

CULTURE MANAGEMENT CONNECTED WITH SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT

Giang Khắc Bình

Vietnam Academy of Ethnic Minorities

Email: gkbinh@hvd.edu.vn

Received: 26/7/2022

Reviewed: 01/8/2022

Revised: 02/8/2022

Accepted: 20/9/2022

DOI: <https://doi.org/10.58902/tcnckhpt.v1i1.8>

Abstract:

At the 26th World Travel Awards for the Asia-Pacific region in 2019 in Phu Quoc, Vietnam surpassed 9 countries to become the leading destination in Asia for the second consecutive year, which shows the rapid development of Vietnam's tourism industry - positioned as one of the key economic sectors in the integration process. It is also the recognition of the culture management's achievements in realizing the Party's viewpoints and policies in the 13th National Congress so that culture is not only a "goal" but also really becomes "endogenous strength, the driving force for national development and national defense". However, the development of the tourism industry (the product of the combination of culture and economy) is still limited, making the achievements not commensurate with the inherent potential.

In this article, we mention a number of breakthrough solutions based on the association between state management of culture and sustainable tourism development in order to make tourism really a spearhead economic sector, towards the further goal of Vietnam becoming a tourism powerhouse and simultaneously improve the efficiency of state management of culture.

Keywords: Culture management; Cultural tourism; Tourism culture; Tourism economy.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế đang trở thành một xu thế khách quan thì chủ trương chủ động hội nhập quốc tế toàn diện, sâu rộng của Đảng ta là chủ trương hết sức đúng đắn. Chủ trương này nhằm hạn chế tối đa những tác động tiêu cực của toàn cầu hóa, đồng thời phát huy những lợi thế mà ta đang có, trên tinh thần “Khơi dậy khát vọng phát triển đất nước, phát huy mạnh mẽ giá trị văn hóa, con người Việt Nam và sức mạnh thời đại, huy động mọi nguồn lực, phát triển nhanh và bền vững trên cơ sở khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số” (Ban chấp hành Trung ương Đảng, 2021). Với quan điểm trên, Đảng ta một lần nữa khẳng định vai trò và sức mạnh của văn hóa trong sự nghiệp phát triển đất nước. Văn hóa không chỉ là “mục tiêu” mà

còn thực sự trở thành “sức mạnh nội sinh, động lực phát triển đất nước và bảo vệ Tổ quốc”.

Do đó việc nghiên cứu, nhận diện những giá trị, bản sắc văn hóa các dân tộc, gắn kết những giá trị ấy với các hoạt động kinh tế, với ngành du lịch trên cơ sở thúc đẩy sự phát triển của ngành công nghiệp văn hóa sẽ có nhiều ý nghĩa trong việc thực hiện.

2. Tổng quan nghiên cứu

Trong những năm gần đây, đã có nhiều công trình khoa học tập trung nghiên cứu về quản lý văn hóa ở Việt Nam, quan điểm, chính sách của Đảng, Nhà nước ta về quản lý văn hóa, có thể kể đến một số công trình nghiên cứu tiêu biểu: Nguyễn Chí Bền (Chủ biên, 2010), *Bảo tồn, phát huy giá trị di sản văn hóa vật thể Thăng Long - Hà Nội*, Nxb. Hà Nội; Phạm Thanh Hà (2011), *Giữ gìn bản sắc dân tộc Việt*

Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội; Phan Hồng Giang, Bùi Hoài Sơn (Đồng Chủ biên, 2012), *Quản lý Văn hóa Việt Nam trong tiến trình đổi mới và hội nhập quốc tế*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội; Nguyễn Thị Kim Loan (chủ biên), Nguyễn Trường Tân (2014), *Quản lý di sản văn hóa*, Nxb. Văn hóa - Thông tin & Viện Văn hóa, Hà Nội; Nguyễn Thị Hiền (2017), *Quản lý Nhà nước và vai trò cộng đồng trong bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa phi vật thể*, Nxb. Văn hóa dân tộc, Hà Nội...

Về phát triển du lịch, có thể kể đến các công trình như: Trịnh Lê Anh (2016), *Sản phẩm du lịch văn hóa và văn hóa quản lý du lịch ở Việt Nam*, Tạp chí Văn hóa học, số 6 (28); Đoàn Văn Bình, Chủ tịch CEO Group (2022), *Đột phá tư duy đưa Việt Nam trở thành cường quốc du lịch*, Tạp chí TheLeader, ngày 21/7/2022; Nguyễn Phạm Hùng (2022), *Văn hóa du lịch*, Nxb. Đại học quốc gia Hà Nội; Võ Văn Quang (2020), *Tiềm năng du lịch Việt Nam so sánh với Thái Lan*, Tạp chí TheLeader, ngày 4/2/2020...

