dân tộc thiểu số”.
27	Quyết định số 12/2018/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: Về tiêu chí lựa chọn, công nhận người có uy tín và chính sách đối với người có uy tín trong đồng bào dân tộc thiểu số
28	Quyết định số 1685/QĐ-TTg ngày 05/12/2018 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt đề án Cơ cấu lại ngành du lịch đáp ứng yêu cầu phát triển thành ngành kinh tế mũi nhọn
29	Quyết định số 1671/QĐ-TTg ngày 30/11/2018 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Đề án tổng thể ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực du lịch giai đoạn 2018-2020, định hướng đến năm 2025
30	Quyết định số 49/2018/QĐ-TTg ngày 12/12/2018 về thành lập, phê duyệt Điều lệ tổ chức và hoạt động của Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch
31	Quyết định số 1976/QĐ-TTg ngày 30/10/2013 của Thủ tướng Chính phủ về Phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển du lịch đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030.
32	Quyết định số 22/2020/QĐ-TTg ngày 10/8/2020 về giảm tiền thuê đất của năm 2020 thuộc các đối tượng bị ảnh hưởng bởi dịch COVID-19
33	Quyết định số 23/2021/QĐ-TTg ngày 07/07/2021 quy định về việc thực hiện một số chính sách hỗ trợ người lao động và người sử dụng lao động gặp khó khăn do đại dịch COVID-19
34	Quyết định số 27/2021/QĐ-TTg ngày 25/9/2021 về việc giảm tiền thuê đất của năm 2021 đối với các đối tượng bị ảnh hưởng bởi dịch COVID-19
35	Quyết định số 28/2021/QĐ-TTg ngày 01/10/2021 quy định về việc thực hiện chính sách hỗ trợ người lao động và người sử dụng lao động bị ảnh hưởng bởi đại dịch COVID-19 từ quỹ bảo hiểm thất nghiệp
36	Quyết định số 33/2021/QĐ-TTg ngày 06/11/2021 sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định 23/QĐ-TTg quy định về việc thực hiện một số chính sách hỗ trợ người lao động và người sử dụng lao động gặp khó khăn do đại dịch COVID-19
37	Quyết định số 624/QĐ-TTg ngày 08/5/2020 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt nhiệm vụ lập quy hoạch tỉnh Sơn La thời kỳ 2021 – 2030, tầm nhìn đến 2050.
38	Quyết định số 2057/QĐ-TTg ngày 21/12/2017 của Thủ tướng Chính phủ Phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Khu du lịch quốc gia Cao nguyên đá Đồng Văn, tỉnh Hà Giang đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030
39	Quyết định số 1573/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: Phê duyệt Đề án xây dựng nông thôn mới vùng đồng bào dân tộc thiểu số, khu vực biên giới tỉnh Điện Biên, nhằm phát triển kinh tế - xã hội và đảm bảo an ninh, quốc phòng giai đoạn 2016 - 2020
<b>V. Bộ Văn hoá Thể thao và Du lịch</b>	
40	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2008), Quyết định phê duyệt “Quy hoạch

	tổng thể phát triển du lịch vùng Trung du, miền núi Bắc Bộ đến năm 2020” 4. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2011), Quyết định số 3066/QĐ-BVHTTDL phê duyệt “Quy hoạch phát triển nhân lực ngành Du lịch giai đoạn 2011-2020”
41	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2008), Quyết định số 41/2008/BVHTTDL ngày 14/5/2008 về tiêu chuẩn Giám đốc, Phó Giám đốc Sở VHHTTDL 6. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và Liên minh Châu Âu EU (2015), Dự án số DCI-ASIE/2010/21662 về “Nghiên cứu khảo sát lực lượng lao động du lịch năm 2015 Khu vực 3 tỉnh duyên hải miền Trung”
42	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2011), Quyết định phê duyệt “Chiến lược phát triển nhân lực văn hoá, thể thao và du lịch 2011-2020” 8. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2012), Quyết định phê duyệt “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”
43	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2016), Quyết định phê duyệt “Chiến lược phát triển sản phẩm du lịch Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”
44	Quyết định số 4452/QĐ-BVHTTDL ngày 31/12/2020 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch về phê duyệt Đề án “Chương trình hoạt động vụ vùng sâu, vùng xa, biên giới hải đảo, vùng dân tộc thiểu số giai đoạn 2021-2030”.

#### **VI. Văn bản quy phạm pháp luật về lĩnh vực du lịch**

<b>STT</b>	<b>Tên văn bản</b>
	<b><i>Luật</i></b>
45	Luật Du lịch 2017 số 09/2017/QH14
	<b><i>Nghị định của Chính phủ</i></b>
46	Nghị định số 168/2017/NĐ-CP của Chính phủ quy định chi tiết một số điều của Luật Du lịch
47	Nghị định số 142/2018/NĐ-CP của Chính phủ về sửa đổi một số quy định về điều kiện kinh doanh thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch
48	Nghị định số 45/2019/NĐ-CP của Chính phủ về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực du lịch
	Nghị định số 65/2017/NĐ-CP ngày 19/5/2017 của Chính phủ về Chính sách đặc thù về giống, vốn và công nghệ trong phát triển nuôi trồng, khai thác dược liệu, hoạt động khai thác tiềm năng, lợi thế trồng cây dược liệu
49	Nghị định số 44/2021/NĐ-CP của Chính phủ về hướng dẫn thực hiện chi phí được trừ khi xác định thu nhập chịu thuế thu nhập doanh nghiệp đối với khoản chi ủng hộ, tài trợ của doanh nghiệp, tổ chức cho các hoạt động phòng chống dịch COVID-19
50	Nghị định số 52/2021/NĐ-CP của Chính phủ về gia hạn thời hạn nộp thuế giá trị gia tăng, thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế thu nhập cá nhân và tiền thuê đất trong năm 2021
51	Nghị định số 94/2021/NĐ-CP của Chính phủ sửa đổi, bổ sung Điều 14 của Nghị định số 168/2017/NĐ-CP ngày 31 tháng 12 năm 2017 của Chính phủ

