CHUYỂN HÓA GIÁ TRỊ VĂN HÓA THÀNH NGUỒN LỰC PHÁT TRIỂN KINH TẾ BỀN VỮNG: TRƯỜNG HỢP MỘC CHÂU, SƠN LA

Vũ Mai Phương[1]

Tóm tắt: *Bài viết phân tích lý luận và kiểm nghiệm bước đầu cách thức các giá trị văn hóa truyền thống được chuyển hóa thành nguồn lực kinh tế bền vững tại Mộc Châu, Sơn La. Dựa trên tổng quan các lý thuyết về kinh tế văn hóa, vốn văn hóa, du lịch cộng đồng và phát triển bền vững, bài viết đề xuất khung phân tích bốn bước chuyển hóa giá trị văn hóa thành nguồn lực phát triển kinh tế gồm: nhận diện giá trị, mã hóa sản phẩm, tổ chức thị trường và phân phối lợi ích. Nghiên cứu sử dụng dữ liệu thứ cấp giai đoạn 2020-2024 từ báo cáo nhà nước và thống kê địa phương. Kết quả cho thấy Mộc Châu sở hữu sáu nhóm giá trị văn hóa có tiềm năng chuyển hóa cao, nhưng quá trình chuyển hóa còn không đồng đều với các thách thức về thương mại hóa quá mức, hạn chế năng lực cộng đồng, hạ tầng chưa đồng bộ và phân phối lợi ích chưa cân bằng. Bài viết đề xuất năm hàm ý chính sách nhằm tăng cường năng lực cộng đồng, hoàn thiện chuỗi giá trị và bảo đảm cân bằng giữa khai thác với bảo tồn.*

Từ khóa: *Chuyển hóa văn hóa; Du lịch cộng đồng; Giá trị văn hóa truyền thống; Kinh tế văn hóa; Mộc Châu.*

TRANSFORMING TRADITIONAL CULTURAL VALUES INTO RESOURCES FOR SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT: A CASE STUDY OF MOC CHAU, SON LA

Abstract: *This paper examines the theoretical foundations and provides a preliminary empirical assessment of how traditional cultural values can be transformed into resources for sustainable economic development in Moc Chau, Son La Province, Vietnam. Drawing on the literature on cultural economics, cultural capital, community-based tourism, and sustainable development, the study proposes a four-stage analytical framework for transforming cultural values into economic resources, comprising: (1) value identification, (2) product codification, (3) market organization, and (4) benefit distribution. The research employs secondary data collected from government reports and local statistical sources covering the period 2020 - 2024. The findings indicate that Moc Chau possesses six categories of cultural values with strong potential for economic transformation. However, the transformation process remains uneven, facing challenges such as excessive commercialization, limited community capacity, inadequate infrastructure, and unequal benefit distribution. The paper concludes by proposing five policy implications aimed at strengthening community capacity, improving cultural value chains, and ensuring a balanced approach between cultural utilization and heritage conservation.*

Keywords: *Cultural transformation; Community-based tourism; Traditional cultural values; Cultural economy; Moc Chau.*

Nộp bản thảo: 09/9/2025 *Chấp nhận đăng: 15/4/2026*

[1] TS, Học viện Ngân hàng, email liên hệ: phuongvm@hvnh.edu.vn

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và cạnh tranh ngày càng quyết liệt giữa các địa phương, văn hóa đã được tái nhận thức không chỉ như một nền tảng tinh thần của xã hội mà còn như một nguồn lực nội sinh có khả năng đóng góp trực tiếp vào phát triển kinh tế - xã hội (Throsby, 2001; UNESCO, 2013). Nhiều nghiên cứu cho thấy, khi được tổ chức và khai thác hợp lý, các giá trị văn hóa có thể tạo việc làm, nâng cao thu nhập cộng đồng, thúc đẩy du lịch và củng cố lợi thế cạnh tranh địa phương (Scott, 2000; Power & Scott, 2004; UNESCO, 2015). Xu hướng này đặc biệt rõ nét ở các vùng có mức độ đa dạng văn hóa cao, nhất là những khu vực có cộng đồng dân tộc thiểu số, nơi văn hóa truyền thống có thể trở thành nền tảng cho du lịch cộng đồng, sản phẩm thủ công, hàng hóa OCOP, dịch vụ trải nghiệm và các hoạt động kinh tế gắn với bản sắc (UNWTO, 2019).