Các công trình nghiên cứu trên đề cập đến nhiều vấn đề trong lĩnh vực quản lý văn hóa cũng như thực trạng cùng một số giải pháp nhằm đẩy nhanh tốc độ phát triển du lịch ở Việt Nam. Tuy nhiên, các nghiên cứu trên chưa đề xuất được những giải pháp tổng thể trên cơ sở gắn kết du lịch với các ngành, các lĩnh vực quản lý văn hóa, quản lý kinh tế - xã hội.

3. Phương pháp nghiên cứu

Trong bài viết này, tác giả chủ yếu sử dụng phương pháp tổng hợp, phân tích tài liệu thứ cấp, tập trung vào các văn kiện đại hội Đảng, nghị quyết, chỉ thị, kết luận của Ban Chấp hành Trung ương, Bộ Chính trị, Ban Bí thư... và các công trình khoa học nghiên cứu về các vấn đề liên quan đến quản lý văn hóa và phát triển du lịch. Trên cơ sở tổng hợp, phân tích tài liệu, bài viết tập trung vào một số giải pháp có tính đột phá nhằm nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước về văn hóa gắn với phát triển du lịch bền vững ở nước ta hiện nay.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1 Một số khái niệm

- Quản lý văn hóa

Quản lý nhà nước về văn hóa là một bộ phận trong quản lý nhà nước đối với các lĩnh vực đời sống, xã hội. Nó là sự định hướng, tạo điều kiện và tổ chức điều hành của nhà nước để

làm cho văn hóa phát triển theo hướng bền vững. Hay nói cách khác, quản lý nhà nước về văn hóa là sự quản lý của nhà nước với toàn bộ hoạt động văn hóa của một quốc gia bằng quyền lực nhà nước thông qua hiến pháp, pháp luật về thể chế chính sách để đảm bảo sự phát triển của văn hóa dân tộc.

Công tác quản lý văn hóa ở nước ta hiện nay có ý nghĩa sâu sắc, phục vụ cho lợi ích của nhân dân, lợi ích của quốc gia, dân tộc. Bên cạnh việc bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống, quản lý văn hóa còn có nhiệm vụ gắn kết văn hóa với quá trình phát triển, biến văn hóa thành “nền tảng tinh thần của xã hội. Văn hóa là mục tiêu và cũng là động lực để thúc đẩy sự phát triển của đất nước” theo tinh thần Nghị quyết Trung ương 5 khóa VIII, “Văn hóa là nguồn lực nội sinh quan trọng cho phát triển bền vững đất nước” theo tinh thần Nghị quyết Trung ương 9 khóa XIV và “Phát triển con người toàn diện và xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc để văn hóa, con người Việt Nam thực sự trở thành sức mạnh nội sinh, động lực phát triển đất nước và bảo vệ Tổ quốc” theo tinh thần Nghị quyết Đại hội Đảng lần thứ XIII.

- Du lịch văn hóa

“Du lịch văn hóa là hình thức du lịch dựa vào bản sắc văn hóa dân tộc với sự tham gia của cộng đồng nhằm bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống” (Luật Du lịch).

Trong khái niệm trên, có 2 nội dung cần đặc biệt chú ý:

- Du lịch văn hóa nhằm bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống.

Đây là quan điểm đã được cụ thể hóa trong *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*: “Phát triển con người toàn diện và xây dựng nền văn hoá Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc để văn hoá thực sự trở thành sức mạnh nội sinh, động lực phát triển đất nước và bảo vệ Tổ quốc”, trong đó nhấn mạnh yêu cầu về bảo tồn và phát huy sức mạnh của văn hóa, gắn văn hóa với quá trình phát triển đất nước.

Du lịch văn hóa là loại hình du lịch được xem là có những hỗ trợ trực tiếp và tích cực nhất đối với việc phát triển kinh tế du lịch ở các vùng miền trong cả nước.

- Du lịch văn hóa là hình thức du lịch dựa vào bản sắc văn hóa dân tộc với sự tham gia

của cộng đồng. Trong đó phát triển du lịch có sự tham gia của cộng đồng nhằm đảm bảo văn hoá, thiên nhiên bền vững, nâng cao nhận thức và tăng quyền lực cho cộng đồng. Cộng đồng được chia sẻ lợi ích từ hoạt động du lịch, nhận được sự hợp tác, hỗ trợ của chính phủ và các tổ chức quốc tế.