	quy định chi tiết một số điều của Luật Du lịch về mức ký quỹ kinh doanh dịch vụ lữ hành
	<b><i>Thông tư của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch</i></b>
52	Quyết định số 91/2008/QĐ-BVHTTDL ngày 30/12/2008 của Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch về <i>Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Trung du và miền núi Bắc Bộ đến năm 2020</i> .
53	Thông tư số 06/2017/TT-BVHTTDL của Bộ trưởng Bộ VHTTDL quy định chi tiết một số điều của Luật Du lịch năm 2017
54	Thông tư số 13/2019/TT-BVHTTDL sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 06/2017/TT-BVHTTDL quy định một số điều của Luật Du lịch
55	Văn bản hợp nhất số 1252/VBHN-BVHTTDL của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch: Thông tư quy định chi tiết một số điều của Luật Du lịch
56	Thông tư số 13/2021/TT-BVHTTDL sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 06/2017/TT-BVHTTDL quy định một số điều của Luật Du lịch
<b><i>Các văn bản quy phạm pháp luật khác có nội dung điều chỉnh liên quan lĩnh vực du lịch</i></b>	
57	Thông tư số 03/2021/TT-NHNN sửa đổi, bổ sung Thông tư số 01/2020/TT-NHNN quy định về việc tổ chức tín dụng cơ cấu lại thời hạn trả nợ, miễn giảm lãi phí và giữ nguyên nhóm nợ để tiếp tục hỗ trợ các khách hàng bị ảnh hưởng bởi COVID-19.
58	Thông tư số 47/TT-BTC quy định mức thu một số khoản phí, lệ phí nhằm hỗ trợ, tháo gỡ khó khăn cho đối tượng chịu ảnh hưởng bởi dịch COVID19
59	Thông tư số 14/2021/TT-NHNN về việc thực hiện miễn giảm lãi, phí, giữ nguyên nhóm nợ nhằm hỗ trợ khách hàng chịu ảnh hưởng bởi dịch COVID-19.

## **VII. Văn bản được các địa phương khu vực miền núi phía Bắc ban hành**

<b>STT</b>	<b>Tên văn bản</b>
60	Nghị quyết số 03-NQ/TU ngày 27 tháng 5 năm 2019 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh Điện Biên về <i>Phát triển du lịch tỉnh Điện Biên đến 2025, định hướng đến năm 2030</i> .
61	Nghị quyết số 15 - NQ/HU ngày 26/6/2013 của Ban thường vụ Huyện ủy Hoàng Su Phì về phát triển văn hóa gắn với du lịch giai đoạn 2013 - 2020
62	Nghị quyết số 29-NQ/TU ngày 16/6/2021 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang (khoá XVII) về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh.
63	Nghị quyết số 19-NQ/TU ngày 01/4/2013 của ban thường vụ tỉnh ủy Sơn La về phát triển du lịch giai đoạn 2013-2020, tầm nhìn đến năm 2030.
64	Nghị quyết số 123-2014-NQ-HĐND ngày 11/7/2014 của Hội đồng nhân dân tỉnh Hà Giang về việc thông qua quy hoạch tổng thể du lịch Hoàng Su Phì đến năm 2020, định hướng đến năm 2030;