Mộc Châu, tỉnh Sơn La, là một trường hợp điển hình tại vùng trung du và miền núi phía Bắc Việt Nam khi hội tụ cả ba lợi thế: (i) cảnh quan thiên nhiên đặc sắc, (ii) nông nghiệp đặc sản có thương hiệu và (iii) sự đa dạng văn hóa tộc người phong phú. Với sự hiện diện của các cộng đồng Thái, Mông, Dao, Khơ Mú cùng hệ thống lễ hội, kiến trúc nhà sàn, nghề dệt thổ cẩm, tri thức bản địa, ẩm thực và nghệ thuật dân gian, Mộc Châu sở hữu một kho tàng văn hóa vừa có giá trị bảo tồn cao vừa có tiềm năng kinh tế đáng kể.

Tuy nhiên, vấn đề cốt lõi không chỉ là liệu văn hóa có thể tạo ra giá trị kinh tế hay không mà là quá trình chuyển hóa từ giá trị văn hóa sang nguồn lực kinh tế cụ thể đang diễn ra như thế nào, qua những cơ chế nào, dưới những điều kiện thể chế nào, và mang lại lợi ích ra sao cho các chủ thể khác nhau trong bối cảnh phát triển bền vững. Trên thực tế, quá trình này không tự phát và không đồng đều. Bên cạnh những thành quả bước đầu, Mộc Châu cũng đang đối diện với những thách thức nghiêm trọng như nguy cơ thương mại hóa văn hóa, bất bình đẳng trong phân phối lợi ích và thiếu vắng cơ chế quản trị tích hợp.

Tổng quan tài liệu cho thấy, các công trình quốc tế của Throsby (2001), Bourdieu (1986), Nye (2004) và UNESCO (2013; 2015) đã chỉ ra vai trò của văn hóa trong phát triển kinh tế từ nhiều góc độ: kinh tế văn hóa, vốn văn hóa, sức mạnh mềm và công nghiệp sáng tạo. Ở Việt Nam, các nghiên cứu thường tập trung vào du lịch cộng đồng riêng lẻ, bảo tồn di sản dân tộc hoặc phân tích chính sách phát triển địa phương. Tuy nhiên, vẫn còn thiếu vắng những phân tích tích hợp và có tính tiến trình về cách thức giá trị văn hóa truyền thống được chuyển hóa thành nguồn lực phát triển kinh tế thông qua các cơ chế nhận diện, mã hóa, lưu thông và phân phối lợi ích ở cấp địa phương. Đây chính là khoảng trống mà bài viết hướng tới lấp đầy và để trả lời các câu hỏi: (1) Những giá trị văn hóa truyền thống nào tại Mộc Châu có khả năng tham gia vào quá trình chuyển hóa thành nguồn lực kinh tế, và chúng được phân nhóm như thế nào? (2) Quá trình chuyển hóa đang diễn ra như thế nào và những cơ hội và thách thức đặt ra là gì? Trên cơ sở đó, bài viết hướng tới mục tiêu: (i) xây dựng khung phân tích lý luận về chuyển hóa giá trị văn hóa thành nguồn lực phát triển, và (ii) bước đầu kiểm nghiệm khung này thông qua nghiên cứu trường hợp Mộc Châu, từ đó đề xuất các hàm ý chính sách có cơ sở.

2. Khái niệm liên quan và khung phân tích

Bài viết kế thừa các tiếp cận lý thuyết chính: (a) Kinh tế văn hóa (Throsby, 2001), nhấn mạnh các sản phẩm và thực hành văn hóa có thể tạo giá trị kinh tế khi được tổ chức trong bối cảnh thị trường; (b) Vốn văn hóa (Bourdieu, 1986), tiếp cận văn hóa như dạng vốn bao gồm tri thức, kỹ năng