Du lịch văn hóa là một ngành kinh tế dựa trên nguồn tài nguyên là bản sắc văn hóa của các dân tộc. Trong việc tổ chức các hoạt động kinh tế này tại các vùng, miền, địa phương, không thể bỏ qua vai trò của các cộng đồng. Trong vai trò là chủ thể văn hóa, các cộng đồng dân tộc là những người hiểu hơn ai hết đặc điểm, giá trị, bản sắc văn hóa của dân tộc mình, đồng thời cũng là người hiểu rõ cách khai thác sao cho hiệu quả nhất mà không làm mai một, thậm chí biến dạng các giá trị văn hóa đó. Mặt khác, trên quan điểm mục đích “nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của nhân dân”, với tư cách là chủ thể văn hóa, từng cá nhân người dân và các cộng đồng dân tộc Việt Nam là những người xứng đáng hơn ai hết được hưởng những thành quả mà du lịch văn hóa mang lại.

4.2 Lợi thế và tiềm năng du lịch văn hóa, thực trạng và những vấn đề đặt ra

- Lợi thế của du lịch văn hóa Việt Nam

Trong Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, du lịch văn hóa được xác định là 1 trong 12 ngành chủ chốt, đồng thời xác định thế mạnh của du lịch văn hóa có được bởi các yếu tố sau:

Thứ nhất, đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước với những đổi mới nhận thức sâu sắc về vai trò của văn hóa đối với sự phát triển đất nước, khẳng định sự gắn kết chặt chẽ giữa văn hóa và kinh tế nhằm hướng tới phát triển nền kinh tế tri thức và nền văn hóa đậm đà bản sắc dân tộc.

Hội nghị lần thứ chín Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI đã ban hành Nghị quyết số 33-NQ/TW ngày 09/6/2014 về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước, trong đó khẳng định: “Phát triển công nghiệp văn hóa nhằm khai thác và phát huy những tiềm năng và giá trị đặc sắc của văn hóa Việt Nam, khuyến khích xuất khẩu sản phẩm văn hóa, góp phần quảng bá văn hóa Việt Nam ra thế giới”.

Thứ hai, Việt Nam có một nền văn hóa phong phú, đa dạng, độc đáo và giàu bản sắc.

Thứ ba, con người Việt Nam tài năng và giàu sức sáng tạo.

Thứ tư, văn hóa Việt Nam luôn đổi mới dựa trên khả năng hấp thụ những tinh hoa văn hóa thế giới nhưng đồng thời vẫn luôn chú trọng việc bảo tồn và phát huy những giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc.

- Tiềm năng du lịch văn hóa của Việt Nam

Trong hai bài viết *Creative Industries* (Các ngành công nghiệp sáng tạo) và *Creative Industries and Viet Nam* (Các ngành công nghiệp sáng tạo và Việt Nam) tại Chương trình đào tạo Quản lý nghệ thuật của Bộ Văn hóa - Thông tin (2004), tác giả Jennifer Radbourne đã khẳng định: Việt Nam có khá nhiều tiềm năng, thế mạnh để phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, đặc biệt là sự đa dạng về văn hóa của 54 dân tộc anh em, tính độc đáo, đặc sắc trong văn hóa tộc người. Tác giả cho rằng nếu được phát lộ, khai thác tốt, công nghiệp văn hóa (trong đó có du lịch văn hóa) sẽ thực sự trở thành ngành kinh tế có nhiều đóng góp cho sự phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam, đồng thời nâng cao sức mạnh nội sinh của văn hóa dân tộc (Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam, 2017).

Có thể khẳng định rằng, xét trên phương diện tài nguyên, nước ta có một tiềm năng vô cùng to lớn đối với sự phát triển của ngành công nghiệp văn hóa, trong đó có du lịch văn hóa. Trải dài trên khắp đất nước, từ miền ngược đến miền xuôi, sự phát triển của các cộng đồng dân tộc gắn với một hệ thống di sản văn hóa vô cùng phong phú, đa dạng với nhiều sắc thái văn hóa đặc sắc, hấp dẫn. Đây là nguồn lực văn hóa giàu giá trị, trực tiếp tạo nên các sản phẩm du lịch mang tính đặc thù, như sản phẩm du lịch mang dấu ấn người Mông, người Dao, người Xa Phó, người Tày trên đỉnh núi Sa Pa (tỉnh Lào Cai)...; sản phẩm du lịch phản ánh sự thích ứng với môi trường, như những khu ruộng bậc thang kỳ vĩ ở Mù Cang Chải (tỉnh Yên Bái), Hoàng Su Phì (tỉnh Hà Giang), Bát Xát (tỉnh Lào Cai). 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... Nhiều di sản văn hóa phi vật thể đã trở thành những điểm đến thu hút khách trong và ngoài nước, tạo nên thương