65	Nghị quyết 41-NQ/TU ngày 18 tháng 6 năm 2012 của Ban chấp hành Đảng bộ tỉnh Lạng Sơn về Phát triển thương mại, dịch vụ, du lịch đến năm 2015, định hướng đến năm 2020.
66	Nghị quyết 41-NQ/TU ngày 21 tháng 6 năm 2012 của Ban thường vụ Tỉnh ủy Lạng Sơn về Phát triển du lịch khu Mẫu Sơn thành điểm du lịch Quốc gia.
67	Nghị quyết số 17/2020/NQ-HĐND 14 tháng 12 năm 2020 của Ban thường vụ Tỉnh ủy Lạng Sơn Quy định chính sách hỗ trợ phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Lạng Sơn giai đoạn 2021 – 2025.
68	Nghị quyết 29-NQ/TU ngày 16/6/2021 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh Tuyên Quang (khóa XVII) về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng.
69	Nghị quyết số 18-NQ/TU ngày 12/8/2021 của Ban thường vụ Tỉnh ủy Bắc Kạn về phát triển du lịch giai đoạn 2021 – 2025, tầm nhìn 2030.
70	Nghị quyết số 06/2021/NQ-HĐND của Hội đồng nhân dân tỉnh Lào Cai ngày 09/4/2021 Quy định một số chính sách hỗ trợ phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh Lào Cai, giai đoạn 2021 – 2025.
71	Nghị quyết số 39/NQ-HĐND ngày 15/3/2017 của Hội đồng nhân dân tỉnh về điều chỉnh, bổ sung quy hoạch phát triển sự nghiệp văn hoá tỉnh Sơn La giai đoạn 2010 – 2020, tầm nhìn đến năm 2030.
72	Nghị quyết số 112, ngày 15/6/2021 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh Bắc Giang về phát triển du lịch giai đoạn 2021-2025, định hướng đến năm 2030.
73	Quyết định số 1489/QĐ-UBND ngày 16/7/2013 của UBND tỉnh Sơn La quyết định ban hành chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 19-NQ/TU ngày 1/4/2013 của ban thường vụ tỉnh ủy Sơn La về phát triển du lịch giai đoạn 2013-2020, tầm nhìn đến năm 2030.
74	Quyết định số 3586/QĐ-UBND ngày 29 tháng 12 năm 2014 của Ủy ban nhân dân tỉnh Sơn La Về việc điều chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Sơn La đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.
75	Quyết định số 2366/QĐ-UBND, ngày 09/9/2016 của Ủy ban nhân dân tỉnh Phê duyệt Đề án Suru tầm và phổ cập một số điệu xòe mang bản sắc văn hóa các dân tộc Sơn La.
76	Quyết định số 1378/QĐ-UBND ngày 26/5/2017 của UBND tỉnh Sơn La về việc phê duyệt Kế hoạch thực hiện Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 trên địa bàn tỉnh Sơn La.
77	Quyết định số 1030/QĐ-UBND ngày 31/12/2017 của Ủy ban nhân dân tỉnh về việc phê duyệt điều chỉnh, bổ sung Quy hoạch phát triển sự nghiệp văn hóa tỉnh Sơn La giai đoạn 2010-2020, tầm nhìn đến năm 2030.
78	Quyết định số 2121/QĐ-UBND ngày 11 tháng 10 năm 2018 Về việc ban hành Bộ tiêu chí, trình tự, thủ tục, hồ sơ xét, công nhận và tổ chức công bố “Thôn nông thôn mới kiểu mẫu gắn với phát triển du lịch cộng đồng” trên địa bàn tỉnh Hà Giang giai đoạn 2018-2020



79	Quyết định số 2728/QĐ-UBND của UBND tỉnh Hà Giang ngày 11 tháng 12 năm 2018 Ban hành Bộ quy tắc ứng xử văn minh du lịch tỉnh Hà Giang
80	Quyết định số 220/QĐ-UBND của UBND tỉnh Hà Giang ngày 17 tháng 2 năm 2020 Về việc ban hành Bộ tiêu chí, trình tự, thủ tục, hồ sơ xét, công nhận và tổ chức công bố “Làng văn hóa du lịch tiêu biểu” tỉnh Hà Giang.
81	Quyết định số 501/QĐ-UBND của UBND tỉnh Hà Giang ngày 8 tháng 4 năm 2020 Về việc ban hành Đề án “Bảo tồn văn hóa truyền thống và nâng cao chất lượng dịch vụ các làng văn hóa du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Hà Giang đến năm 2025.
82	Quyết định số 1278/QĐ-UBND ngày 21 tháng 8 năm 2010 của Ủy ban nhân dân tỉnh Lạng Sơn về phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Lạng Sơn giai đoạn 2010-2020 và tầm nhìn đến năm 2030.
83	Quyết định số 2728/QĐ-UBND ngày 25 tháng 12 năm 2020 của Ủy ban nhân dân tỉnh Lạng Sơn Về việc phê duyệt điều chỉnh chủ trương đầu tư dự án Quần thể khu du lịch sinh thái, cáp treo Mẫu Sơn.
84	Quyết định số 825/QĐ-UBND ngày 19 tháng 4 năm 2021 của Ủy ban nhân dân tỉnh Lạng Sơn Phê duyệt Đề án phát triển du lịch tỉnh Lạng Sơn đến năm 2030.
85	Quyết định số 1003/QĐ-UBND ngày 24/4/2017 của Ủy ban nhân dân tỉnh Sơn La về điều chỉnh, bổ sung quy hoạch phát triển sự nghiệp văn hoá tỉnh Sơn La giai đoạn 2010 – 2020 và tầm nhìn 2030.
86	Quyết định 3119/QĐ-UBND của Ủy ban nhân dân tỉnh Hòa Bình ngày 28/12/2018 về phê duyệt Dự án quy hoạch phát triển cây dược liệu tỉnh Hòa Bình đến năm 2025, định hướng đến năm 2030
87	Chỉ thị số 1216/CT-UBND của UBND tỉnh Hà Giang ngày 26 tháng 6 năm 2019 Về tăng cường công tác quản lý, bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa, di sản địa chất, các điểm du lịch trên địa bàn tỉnh.
88	Kế hoạch số 137/KH-UBND ngày 02/12/2015 của Ủy ban nhân dân tỉnh Sơn La về Bảo tồn, phát triển văn hóa các dân tộc thiểu số tỉnh Sơn La giai đoạn 2016 – 2020.
89	Kế hoạch số 08/KH-UBND ngày 17/01/2017 của Ủy ban nhân dân tỉnh Sơn La về việc lập hồ sơ khoa học di sản văn hóa phi vật thể giai đoạn 2017-2020.
90	Kế hoạch số 35/KH-UBND của Ủy ban nhân dân tỉnh Lạng Sơn ngày 26 tháng 2 năm 2018 Thực hiện Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 06/10/2017 của Chính phủ và Chương trình hành động của Ban thường vụ Tỉnh ủy thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16 tháng 01 năm 2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.
91	Kế hoạch số 90/KH-UBND của UBND tỉnh Lạng Sơn ngày 13 tháng 4 năm 2021 Xây dựng và phát triển hệ thống du lịch thông minh tỉnh Lạng Sơn giai đoạn 2021 – 2025.
92	Kế hoạch số 1377/KH-UBND ngày 15 tháng 5 năm 2020 của UBND tỉnh Điện Biên về thực hiện “Chiến lược phát triển thương hiệu du lịch Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”.