và các hình thức biểu đạt được tích lũy qua thời gian, chỉ chuyển hóa thành nguồn lực khi có cơ chế trung gian; (c) Du lịch cộng đồng (UNWTO, 2019; Scheyvens, 2002), nhấn mạnh cộng đồng cần làm chủ và hưởng lợi từ phát triển du lịch; và (d) Phát triển bền vững (WCED, 1987; UNESCO, 2015), khai thác văn hóa chỉ có ý nghĩa khi đồng thời duy trì bản sắc và không suy kiệt tài nguyên. Trên cơ sở kế thừa này, bài viết đề xuất khái niệm: "Chuyển hóa giá trị văn hóa thành nguồn lực phát triển kinh tế là quá trình trong đó các giá trị văn hóa vốn tồn tại dưới dạng tập quán, lễ hội, tri thức bản địa, kiến trúc, nghề thủ công, ẩm thực, nghệ thuật trình diễn và biểu tượng cộng đồng được nhận diện, lựa chọn, tái mã hóa và tổ chức thành các sản phẩm, dịch vụ hoặc trải nghiệm có khả năng tham gia vào chuỗi giá trị kinh tế, đồng thời vẫn duy trì được ý nghĩa xã hội và bản sắc văn hóa cốt lõi".

Chuyển hóa không đồng nghĩa với thương mại hóa đơn thuần, mà là tiến trình rộng hơn bao gồm lựa chọn giá trị, tái cấu trúc hình thức biểu đạt, tổ chức chủ thể, phân phối lợi ích và kiểm soát rủi ro đối với tính bền vững. Nếu thương mại hóa chỉ nhấn mạnh việc đưa yếu tố văn hóa ra thị trường nhằm tối đa hóa lợi nhuận, thì chuyển hóa hàm ý một tiến trình rộng hơn, bao gồm cả lựa chọn giá trị, tái cấu trúc hình thức biểu đạt, tổ chức chủ thể tham gia, phân phối lợi ích và kiểm soát rủi ro đối với tính bền vững. Do đó, quá trình chuyển hóa vừa là một quá trình kinh tế, vừa là một quá trình xã hội và quá trình thể chế.

Bài viết đề xuất khung phân tích bốn bước liên kết (Bảng 1), cho phép làm rõ tiến trình chuyển hóa thay vì chỉ dừng lại ở liệt kê các hình thức khai thác văn hóa. Khung này cũng phân biệt ba cấp độ: (a) tiềm năng chuyển hóa (tồn tại nhưng chưa được khai thác), (b) biểu hiện chuyển hóa (sản phẩm/dịch vụ đang hoạt động trên thị trường), và (c) chuyển hóa bền vững (tạo giá trị kinh tế đồng thời bảo tồn văn hóa và đảm bảo lợi ích cộng đồng).

BẢNG 1. KHUNG PHÂN TÍCH BỐN BƯỚC CHUYỂN HÓA GIÁ TRỊ VĂN HÓA THÀNH NGUỒN LỰC PHÁT TRIỂN

Bước	Giai đoạn	Nội dung cốt lõi	Tác nhân chính	Rủi ro
1	Nhận diện & lựa chọn giá trị	Xác định yếu tố văn hóa có tiềm năng kinh tế	Chính quyền, nhà nghiên cứu, cộng đồng	Bỏ sót, định giá sai
2	Mã hóa thành sản phẩm/dịch vụ	Thiết kế sản phẩm, xây dựng trải nghiệm có thể trao đổi	Doanh nghiệp, HTX, hộ gia đình	Sân khấu hóa, mất xác thực
3	Tổ chức thị trường & lưu thông	Kết nối cung - cầu, marketing, phân phối	Doanh nghiệp, nền tảng số, cơ quan quản lý	Khai thác quá mức, độ lệch thị trường
4	Phân phối lợi ích & bền vững	Đảm bảo lợi ích quay về cộng đồng và bảo tồn văn hóa	Nhà nước, tổ chức dân sự, cộng đồng	Bất bình đẳng, xói mòn văn hóa

Nguồn: Tác giả tổng hợp và đề xuất trên cơ sở Throsby (2001), Bourdieu (1986), UNWTO (2019) và UNESCO (2015).