hiệu, dấu ấn riêng của từng địa phương như Lễ hội chùa Hương ở Hà Nội, Ca Huế, ca vọng cổ ở Tây Nam Bộ, múa xòe của đồng bào Thái ở Tây Bắc, lễ hội đua voi ở Tây Nguyên, lễ hội Bà Chúa Xứ ở tỉnh An Giang, Lễ hội Ook om bok ở tỉnh Trà Vinh, Lễ hội Kate hay Gốm Chăm ở Bà Trú, tỉnh Ninh Thuận... Tất cả đã tạo nên sức hút cho du lịch, đồng thời góp phần phát triển kinh tế - xã hội địa phương, nâng cao đời sống cộng đồng. Đây là nguồn tài nguyên du lịch quan trọng, là tiềm năng, lợi thế so sánh trong phát triển du lịch. Bên cạnh đó, tiềm năng du lịch văn hóa ở Việt Nam nói chung và ở vùng dân tộc thiểu số nói riêng còn có thể kể đến rất nhiều những giá trị văn hóa đặc sắc gắn với từng dân tộc, từng vùng miền như văn hóa ẩm thực, văn hóa trang phục, kiến trúc nhà ở, tập quán sản xuất, cấu trúc xã hội, thiết chế văn hóa truyền thống... cùng hàng loạt những di sản văn hóa thiên nhiên, tạo nên sức hấp dẫn đặc biệt đối với du khách, đặc biệt là du khách nước ngoài.

Theo ước tính và đánh giá của Ngân hàng Thế giới, du lịch Việt Nam có tiềm năng mang lại những giá trị kinh tế lớn, hơn cả dòng kiều hối hay vốn đầu tư nước ngoài, thậm chí vượt qua cả giá trị thặng dư xuất khẩu. Xét trên tổng doanh thu ước tính cho năm 2019, du lịch mang lại thu nhập ròng trên 20 tỷ USD, vượt xa con số 17 tỷ USD kiều hối hay 17,6 tỷ USD vốn đầu tư nước ngoài thực giải ngân trong 11 tháng đầu năm. Du lịch còn mang lại thu nhập ngoại tệ ròng lớn hơn so với thặng dư xuất khẩu bởi mặc dù tổng kim ngạch xuất khẩu đạt khoảng 500 tỷ USD, gấp đôi GDP nhưng xuất siêu cả năm cũng chỉ vài tỷ USD. Tổ chức Du lịch thế giới dự báo ngành du lịch toàn cầu sẽ tăng trưởng bình quân 4% trong 10 năm tới, trong đó khu vực Đông Nam Á sẽ hưởng lợi lớn, với số lượng khách du lịch đến khu vực có thể tăng từ 137 triệu lượt vào năm ngoài lên 187 triệu lượt vào năm 2030. Với vị trí vàng trong khu vực và châu Á; nền chính trị ổn định, an toàn; dân số gần 100 triệu người với 36 triệu hộ gia đình và 30 triệu người thuộc tầng lớp trung lưu; di sản văn hóa đa dạng và cảnh quan thiên nhiên đặc sắc, đặc biệt có tới 8 di sản thế giới được UNESCO công nhận, Việt Nam hoàn toàn có khả năng phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế chiến lược và là động lực phát triển kinh tế xã hội (Đoàn Văn Bình, 2022).

- Thực trạng và những vấn đề đặt ra đối với việc phát triển ngành du lịch văn hóa ở Việt Nam

Mặc dù có lợi thế và tiềm năng lớn song có thể khẳng định rằng hiệu quả kinh tế từ du lịch Việt Nam vẫn còn hạn chế, chưa tương xứng với lợi thế, tiềm năng sẵn có. Có thể so sánh về giá trị, kinh tế du lịch Việt Nam đã vượt lên trên một số lĩnh vực khác nhưng nếu so với Thái Lan, một đất nước có những đặc điểm tự nhiên và xã hội khá tương đồng thì kinh tế du lịch Việt Nam còn kém Thái Lan một khoảng cách xa: “Trong khi Việt Nam đang hướng đến mốc 20 triệu khách (2020) thì Thái Lan đã đạt 41 triệu khách năm 2019, doanh thu du lịch Việt Nam chỉ bằng 1/3 đến 1/2 so với Thái Lan” (Võ Văn Quang, 2020). Có thể chỉ ra những vấn đề tồn tại chủ yếu của du lịch Việt Nam như sau:

+ Số lượng khách quốc tế và nội địa thời gian qua có tăng nhưng không tạo được bước đột phá, hiệu quả về thu nhập du lịch còn rất khiêm tốn. Chi tiêu du lịch còn thấp do sản phẩm du lịch còn đơn điệu, dịch vụ nghèo nàn và trùng lặp ở mọi điểm du lịch trên cả nước.

+ Tỷ trọng giá trị gia tăng du lịch trong GDP cả nước vẫn thấp, chưa thực sự chiếm vị trí xứng đáng so với yêu cầu của ngành kinh tế mũi nhọn.

+ Hạ tầng du lịch thiếu đồng bộ, chưa được quy hoạch một cách bài bản dẫn đến việc chưa thu hút du khách với khả năng chi tiêu cao và lưu trú lâu dài.

+ Hệ thống nhà hàng, khách sạn, cơ sở vui chơi, giải trí dịch vụ, hệ thống quà lưu niệm du lịch đặc trưng các vùng miền trên phạm vi cả nước còn nghèo nàn, thiếu đồng bộ, chất lượng chưa cao.

+ 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 nghệ thuật truyền thống đến đương đại, trình diễn các nghệ truyền thống... đang còn rất hạn chế tại Việt Nam.

+ 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 cho phát triển du lịch.

+ Việc cung cấp các sản phẩm lưu niệm, quà tặng mang các nét văn hóa đặc trưng các vùng miền, địa phương còn rất hạn chế với các sản phẩm nghèo nàn, đơn điệu, các không gian trưng bày không được đầu tư, không tạo được sức hấp dẫn với du khách, hệ quả là các chủ thể văn hóa (cộng đồng) không thu được nguồn lợi để bù đắp chi phí, tái sản xuất, buộc phải chuyển nghề khác để kiếm sống.

+ Các lễ hội trong thời gian qua đã được tổ chức rầm rộ và quy mô ở nhiều địa phương, trong đó có nhiều lễ hội đã trở thành sự kiện thường niên, gắn với tên tuổi của các địa phương, tuy nhiên chưa được đầu tư có bài bản, có chiều sâu; nhiều lễ hội nặng về tính thương mại, yếu tố văn hóa nhạt nhòa (thậm chí có khi làm méo mó văn hóa) nên chưa có sức hút lớn đối với khách du lịch quốc tế.

+ Môi trường văn hóa du lịch chưa được đảm bảo, gây nhiều phiền nhiễu cho du khách.

+ Yếu tố môi trường chưa được coi trọng.

Có nhiều nguyên nhân dẫn đến thực trạng trên, song nguyên nhân cốt lõi là bởi Việt Nam chưa xây dựng được một ngành công nghiệp văn hóa – công nghiệp du lịch đúng nghĩa. Các hoạt động du lịch được tổ chức manh mún, nhỏ lẻ, vụn vặt, thiếu sự quản lý thống nhất ở tầm vĩ mô, thiếu tính đồng bộ, tính kết nối và chưa dựa trên nền tảng khoa học công nghệ tiên tiến.

4.3 Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả quản lý văn hóa gắn với phát triển du lịch bền vững ở nước ta hiện nay

Ngày 22/01/2020, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 147/QĐ-TTg phê duyệt *Chiến lược phát triển du lịch đến năm 2030*. Chiến lược đưa ra quan điểm phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp, chất lượng, hiệu quả, trên nền tảng thành tựu của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, với mục tiêu là để du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, chiến lược du lịch quốc gia đặt mục tiêu đến năm 2030 phấn đấu đón được ít nhất 50 triệu lượt khách quốc tế và 160 triệu lượt khách nội địa, tổng thu từ khách du lịch tương đương 130-150 tỷ USD; đưa Việt Nam trở thành điểm đến đặc biệt hấp dẫn, thuộc nhóm 30 quốc gia có năng lực cạnh tranh du lịch hàng đầu thế giới.