93	Kế hoạch số 1916/KH-UBND ngày 03 tháng 7 năm 2020 của UBND tỉnh Điện Biên về việc triển khai Đề án “Cơ cấu lại ngành du lịch đáp ứng yêu cầu phát triển thành ngành kinh tế mũi nhọn”.
94	Chương trình số 25/CTr-UBND ngày 31 tháng 10 năm 2015 của Ủy ban nhân dân tỉnh Lạng Sơn giai đoạn 2015-2020.
95	Chương trình hành động số 74/CTr-TU ngày 28/12/2017 của Ban thường vụ Ủy ban nhân dân tỉnh Lạng Sơn thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.
96	Chương trình số 11/CT-SVHTTDL của Sở VH, TT và DL tỉnh Hà Giang ngày 8 tháng 6 năm 2020 Kịch bản du lịch Hà Giang năm 2020 với chủ đề “Về miền cực Bắc Tổ quốc”.
97	Báo cáo số 360/BC-SVHTT&DL ngày 26 tháng 9 năm 2019 của Sở Văn hóa, thể thao và Du lịch tỉnh Sơn La về Kết quả thực hiện Kế hoạch phát triển sự nghiệp văn hóa, thể thao & du lịch 5 năm (2016-2020) và Kế hoạch 5 năm (2021-2025).
98	Báo số 970-BC/TU của Tỉnh Ủy Lào Cai ngày 05 tháng 8 năm 2020 Tổng kết Đề án số 03-ĐA/TU về “Phát triển du lịch tỉnh Lào Cai giai đoạn 2016 – 2020”.
99	Báo cáo số 412/BC-SVHTTDL ngày 24/12/2019 của Sở văn hóa, thể thao và du lịch tỉnh Lào Cai Tình hình hoạt động du lịch năm 2019, phương hướng nhiệm vụ năm 2020.
100	Báo cáo số 391/BC-SVHTTDL ngày 25/12/2018 của Sở văn hóa, thể thao và du lịch tỉnh Lào Cai Tình hình hoạt động du lịch năm 2018, phương hướng nhiệm vụ năm 2019.
101	Báo cáo số 391/BC-SVHTTDL ngày 29/12/2017 của Sở văn hóa, thể thao và du lịch tỉnh Lào Cai ngày 24/12/2019 Tình hình hoạt động du lịch năm 2017, phương hướng nhiệm vụ năm 2018.
102	Báo cáo số 34/BC-SVHTTDL ngày 09/2/2021 của Sở văn hóa, thể thao và du lịch tỉnh Lào Cai Kết quả hoạt động du lịch năm 2020, phương hướng nhiệm vụ năm 2021.
103	Báo cáo số 101/BC-UBND ngày 20/3/2019 của Ủy ban nhân dân tỉnh Hà Giang về báo cáo tổng kết 10 năm thực hiện chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2020.

## PHỤ LỤC 5

### **Tuyên bố Panhou về xây dựng làng văn hoá du lịch tiêu biểu gắn với xây dựng nông thôn mới (Hà Giang)**

*Tiêu chí 1:* đời sống kinh tế ổn định và từng bước phát triển.

*Tiêu chí 2:* đời sống văn hóa, tinh thần lành mạnh, phong phú. Có nhà văn hóa được xây dựng theo kiến trúc truyền thống để sinh hoạt văn hóa công cộng, đón tiếp khách đến tham quan, nơi trưng bày sản phẩm địa phương, sản phẩm du lịch, có thuyết minh viên du lịch, sân tập thể thao. Tỷ lệ trẻ từ 0 đến 2 tuổi đi nhà trẻ đạt 30%; trẻ trong độ tuổi mẫu giáo, học sinh trong độ tuổi đến trường đạt 98%, duy trì và giữ vững phổ cập tiểu học đúng độ tuổi. Có nhân viên y tế bản/làng, có tủ thuốc bản/làng, không có gia đình sinh con thứ 3 và có bà đỡ dân gian được đào tạo.

*Tiêu chí 3:* môi trường cảnh quan sạch đẹp, 100% số hộ di dời chuồng trại gia súc, gia cầm xa nhà, có công trình vệ sinh khép kín, vệ sinh sạch sẽ trong nhà và khu vực xung quanh, chất thải, nước thải được thu gom và xử lý tập trung theo quy định, xây dựng hệ thống bể nước và cấp thoát nước sinh hoạt đảm bảo vệ sinh sạch sẽ.

*Tiêu chí 4:* có nghề truyền thống, khuyến khích phát triển những bản/làng nghề mang tính truyền thống, giữ gìn được bản sắc văn hóa dân tộc như nghề chạm bạc, nghề rèn, nghề dệt thổ cẩm, đan lát và nghề thủ công...