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu áp dụng thiết kế nghiên cứu trường hợp đơn theo tiếp cận của Yin (2018), phù hợp với mục tiêu phân tích cơ chế và điều kiện của một hiện tượng trong thực tế. Mộc Châu được chọn làm trường hợp điển hình đại diện cho các địa phương miền núi phía Bắc có đa dạng văn hóa, nông nghiệp đặc sản và tiềm năng du lịch. Nghiên cứu sử dụng dữ liệu thứ cấp từ ba nguồn chính: (i) các công trình khoa học đã công bố trong và ngoài nước về kinh tế văn hóa, phát triển bền vững, du lịch cộng đồng và phát triển địa phương; (ii) báo cáo, thống kê và tài liệu chính thức của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch; UBND tỉnh Sơn La; Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Sơn La, giai đoạn 2020-2024; và (iii) dữ liệu thống kê tổng hợp về lượng khách du lịch, cơ sở lưu trú, sản phẩm OCOP và hoạt động văn hóa. Dữ liệu được phân tích theo ba phương pháp kết hợp: phân tích nội dung đối với tài liệu chính sách; đối sánh lý thuyết để kiểm tra tình huống thực tế; và phân tích tiến trình để tái cấu trúc chuỗi nhân quả trong quá trình chuyển hóa.

Giới hạn của nghiên cứu: do dựa trên dữ liệu thứ cấp, bài viết chưa định lượng được chính xác giá trị kinh tế tạo ra từ từng yếu tố văn hóa riêng lẻ, chưa khảo sát trực tiếp cảm nhận của cộng đồng, doanh nghiệp và du khách, và chưa so sánh liên vùng. Giới hạn này là định hướng cho các nghiên cứu tiếp theo.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Nhận diện các giá trị văn hóa có khả năng chuyển hóa

Mộc Châu sở hữu hệ thống giá trị văn hóa phong phú gắn với các cộng đồng Thái, Mông, Dao, Khơ Mú và các nhóm cư dân bản địa khác đã hình thành và tồn tại từ lâu đời. Trên cơ sở khảo sát thực tế và đối chiếu với các nguồn tài liệu địa phương (UBND huyện Mộc Châu, 2022; Sở VHTTDL Sơn La, 2023; Đặng Thị Nhuần và cộng sự, 2014; Đoàn Thị Hoàng Anh và Lê Anh Tuấn, 2025), có thể nhận diện sáu nhóm giá trị có tiềm năng chuyển hóa cao.

Nhóm 1 - Lễ hội, phong tục và nghi lễ cộng đồng: Bao gồm các hoạt động gắn với vòng đời (sinh, hôn, tang), mùa vụ, cộng đồng bản làng và sinh hoạt tập thể. Đây là nguồn chất liệu cốt lõi cho các sản phẩm du lịch lễ hội, sự kiện văn hóa theo mùa và trải nghiệm nghi thức bản địa. Theo khảo sát thực tế, các lễ hội truyền thống của người Thái ở Mộc Châu như lễ xuống đồng, lễ cấp sắc, lễ mừng thọ đã được duy trì qua nhiều thế hệ và đang dần được khai thác phục vụ du lịch.

Nhóm 2 - Kiến trúc và không gian cư trú truyền thống: Nổi bật là nhà sàn và tổ chức không gian bản làng của người Thái, Mông đã tồn tại hàng trăm năm. Khi được bảo tồn và cải tạo phù hợp, các yếu tố này cấu thành nền tảng cho dịch vụ homestay, lưu trú cộng đồng và du lịch trải nghiệm kiến trúc bản địa. Theo báo cáo của UBND huyện Mộc Châu (2022), trên địa bàn hiện có hơn 200 nhà sàn truyền thống, trong đó một phần đã được cải tạo phục vụ du lịch.

Nhóm 3 - Ẩm thực truyền thống: Bao gồm hệ thống món ăn đặc trưng, phương thức chế biến, nguyên liệu địa phương và tập quán ăn uống gắn với lễ hội và nghi lễ. Đây là nguồn lực trực tiếp có khả năng thương mại hóa cao. Thực tế cho thấy các món ăn đặc sản Mộc Châu như thắng cố, xôi ngực, rượu cần đã trở thành thương hiệu ẩm thực địa phương.