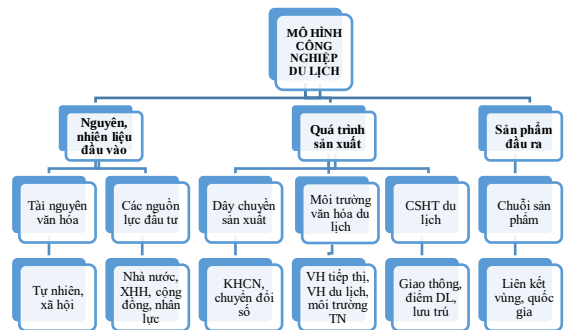
Trong Chiến lược phát triển du lịch đến năm 2030 đã có một hệ thống giải pháp đầy đủ và

toàn diện. Trong bài viết này chúng tôi chỉ đưa ra một góc nhìn riêng về những giải pháp mang tính cốt lõi, vừa hướng đến mục tiêu của Chiến lược, vừa đảm bảo phát triển du lịch bền vững trên tinh thần Nghị quyết Đại hội Đảng lần thứ XIII như sau:

Một là, cần định vị du lịch văn hóa là một ngành trong hệ thống các ngành kinh tế.

Trong Chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa, du lịch văn hóa là 1 trong 12 ngành chủ chốt, điều đó có nghĩa là du lịch văn hóa cũng cần được coi trọng và được tạo điều kiện, cơ chế vận hành, phát triển như một ngành công nghiệp – trong bài viết này, chúng tôi gọi là *công nghiệp du lịch*.

Cũng như các ngành công nghiệp khác, công nghiệp du lịch là một hệ thống cấu trúc liên hoàn, đồng bộ, trong đó mỗi yếu tố đều có thể tác động đến các yếu tố khác và có ý nghĩa vô cùng quan trọng đối với cả hệ thống, có thể được mô hình hóa như sau:



Với tư cách là một ngành kinh tế, hơn nữa lại là một ngành kinh tế mũi nhọn, công nghiệp du lịch cần được đặt trong hệ thống các ngành kinh tế, cần được quan tâm, đầu tư thỏa đáng:

- Cần phải xây dựng chiến lược phát triển công nghiệp du lịch, nằm trong hệ thống chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa. Khác với chiến lược phát triển văn hóa thường chưa thể hiện được mối liên hệ “văn hóa trong kinh tế, kinh tế trong văn hóa”, chiến lược phát triển công nghiệp du lịch nhằm định vị nó như một ngành kinh tế, trong đó văn hóa có thể được coi như “nguyên liệu đầu vào” - yếu tố thiết yếu của mọi ngành công nghiệp.

- Cần có những đột phá trong cơ chế, chính sách, chẳng hạn như nói lỏng cơ chế cấp thị thực, lưu trú cho du khách, các chính sách ưu đãi đối với các doanh nghiệp du lịch và cộng

đồng văn hóa.

- Cần ứng dụng những thành tựu khoa học công nghệ mới nhất, trong đó có công nghệ chuyển đổi số vào quá trình quy hoạch, xây dựng các sản phẩm du lịch, điều tiết, vận hành, quảng bá và cung ứng sản phẩm (logistic), quản trị nhân sự, quản lý tài nguyên văn hóa...

- Cần tạo dựng một môi trường văn hóa du lịch theo chuẩn mực quốc tế, trong đó đặc biệt chú trọng yếu tố “thân thiện” (thân thiện với du khách, thân thiện với tự nhiên, môi trường).

- Xây dựng cơ sở hạ tầng du lịch đồng bộ (giao thông, cơ sở lưu trú, điểm vui chơi giải trí...), đáp ứng quy mô ngày càng lớn và nhu cầu ngày càng đa dạng của du khách.

- Cần chú trọng yếu tố kết nối trong du lịch (kết nối liên điểm, liên tỉnh, liên vùng...) nhằm tạo điều kiện thuận lợi tối đa cho du khách.

- Tăng cường hợp tác quốc tế trong lĩnh vực du lịch, vừa để trao đổi kinh nghiệm vừa tạo ra các kết nối du lịch liên quốc gia.

Hai là, khi phát triển công nghiệp văn hóa ở các địa phương, đặc biệt là vùng dân tộc thiểu số phải chú trọng vai trò của các chủ thể văn hóa.