*Tiêu chí 5:* đảm bảo phục vụ khách lưu trú khi đến tham quan nghỉ ngơi tại bản/làng. Phục vụ lưu trú tối thiểu từ 10 - 20 khách tại bản/làng (có phòng riêng, phòng tập thể thoáng mát về mùa hè, ấm áp về mùa đông), bố trí trang thiết bị thiết yếu như: chăn, màn, đệm cho du khách, có thể nghỉ tại nhà dân hoặc nghỉ tại nhà văn hóa bản/làng. Đối với các hộ dân được chọn để bố trí khách du lịch lưu trú phải đảm bảo nằm trong bản/làng đi lại thuận tiện, có lao động có thể tham gia trực tiếp vào hoạt động khai thác du lịch, nhà rộng rãi và được thiết kế theo kiểu truyền thống.

*Tiêu chí 6:* có hội nghệ nhân dân gian hoạt động theo pháp luật, có đội văn nghệ dân gian (từ 7 - 10 người) thường xuyên biểu diễn phục vụ khách với những tiết mục đặc sắc mang đậm bản sắc dân tộc. Mỗi buổi biểu diễn từ 3 đến 5 tiết mục. Có thể phục vụ các món ăn ẩm thực đặc trưng của dân tộc với đội ngũ đầu bếp từ 3 đến 5 người.

*Tiêu chí 7:* có cổng bản/làng, có thông tin hướng dẫn theo tiêu chí xây dựng bản/làng văn hóa du lịch tiêu biểu gắn với xây dựng nông thôn mới bằng hai thứ tiếng (Anh - Việt); có hệ thống mạng Internet đến thôn, có điểm phục vụ bưu chính viễn thông, điện thoại, loa truyền thanh công cộng; bố trí tủ sách thư viện tại nhà văn hóa công cộng.

*Tiêu chí 8:* bản/làng đạt 50% trở lên số tiêu chí về xây dựng nông thôn mới; giá trị sản xuất/1ha bình quân đạt 30 triệu đồng trở lên đối với bản/làng văn hóa du lịch tiêu biểu gắn với xây dựng nông thôn mới ở vùng cao, 50 triệu đồng trở lên đối với vùng đồng lục. Thu nhập bình quân đầu người đạt 10 triệu đồng/năm trở lên.

*Tiêu chí 9:* hệ thống đường giao thông bê tông kết nối thuận tiện có thể đi lại được xe ô tô 16 chỗ ngồi vào đến cổng bản/làng. Đường bản/làng được rải nhựa, đổ bê tông hoặc rải cấp phối. 100% đường liên thôn, liên xóm được bê tông hóa. Có hệ thống điện thắp sáng đến từng hộ dân. 100% số kênh mương đảm bảo tưới cho cả hai vụ được kiên cố.

*Tiêu chí 10:* bảo đảm an ninh, trật tự an toàn xã hội tại bản/làng. Có tinh thần đoàn kết tương trợ giúp đỡ nhau trong cộng đồng. Không có người vi phạm pháp luật. Bảo vệ tính mạng, tài sản của du khách.

**PHỤ LỤC 6****Tổng thu từ khách du lịch, khách du lịch cộng đồng một số địa phương ở miền núi phía Bắc giai đoạn 2015 - 2019***Đơn vị: tỷ đồng*

<b>TT</b>	<b>Tỉnh</b>	<b>Chỉ tiêu</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
1	Hoà Bình	Tổng thu từ du lịch	850	1.038	1.060	1.520	2.075
		<i>Tổng thu từ du lịch cộng đồng</i>	<i>148</i>	<i>192</i>	<i>231</i>	<i>303</i>	<i>415</i>
2	Sơn La	Tổng thu từ du lịch	700	887	1.420	1.600	1.950
		<i>Tổng thu từ du lịch cộng đồng</i>	<i>2</i>	<i>2.2</i>	<i>4</i>	<i>6</i>	<i>10</i>
3	Điện Biên	Tổng thu từ du lịch	550	550	643	850	1.366
		<i>Tổng thu từ du lịch cộng đồng</i>	<i>1</i>	<i>1.8</i>	<i>2</i>	<i>2.4</i>	<i>2.5</i>
4	Lai Châu	Tổng thu từ du lịch	274	343	413	450	511
		<i>Tổng thu từ du lịch cộng đồng</i>	<i>0.8</i>	<i>0.7</i>	<i>0.7</i>	<i>1</i>	<i>1.5</i>

*Nguồn: Sở Văn hoá Thể thao và Du lịch Lai Châu, Điện Biên, Sơn La, Hoà Bình.*

## PHỤ LỤC 7

**Tổng số cơ sở lưu trú, cơ sở lưu trú cộng đồng ở một số tỉnh miền núi phía Bắc  
giai đoạn 2015 – 2021**

TT	Tỉnh	Chỉ tiêu	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1	Hoà	Tổng số CSLT	376	379	402	412	424	434	452
	Bình	Số buồng	5.282	5.155	5.245	5.156	5.419	4.724	5960
		<b>Tổng số CSLT cộng đồng</b>	<b>105</b>	<b>114</b>	<b>130</b>	<b>142</b>	<b>157</b>	<b>157</b>	<b>164</b>
2	Sơn	Tổng số CSLT	250	270	290	322	350	321	372
	La	Số buồng	2.900	3.200	3.500	3.800	4.200	3.820	4.600
		<b>Tổng số CSLT cộng đồng</b>	<b>36</b>	<b>40</b>	<b>47</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>70</b>
3	Điện	Tổng số CSLT	150	155	170	195	210	210	230
	Biên	Số buồng	1.750	2.108	2.153	2.550	2.793	2.790	3.120
		<b>Tổng số CSLT cộng đồng</b>	<b>17</b>	<b>20</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>26</b>	<b>26</b>	<b>32</b>
4	Lai	Tổng số CSLT	87	95	109	115	120	118	132
	Châu	Số buồng	1.690	1.820	1.983	2.200	2.400	2.300	2.700
		<b>Tổng số CSLT cộng đồng</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>5</b>	<b>18</b>	<b>20</b>	<b>19</b>	<b>25</b>