Nhóm 4 - Nghề thủ công và sản phẩm bản địa: Gồm dệt thổ cẩm, chế tác đồ vật, sản phẩm lưu niệm và các hình thức thủ công gắn với bản sắc cộng đồng. Nhóm này có khả năng cao trở thành

hàng hóa văn hóa trong thị trường quà tặng. Nghề dệt thổ cẩm của người Thái và H'Mông ở Mộc Châu đã được công nhận là sản phẩm OCOP nhiều năm qua.

Nhóm 5 - Tri thức bản địa và nghệ thuật dân gian: Bao gồm tri thức canh tác, kỹ thuật sản xuất truyền thống, kể chuyện dân gian, âm nhạc, múa và các hình thức biểu đạt tập thể. Đây là chất liệu cho các chương trình trình diễn, nội dung số và sản phẩm du lịch sáng tạo.

Nhóm 6 - Cảnh quan văn hóa - nông nghiệp: Là sự tích hợp giữa không gian sản xuất, đời sống cộng đồng và cảnh quan tự nhiên. Đây là nền tảng cho du lịch sinh thái và trải nghiệm nông nghiệp theo mùa (hoa mận, hoa cải, mùa chè). Mô hình này đang thu hút lượng khách lớn đến với Mộc Châu.

Điều quan trọng là các nhóm giá trị này đã tồn tại từ lâu đời trong cộng đồng, không phải sản phẩm của giai đoạn 2018-2024. Chúng không tồn tại độc lập mà tạo thành một tổ hợp văn hóa tích hợp, trong đó giá trị tổng thể thường lớn hơn tổng giá trị của từng thành phần riêng lẻ.

4.2. Phân tích quá trình chuyển hóa theo khung bốn bước

Bước 1 - Nhận diện và lựa chọn giá trị: Các giá trị văn hóa của Mộc Châu đã tồn tại lâu đời trong cộng đồng. Qua giai đoạn 2018-2024, các yếu tố như nhà sàn, ẩm thực dân tộc, nghề thổ cẩm, lễ hội cộng đồng và cảnh quan canh tác đã dần được nhận diện và định danh như "tài nguyên du lịch - văn hóa" trong các quy hoạch và chiến lược phát triển địa phương. Bước này cho thấy quá trình xã hội và thể chế nhận diện, phân loại và đặt tên cho các giá trị đó như những tài nguyên có thể khai thác là bước then chốt, không phải bản thân yếu tố văn hóa tự nhiên tạo ra giá trị.

Bước 2 - Mã hóa thành sản phẩm và dịch vụ: Các giá trị văn hóa dần được mã hóa thành những hình thức cụ thể có thể cung ứng cho thị trường: homestay nhà sàn, tour trải nghiệm bản làng, nhà hàng ẩm thực dân tộc, sản phẩm thổ cẩm OCOP, chương trình tour mùa hoa - mùa mận, và các sự kiện văn nghệ cộng đồng. Đây là giai đoạn then chốt, khi văn hóa lần đầu tham gia trực tiếp vào quan hệ thị trường với tư cách sản phẩm có thể tiêu dùng, tái sản xuất và định giá. Theo Sở VHTTDL Sơn La (2023), đến năm 2023, Mộc Châu đã có hơn 300 cơ sở homestay, 27 sản phẩm OCOP đạt tiêu chuẩn 3 sao trở lên, trong đó nhiều sản phẩm gắn với văn hóa truyền thống dân tộc.

Bước 3 - Tổ chức thị trường và lưu thông: Khi sản phẩm và dịch vụ văn hóa được gắn với hạ tầng du lịch, lưu trú, ăn uống, vận chuyển và truyền thông, văn hóa bắt đầu trở thành một mắt xích trong chuỗi giá trị rộng hơn. Số liệu thứ cấp cho thấy Mộc Châu đón khoảng 3,0 triệu lượt khách năm 2023 và gần 2,6 triệu lượt năm 2024 (UBND tỉnh Sơn La, 2023; UBND Thị trấn Mộc Châu, 2022), với sự mở rộng đáng kể của hệ thống homestay, dịch vụ trải nghiệm và sản phẩm OCOP. Các số liệu này cho thấy văn hóa đã trở thành động lực thực tế trong vận hành kinh tế địa phương.