Vùng dân tộc thiểu số và miền núi nước ta là nơi cư trú chủ yếu của đồng bào các dân tộc thiểu số. Với hơn 75% diện tích cả nước, vùng dân tộc thiểu số và miền núi không chỉ có nguồn tài nguyên thiên nhiên vô cùng phong phú mà còn có nguồn tài nguyên văn hóa đa dạng - yếu tố thiết yếu của công nghiệp du lịch. Chủ thể của nguồn tài nguyên văn hóa ấy là đồng bào các dân tộc thiểu số, những người đã sống trong môi trường tự nhiên quen thuộc qua hàng bao thế kỷ, tạo nên những trầm tích văn hóa vô cùng đặc sắc, góp phần tạo dựng nền văn hóa Việt Nam “tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc”. Chỉ có đồng bào dân tộc thiểu số 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 - xã hội mà không làm tổn hại, mai một những giá trị ấy.

Xây dựng nền công nghiệp du lịch cần rất nhiều nguồn lực, trong đó có nguồn lực nhà nước, nguồn lực từ các doanh nghiệp, các nhà đầu tư lớn... nhưng không thể bỏ qua nguồn lực văn hóa của các chủ thể văn hóa. Văn hóa các dân tộc là chất liệu, là “nguyên liệu đầu vào” không thể thiếu của công nghiệp du lịch.

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. Nếu không coi trọng vai trò chủ thể văn hóa, 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 những tác động tiêu cực làm mai một văn hóa dân tộc.

Trong cơ cấu ngành công nghiệp du lịch, nếu như Nhà nước đóng vai trò chủ thể thì phải coi các cộng đồng dân tộc là đối tác phát triển. Các cộng đồng có thể tham gia vào các công đoạn của quy trình công nghệ như sáng tạo, khai thác sản phẩm, quản lý, giám sát, bảo vệ di sản văn hóa, bảo vệ môi trường... Họ phải được hưởng lợi, được chia sẻ lợi ích thỏa đáng từ các hoạt động du lịch, có thể sử dụng nguồn lợi đó để nâng cao đời sống vật chất, tinh thần, tái sản xuất các sản phẩm du lịch...

5. Bàn luận

Nâng cao hiệu quả công tác quản lý văn hóa theo tinh thần Nghị quyết Đại hội Đảng lần thứ XIII trong giai đoạn 2021-2025, tầm nhìn đến 2030 và 2045 là một nội dung quan trọng đối với sự nghiệp xây dựng, bảo tồn, phát huy giá trị văn hoá quốc gia trong bối cảnh tình hình mới trong nước và quốc tế đặt ra. Câu hỏi đặt ra là: *Làm gì và làm như thế nào để phát huy sức mạnh nội sinh của văn hoá các dân tộc theo tinh thần Nghị quyết Đại hội XIII của Đảng?*

Với việc xác định “văn hóa là nguồn lực nội sinh quan trọng đối với sự nghiệp xây dựng và phát triển bền vững đất nước”, Đảng ta đặc biệt coi trọng vai trò của các chủ thể văn hóa trong quá trình phát triển kinh tế - xã hội. Trong các chương trình, chiến lược phát triển kinh tế - xã hội hiện nay như chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa, chuyển đổi số nông nghiệp, phát triển du lịch..., vai trò của văn hóa ngày càng được coi trọng, trở thành một trong những nguồn lực thiết yếu bên cạnh nguồn lực tài chính, nguồn lực khoa học công nghệ hay nguồn lực tự nhiên.

Việc đẩy mạnh phát triển công nghiệp văn hóa, trong đó có du lịch văn hóa là chủ trương đúng đắn của Đảng hướng đến đa mục tiêu: Trên cơ sở phát huy tối đa sức mạnh của khoa học công nghệ, kết hợp với sức mạnh nội sinh, tiềm năng to lớn của văn hóa các dân tộc, tạo ra những giá trị tăng trưởng kinh tế bền vững trong cả nước, đồng thời thúc đẩy sự phát triển

xã hội theo hướng văn minh, hiện đại, trong đó có sự kết hợp hài hòa giữa các giá trị truyền thống và sự tiếp thu những tinh hoa của thời đại mới.

6. Kết luận

Quản lý văn hóa không phải là một lĩnh vực biệt lập mà có sự gắn kết chặt chẽ với phát triển kinh tế, quản lý xã hội, bảo vệ môi trường. Quản lý văn hóa chỉ thực sự hiệu quả khi gắn kết văn hóa với quá trình phát triển kinh tế - xã hội, trở thành “mục tiêu, động lực” và “nguồn lực nội sinh quan trọng” để phát triển đất nước theo tinh thần Nghị quyết Đại hội Đảng lần thứ XIII.