Nguồn: Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch các tỉnh miền núi phía Bắc

**PHỤ LỤC 8****Tổng lượt khách du lịch đến một số tỉnh miền núi phía Bắc giai đoạn 2015 – 2019***Đơn vị: Nghìn lượt*

<b>TT</b>	<b>Tỉnh</b>	<b>Chỉ tiêu</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
1	Sơn La	Tổng lượt khách	1.272	85	120	120	125
		<i>Khách quốc tế</i>	60	85	120	120	125
		Khách du lịch cộng đồng	120	180	240	240	250
		<i>Khách du lịch cộng đồng quốc tế</i>	55	48	54	85	120
2	Hoà Bình	Tổng lượt khách	2.700	2.275	2.497	2.695	3.111
		<i>Khách quốc tế</i>	200	228	253	310	406
		Khách du lịch cộng đồng	298	315	359	395	471
		<i>Khách du lịch cộng đồng quốc tế</i>	155	167	190	227	243
3	Điện Biên	Tổng lượt khách	420	480	428	625	845
		<i>Khách quốc tế</i>	70	80	86	125	183
		Khách du lịch cộng đồng	8,20	9,15	8,02	12,07	14,48
		<i>Khách du lịch cộng đồng quốc tế</i>	1,5	1,70	2,00	2,12	1,14
4	Lai Châu	Tổng lượt khách	183	220	251	300	326
		<i>Khách quốc tế</i>	23,4	22,3	24,8	28	31,7
		Khách du lịch cộng đồng	0,57	0,65	0,88	0,80	1,00
5	Lào Cai	Tổng lượt khách	3.211	3.452	3.503	4.246	5.106
		<i>Khách quốc tế</i>	453	556	699	718	806
6	Lạng Sơn	Tổng lượt khách	2.294	2.334	2.411	2.700	2.856
		<i>Khách quốc tế</i>	223	240	336	408	464

## PHỤ LỤC 9

**Phân bố di tích cấp quốc gia, cấp tỉnh tại các địa phương khu vực  
miền núi phía Bắc**

STT	Tên tỉnh	Số di tích Quốc gia đặc biệt	Số di tích Quốc gia	Số di tích cấp tỉnh	Tổng di tích
1	Bắc Giang	12 <sup>75</sup>	50	605	667
2	Bắc Kạn	5 <sup>76</sup>	10	49	64
3	Cao Bằng	3 <sup>77</sup>	23	66	92
4	Điện Biên	1 <sup>78</sup>	9	8	18
5	Hà Giang	9 <sup>79</sup>	16	29	54
6	Hòa Bình	2 <sup>80</sup>	13	27	42
7	Lai Châu	2 <sup>81</sup>	4	20	26
8	Lạng Sơn	5 <sup>82</sup>	15	95	115
9	Lào Cai	5 <sup>83</sup>	22	31	58
10	Phú Thọ	1 <sup>84</sup>	18	218	236
11	Sơn La	6 <sup>85</sup>	47	15	68

<sup>75</sup> Đền Ngọc Lâm, Tân Mỹ (1991), Lăng Họ Trần (1990), Đình Hương Câu (1992), Đình và Đền Trâu Lỗ (1994), Chùa Nam Thiên (1989), Đình Làng Chuông (1988), Nghè Nhã Nam (1988), Chùa Bồ Hạ (1991), Đình Hương Vĩ (1994), Chùa Hương Vỹ (1994), Đền Cầu Khoai (1994), Chùa Kem (2012).

<sup>76</sup> Hang Nà Mò (2020), Hoàng Phài - Địa điểm Lưu niệm nơi Bác Hồ dừng chân trên đường từ Pác Bó về Tân Trào, 5/1945 (2011), ATK Chợ Đôn (2016), Di tích lịch sử Nà Quân (1996), Động Nàng Tiên (1999).

<sup>77</sup> Khu lưu niệm Kim Đồng (2011), Chuông chùa Đà Quận (1995), Đền vua Lê (1995), Thành La nữ (2009), Địa điểm Nà Ngần (1994), Nậm Nìn (1995).

<sup>78</sup> Nhà tù Lai Châu (2011).

<sup>79</sup> Căng Bắc Mê (1992), Chùa Nậm Dầu (2009), Tiểu khu Trọng Con (1996), Kỳ đài Quảng trường 26/3 (1993), Bia Sừng Khánh, Chuông Bình Lâm (1993), Hang Đán Cúm - Nà Chảo (2001), Hang Khâu Đôn (2020), Hang Nậm Tan (2020), Thác Trần (2021).

<sup>80</sup> Khu mộ cổ Đống Thếch (1997), Nhà tù Hoà Bình.

<sup>81</sup> Đền thờ vua Lê Lợi (2017), Thác Cầu Mây (2015).