Bước 4 - Phân phối lợi ích và bền vững: Đây là bước bộc lộ rõ nhất những bất cập trong quá trình chuyển hóa tại Mộc Châu. Không phải mọi chủ thể đều hưởng lợi như nhau: các hộ tham gia trực tiếp vào dịch vụ homestay, tour trải nghiệm thường thu được nhiều lợi ích hơn; trong khi đó, nhiều hộ dân chỉ đóng vai trò cung cấp tài nguyên và lao động phổ thông ở các khâu có giá trị gia tăng thấp. Đồng thời, áp lực thị trường đang khiến một số yếu tố văn hóa bị rút gọn hoặc sân khấu hóa, đặt ra câu hỏi về tính bền vững của chính nền tảng đã tạo nên sức hấp dẫn ban đầu. Thực tế tại Mộc Châu cho thấy chưa có cơ chế phân phối lợi ích đồng đều giữa các nhóm dân cư, đặc biệt là giữa người Kinh và các dân tộc thiểu số.

Dù còn nhiều hạn chế, quá trình chuyển hóa đã tạo ra một số kết quả đáng ghi nhận. Thứ nhất, văn hóa đã trở thành hợp phần rõ nét trong cơ cấu kinh tế địa phương: sự kết hợp giữa du lịch cộng đồng, ẩm thực, trải nghiệm nông nghiệp và hàng thủ công đã đa dạng hóa sinh kế cho nhiều hộ gia đình dân tộc thiểu số. Thứ hai, Mộc Châu đang chuyển từ định vị thuần nông nghiệp đặc sản sang không gian văn hóa - sinh thái - trải nghiệm, mở rộng khả năng khác biệt hóa điểm đến trong bối cảnh cạnh tranh du lịch ngày càng gay gắt. Thứ ba, một số giá trị văn hóa truyền thống được bảo tồn tốt hơn nhờ cơ chế "bảo tồn thông qua sử dụng" tuy hiệu quả của cơ chế này phụ thuộc mạnh vào cách thức tổ chức và kiểm soát khai thác.

4.3. Các thách thức và rào cản

Bên cạnh kết quả tích cực, nghiên cứu nhận diện bốn thách thức trong việc chuyển hoá các giá trị văn hoá thành nguồn lực phát triển kinh tế tại Mộc Châu là:

Thứ nhất, thương mại hóa quá mức: Việc rút gọn và sân khấu hóa các yếu tố văn hóa để phục vụ nhu cầu du lịch đại trà có nguy cơ làm xói mòn tính xác thực chính nền tảng tạo nên giá trị đặc biệt của điểm đến (UNESCO, 2013). Thành công thương mại ngắn hạn có thể phá hủy nền tảng sức hấp dẫn dài hạn.

Thứ hai, hạn chế về năng lực cộng đồng: Cộng đồng là chủ thể nắm giữ vốn văn hóa gốc, nhưng thường thiếu năng lực ở các khâu tạo giá trị cao như thiết kế sản phẩm, marketing số, quản trị dịch vụ và liên kết thị trường. Hệ quả là cộng đồng có nguy cơ chỉ tham gia vào những khâu có giá trị gia tăng thấp, trong khi phần lớn giá trị được chiếm giữ bởi các tác nhân trung gian.

Thứ ba, hạ tầng và chuỗi liên kết thị trường chưa đồng bộ: Khi lượng khách tăng nhanh, áp lực lên giao thông, môi trường, chất lượng dịch vụ và sức chứa của điểm đến tăng lên đáng kể (UNWTO, 2019). Trong khi đó, sản phẩm văn hóa và nông sản địa phương chưa được tích hợp đầy đủ vào chuỗi giá trị khu vực và quốc gia.

Thứ tư, quản trị phân tán và thiếu cơ chế tích hợp: Phát triển du lịch, bảo tồn văn hóa và phát triển nông nghiệp ở Mộc Châu liên quan đến nhiều cơ quan, nhiều cấp quản lý và nhiều nhóm lợi ích. Thiếu phối hợp đồng bộ dẫn đến phát triển manh mún, thiếu nhất quán về phân phối lợi ích và kiểm soát tính bền vững.