Thực hiện chủ trương tích cực, chủ động hội nhập quốc tế của Đảng, việc định hướng và đầu

tư phát triển du lịch thành một ngành kinh tế mũi nhọn, trên cơ sở phát huy thế mạnh, tiềm năng to lớn (cả về tự nhiên, xã hội, đặc biệt là tiềm năng văn hóa) của từng vùng miền, từng dân tộc có ý nghĩa quan trọng đối với việc bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống, phát triển kinh tế - xã hội, nâng cao đời sống, vật chất, tinh thần của người dân. Bên cạnh đó, việc phát huy vai trò của cộng đồng dân cư trong các hoạt động du lịch 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 sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.

Tài liệu tham khảo

Ban Chấp hành Trung ương Đảng. (2014). *Nghị quyết Hội nghị Trung ương 9 khóa XI “Về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước”*.

Ban Chấp hành Trung ương Đảng. (2021). *Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm 2021-2030*.

Đoàn Văn Bình, Chủ tịch CEO Group. (2022). *Đột phá tư duy đưa Việt Nam trở thành cường quốc du lịch*. Tạp chí TheLeader, ngày 21/7/2022.

Nguyễn Chí Bền. (2010). *Bảo tồn, phát huy giá trị di sản văn hóa vật thể Thăng Long - Hà Nội*. Nxb. Hà Nội.

Nguyễn Phạm Hùng. (2022). *Văn hóa du lịch*. Nxb. Đại học quốc gia Hà Nội.

Nguyễn Thị Hiền. (2017). *Quản lý Nhà nước và vai trò cộng đồng trong bảo vệ và*

phát huy giá trị di sản văn hóa phi vật thể. Nxb. Văn hóa dân tộc, Hà Nội.

Nguyễn Thị Kim Loan, Nguyễn Trường Tân. (2014). *Quản lý di sản văn hóa*. Nxb. Văn hóa - Thông tin & Viện Văn hóa, Hà Nội.

Phạm Thanh Hà. (2011). *Giữ gìn bản sắc dân tộc Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay*. Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội.

Phan Hồng Giang, Bùi Hoài Sơn. (2012). *Quản lý Văn hóa Việt Nam trong tiến trình đổi mới và hội nhập quốc tế*. Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội.

Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam. (2017). *Phát triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam*. Nxb. Văn hóa dân tộc, Hà Nội.

Võ Văn Quang. (2020). *Tiềm năng du lịch Việt Nam so sánh với Thái Lan*. Tạp chí TheLeader, ngày 4/2/2020.

QUẢN LÝ VĂN HÓA GẮN VỚI PHÁT TRIỂN DU LỊCH BỀN VỮNG

Giang Khắc Bình

Học viện Dân tộc

Email: gkbinh@hvd.edu.vn

Ngày nhận bài: 26/7/2022

Ngày phản biện: 01/8/2022

Ngày tác giả sửa: 02/8/2022

Ngày duyệt đăng: 20/9/2022

DOI: <https://doi.org/10.58902/tcnckhpt.v1i1.8>

Tóm tắt: Tại Lễ trao Giải thưởng Du lịch Thế giới lần thứ 26 (World Travel Awards) dành cho khu vực châu Á - Thái Bình Dương năm 2019 tại Phú Quốc, Việt Nam đã vượt qua 9 quốc gia để trở thành điểm đến hàng đầu châu Á năm thứ 2 liên tiếp. Điều đó cho thấy sự phát triển nhanh chóng của ngành du lịch Việt Nam – được định vị là một trong những ngành kinh tế mũi nhọn trong quá trình hội nhập. Đó cũng là sự ghi nhận những thành tựu của ngành quản lý văn hóa trong việc hiện thực hóa quan điểm, chủ trương của Đảng trong Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII, đề văn hóa không chỉ là “mục tiêu” mà còn thực sự trở thành “sức mạnh nội sinh, động lực phát triển đất nước và bảo vệ Tổ quốc”. Tuy nhiên, sự phát triển ngành du lịch (sản phẩm của sự kết hợp giữa văn hóa và kinh tế) còn nhiều hạn chế, khiến cho những thành quả thu được chưa tương xứng với tiềm năng vốn có.

Để đưa du lịch thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn và xa hơn là hướng đến mục tiêu Việt Nam trở thành cường quốc du lịch của thế giới, đồng thời nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước về văn hóa, trong bài viết này, chúng tôi đề cập đến một số giải pháp mang tính đột phá dựa trên sự gắn kết giữa công tác quản lý nhà nước về văn hóa với phát triển du lịch bền vững.

Từ khóa: Quản lý văn hóa; Du lịch văn hóa; Văn hóa du lịch; Kinh tế du lịch.