<sup>82</sup> Động Nhị Thanh - Chùa Tam Thanh (1962), Linh địa cổ Mẫu Sơn (2013), Khu di tích núi Phai Vệ (2004), Thành Nhà Mạc, Thành cổ Lạng Sơn (1999).

<sup>83</sup> Đền Trung Đô (2008), Đồn Phố Ràng (1999), Thành Cổ Nghị Lang (2011), Đền Bắc Hà (2003), khu căn cứ cách mạng Cam Đường (1995).

<sup>84</sup> Di tích lịch sử đền Hùng.

<sup>85</sup> Tập đoàn cứ điểm Nà Sản (1998), Hồ Chiềng Khoi (2001), Kỳ đài Thuận Châu (1995), Ngã ba Cò Nòi (2004), Bia Quê Lâm Ngự Ché (1994), Hang mộ Tạng Mè (2014).



STT	Tên tỉnh	Số di tích Quốc gia đặc biệt	Số di tích Quốc gia	Số di tích cấp tỉnh	Tổng di tích
12	Thái Nguyên	6 <sup>86</sup>	54	205	265
13	Tuyên Quang	7 <sup>87</sup>	18	252	277
14	Yên Bái	6 <sup>88</sup>	14	92	112
	<b>Tổng số</b>	<b>70</b>	<b>300</b>	<b>1711</b>	<b>2081</b>

*Nguồn: Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch các tỉnh miền núi phía Bắc.*

<sup>86</sup> Nơi làm việc đầu tiên của nhà xuất bản Sự thật, cụm di tích Kha Sơn, Chùa Úc Kỳ, Chùa Tây Phúc, Địa điểm lưu niệm Chủ tịch Hồ Chí Minh về thăm Khu công nghiệp Gang thép Thái Nguyên, Hang Ốc (2018).

<sup>87</sup> Đền Hạ Tuyên Quang (1991), Đền Thượng Tuyên Quang (2015), Thành nhà Mạc (1991), Động Song Long (2009), Chùa Phúc Lâm (2009), Thác Nậm Me (2009), Thác Lụa (2018).

<sup>88</sup> Căng và đôn Nghĩa Lộ (1996), Đền Đông Cuông (2009), Đền Nhược Sơn (2005), Khu di tích mộ Nguyễn Thái Học (1990), Chùa tháp Hắc Y (2001), Đồn Cô Đại Lịch (2012).

**PHỤ LỤC 10****Doanh thu du lịch lữ hành theo giá hiện hành của các tỉnh miền núi phía Bắc***Đơn vị tính: Tỷ đồng*

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>Sơ bộ 2021</b>
Hà Giang	35,50	38,80	43,70	44,60	50,20	23,90	6,4
Cao Bằng	1,80	5,60	6,00	6,40	7,70	2,90	2,60
Bắc Kạn	0,20	0,02	0,02	0,10	0,10	0,10	0,00
Tuyên Quang	3,60	4,20	4,60	4,90	6,10	6,00	0,90
Lào Cai	129,90	143,60	162,90	179,10	189,00	93,60	32,70
Yên Bái	..	1,40	1,50	2,70	3,00	1,50	0,70
Thái Nguyên	18,60	25,30	27,70	32,40	36,70	18,00	12,50
Lạng Sơn	7,70	7,60	8,00	8,30	9,30	2,50	2,60
Bắc Giang	25,70	34,40	37,30	40,90	46,60	26,20	8,00
Phú Thọ	12,40	13,60	15,00	16,40	19,20	17,40	3,80
Điện Biên	..	..	..	..	..	1,30	0,80
Lai Châu	1,60	2,10	2,20	2,20	2,40	1,50	1,00
Sơn La	15,10	12,90	14,00	14,60	15,00	14,80	6,60
Hòa Bình	1,50	1,80	2,00	2,20	2,40	1,50	1,20

*Nguồn Niên giám thống kê 2021, tr. 653*

## PHỤ LỤC 11

## Các loài dược liệu có khả năng khai thác ở vùng Tây Bắc

TT	Tên Việt Nam	Tên khoa học	Ước lượng sản lượng khai thác (tấn)
<b>Tổng</b>			<b>540</b>
1	Bách bộ	<i>Stemona tuberosa</i> Lour.	20
2	Câu đằng	<i>Uncaria</i> spp.	15
3	Cẩu tích	<i>Cibotium barometz</i> (L.) J.Sm	100
4	Chân chim	<i>Schefflera</i> spp.	10
5	Chè dây	<i>Ampelopsis cantoniensis</i> (Hook. et Arn.) Planch.	15
6	Cốt khí củ	<i>Reynoutria japonica</i> Houtt.	100
7	Củ mài	<i>Dioscorea persimilis</i> Prain et Burk.	20
8	Củ chóc	<i>Typhonium trilobatum</i> (L.) Scott	20
9	Hạ khô thảo	<i>Prunella indica</i> L.	40
10	Hy thiêm	<i>Siegesbeckia orientalis</i> L.	15
11	Kim ngân	<i>Lonicera</i> spp.	15
12	Nhân trần	<i>Adenosma cearuleum</i> R.Br.	10
13	Quế rừng	<i>Cinnamomum</i> spp.	30
14	Sa nhân	<i>Amonum</i> spp.	20
15	Táo mèo	<i>Docynia indica</i> Wall	40
16	Thảo quyết minh	<i>Senna tora</i> (L.) Roxb.	20
17	Thỏ phục linh và Khúc khắc	<i>Smilax glabra</i> Roxb. và <i>Smilax</i> spp.	50

Nguồn: Dự thảo Đề án Quy hoạch tổng thể phát triển dược liệu đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030, tr. 91.