4.4. Thảo luận

Từ trường hợp Mộc Châu, nghiên cứu rút ra ba nhận định:

Một là, chuyển hóa giá trị văn hóa là quá trình nhiều tầng nấc và phi tuyến tính, không phải chuyển đổi trực tiếp từ "văn hóa" sang "kinh tế". Thực tiễn Mộc Châu cho thấy, trong khi ẩm thực và nghề thủ công (thổ cẩm) đã bước vào giai đoạn thương mại hóa sâu (Bước 3-4), thì tri thức bản địa và nghệ thuật dân gian vẫn ở giai đoạn tiềm năng (Bước 1). Quá trình này đòi hỏi các bước trung gian: lựa chọn giá trị → mã hóa → tổ chức thị trường → phân phối lợi ích (Throsby, 2001). Dù sở hữu tài nguyên văn hóa phong phú, Mộc Châu vẫn gặp trở ngại khi thiếu các bước trung gian trong một số nhóm giá trị.

Hai là, năng lực trung gian của các tác nhân (chính quyền, doanh nghiệp, HTX, tổ chức dân sự) là yếu tố quyết định chất lượng và tính bền vững của quá trình chuyển hóa. Tại Mộc Châu, một số HTX địa phương như HTX Thắm Lợi, HTX Mộc Sơn đã phát triển thành công mô hình du lịch cộng

đồng, kết nối cộng đồng với thị trường ở các khâu tạo giá trị cao. Tuy nhiên, theo ghi nhận thực tế, phần lớn cộng đồng dân tộc thiểu số vẫn ở vai trò người cung cấp lao động ở các khâu giá trị gia tăng thấp (UBND huyện Mộc Châu, 2022). Đây là thách thức cốt lõi về năng lực trung gian, phù hợp với lý thuyết của Scheyvens (2002) về vai trò của cộng đồng trong phát triển du lịch.

Ba là, lợi thế cạnh tranh của Mộc Châu không nằm ở bất kỳ yếu tố văn hóa đơn lẻ nào, mà ở khả năng tích hợp ba yếu tố: (i) văn hóa dân tộc đa dạng (Thái, Mông, Dao, Khơ Mú), (ii) cảnh quan nông nghiệp theo mùa (hoa mận tháng 2, hoa cải tháng 3, mùa chè tháng 4-5), và (iii) sản phẩm đặc sản có thương hiệu (chè Shan Tuyết, sữa Mộc Châu, mận hậu). Sự tích hợp này tạo nên hệ sinh thái giá trị độc đáo. Đây là điều mà các địa phương vùng Tây Bắc khác như Sapa hay Mai Châu chưa có được ở quy mô tương đương. Điều này phù hợp với lý thuyết về giá trị tổng thể lớn hơn tổng các thành phần (Bourdieu, 1986).

5. Hàm ý chính sách

Từ kết quả nghiên cứu, bài viết đề xuất năm nhóm chính sách:

Thứ nhất, xây dựng quy hoạch tích hợp văn hóa - du lịch - nông nghiệp: Cần xác định rõ không gian bảo tồn (không được thương mại hóa), không gian khai thác dịch vụ và sức chứa du lịch cho từng điểm đến. Tiêu chuẩn chất lượng đối với homestay, trình diễn văn hóa, tổ chức lễ hội cần được pháp lý hóa và giám sát thường xuyên.

Thứ hai, nâng cao năng lực chủ thể của cộng đồng: Đầu tư vào đào tạo kỹ năng thiết kế sản phẩm, quản trị dịch vụ, truyền thông số, ngoại ngữ, an toàn thực phẩm và kỹ năng diễn giải văn hóa. Quan trọng hơn, cần tạo cơ chế để cộng đồng tham gia sâu hơn vào các khâu có giá trị gia tăng cao trong chuỗi giá trị.

Thứ ba, phát triển chuỗi giá trị và liên kết thị trường: Tích hợp tốt hơn các sản phẩm văn hóa (chè, sữa, mận, thổ cẩm, ẩm thực) với OCOP, chỉ dẫn địa lý, thương mại điện tử và chiến lược thương hiệu điểm đến dựa trên câu chuyện bản sắc. Liên kết vùng với Điện Biên, Lai Châu, Hòa Bình để xây dựng hành lang du lịch văn hóa Tây Bắc.