## PHỤ LỤC 12

## Các loài dược liệu có khả năng khai thác ở vùng Đông Bắc

TT	Tên Việt Nam	Tên khoa học	Ước lượng sản lượng khai thác (tấn)
<b>Tổng cộng</b>			<b>555</b>
1	Bách bộ	<i>Stemona tuberosa</i> Lour.	20
2	Bình vôi	<i>Stephania</i> spp.	30
3	Bồ bồ	<i>Adenosma indiana</i> (Lour.) Merr.	35
4	Câu đằng	<i>Uncaria</i> spp.	10
5	Cầu tích	<i>Cibotium barometz</i> (L.) Sm.	100
6	Chân chim leo	<i>Schefflera</i> spp.	10
7	Chè dây	<i>Ampelopsis cantoniensis</i> (Hook.et Arn.) Planch.	15
8	Củ mài	<i>Dioscorea persimilis</i> Prain et Burk	20
9	Củ chóc	<i>Typhonium trilotatum</i> (L.)	20
10	Dây đau xương	<i>Tinospora sinensis</i> Lour.	30
11	Hoàng đằng	<i>Fibraurea tinctoria</i> Lour.	10
12	Hy thiêm	<i>Siegesbeckia orientalis</i> L.	10
13	Huyết giác	<i>Dracaena cambodiana</i> Pierre ex Gagnep.	5
14	Kim ngân	<i>Lonicera</i> spp.	10
15	Nhân trần	<i>Adenosma cearuleum</i> R.Br.	10
16	Quế rừng	<i>Cinnamomum</i> spp.	60
17	Sa nhân	<i>Amonum</i> spp.	20
18	Táo mèo	<i>Docynia indica</i> Wall.	70
19	Thảo quyết minh	<i>Senna tora</i> (L.) Roxb.	15
20	Thiên niên kiện	<i>Homalomena</i> spp.	25
21	Thạch và thủy xương bồ	<i>Acorus</i> spp.	10
22	Thổ phục linh và Kim cang	<i>Smilax glabra</i> Roxb. và <i>Smilax</i> spp.	20

Nguồn: Dự thảo Đề án Quy hoạch tổng thể phát triển dược liệu đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030, tr. 92

## PHỤ LỤC 13

## Cơ cấu lao động du lịch các tỉnh khu vực miền núi phía Bắc năm 2021

Chỉ tiêu	Hòa Bình	Sơn La	Điện Biên	Lai Châu	Yên Bái	Phú Thọ	Lào Cai	Tuyên Quang	Hà Giang	Bắc Kạn	Thái Nguyên	Cao Bằng	Lạng Sơn	Bắc Giang	Trung bình
Lao động nam (%)	36%	30%		61,7%	39,20%	36%	35%	40%	60%	36%	40%	44,6%			41,7%
Lao động nữ (%)	64%	70%		38,3%	60,8%	64%	65%	60%	40%	64%	60%	55,4%			58,3%
Lao động có trình độ từ đại học trở lên (%)	9%	11,5%		3,00%	6,00%	18,7%	15,4%	3,50%	9,00%	13,5%	14,00%	13%		5,00%	10,1%
Lao động đã qua đào tạo từ sơ cấp trở lên (%)	43%	60%		26%	42,30%	45%	43,7%	10%	70,1%	28,7%	33%	19,1%		40%	38,4%
Lao động được đào tạo ngành Du lịch (%)	7%	26,2%		2%	7,5%	3,60%	20%	2%	20%	2,30%	22,40%	8,40%			11,0%
Lao động có ngoại ngữ (%)	4%	11,2%		10%	5,4%	23,3%	60%	8,7%	30%	1,5%	50%	7%			19,1%
Lao động biết sử dụng máy tính (chứng chỉ C)	12%	100%		80%	23,30%	35,7%	71,4%	72%	50%	20%	100%	76,1%			55,5%

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>Hòa Bình</b>	<b>Sơn La</b>	<b>Điện Biên</b>	<b>Lai Châu</b>	<b>Yên Bái</b>	<b>Phú Thọ</b>	<b>Lào Cai</b>	<b>Tuyên Quang</b>	<b>Hà Giang</b>	<b>Bắc Kạn</b>	<b>Thái Nguyên</b>	<b>Cao Bằng</b>	<b>Lạng Sơn</b>	<b>Bắc Giang</b>	<b>Trung bình</b>
Độ tuổi 18t - 50t (%)	31%	87,7%		89,2%	86,7%	81,6%		83,4%	90%	86%	91,6%	81,3%			73,5%
Lao động QLNN và sự nghiệp du lịch (người)	29	41	12	14	9	77	66	29	44	10	81	12	12	40	32
Lao động tại các đơn vị kinh doanh du lịch (%)	96,2%	97%		95%	97,7%	95%	98,5%	94,8%	97,1%	98%	90,2%	96,1%		97,1%	96,0%
Lao động làm công tác đào tạo du lịch (người)	40	20	5	2	36	33	49	31	5	7	62	2	5	38	24

*Nguồn: Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch 14 tỉnh miền núi phía Bắc*