Thứ tư, bảo tồn văn hóa theo hướng động và có chọn lọc: Phân loại rõ các yếu tố văn hóa cốt lõi - không thể thương mại hóa; linh hoạt - có thể được diễn giải lại cho bối cảnh đương đại; và sáng tạo - khuyến khích cách tân dựa trên truyền thống. Thiếu sự phân loại này, bảo tồn dễ trở nên máy móc hoặc chính sách hóa, mất đi tính sống động.

Thứ năm, tăng cường quản trị phối hợp và cơ chế phân phối lợi ích: lập hội đồng hoặc cơ chế điều phối liên ngành (văn hóa - du lịch - nông nghiệp - môi trường) ở cấp xã. Xây dựng quỹ phát triển cộng đồng từ nguồn thu du lịch, đảm bảo một phần doanh thu quay trở lại tài trợ cho bảo tồn văn hóa và nâng cao năng lực cộng đồng.

6. Kết luận

Bài viết đã phân tích về mặt lý luận và bước đầu kiểm nghiệm thực chứng về quá trình chuyển hóa giá trị văn hóa truyền thống thành nguồn lực phát triển kinh tế bền vững tại Mộc Châu, Sơn La. Hai đóng góp chính của bài viết là: (i) xây dựng khung phân tích bốn bước tích hợp (nhận diện → mã hóa → lưu thông → phân phối lợi ích) như một công cụ phân tích có thể áp dụng cho các địa phương tương tự; (ii) cung cấp thêm cơ sở lý thuyết và bằng chứng thực tiễn cho nhận định: văn hóa

chỉ thực sự trở thành nguồn lực phát triển khi được đặt trong một quá trình chuyển hóa có tổ chức, có sự tham gia thực chất của cộng đồng, và có cơ chế cân bằng giữa khai thác kinh tế và bảo tồn bản sắc. Thiếu bất kỳ điều kiện nào trong ba yêu cầu này, tăng trưởng kinh tế ngắn hạn sẽ phá hủy chính nền tảng văn hóa đã tạo ra nó.

Hướng nghiên cứu tiếp theo cần bổ sung khảo sát sơ cấp kết hợp phỏng vấn sâu hộ gia đình, doanh nghiệp và cán bộ quản lý; phân tích so sánh liên vùng với các địa phương như Sapa, Mai Châu, Kon Tum; và phát triển các chỉ số đo lường mức độ chuyển hóa bền vững của giá trị văn hóa nhằm lượng hóa rõ hơn kết quả và điều kiện của quá trình này.

Tài liệu tham khảo

1. Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education (pp. 241-258). Greenwood Press.
2. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2022). *Báo cáo phát triển du lịch cộng đồng tại các tỉnh Tây Bắc*. Hà Nội: Bộ VHTTDL.
3. Đặng, T. N., Dương, Q. P., & Phạm, T. T (2014). Giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc Thái ở Tây Bắc phục vụ cho mục đích phát triển du lịch cộng đồng. *Tạp chí Khoa học Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh,* (60), 190-199.
4. Nye, J. S. (2004). Soft Power: The Means to Success in World Politics. Public Affairs.
5. Đoàn, T. H. A., & Lê, A. T (2025). Phát triển sản phẩm du lịch dựa trên giá trị văn hóa truyền thống tại Mộc Châu (Sơn La). *Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật,* (599).
6. Power, D., & Scott, A. J. (Eds.). (2004). *Cultural Industries and the Production of Culture*. Routledge.
7. Scheyvens, R. (2002). *Tourism for Development: Empowering Communities*. Prentice Hall.
8. Scott, A. J. (2000). *The Cultural Economy of Cities*. SAGE Publications.
9. Sở văn hóa thể thao, du lịch Sơn La (2023). *Định hướng phát triển công nghiệp văn hóa tỉnh Sơn La đến năm 2030*, Sơn La.
10. Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge University Press.
11. UBND huyện Mộc Châu (2022). *Báo cáo phát triển du lịch Mộc Châu*, Sơn La.
12. UBND tỉnh Sơn La (2023). *Báo cáo tình hình phát triển du lịch*, Sơn La.
13. UNESCO. (2013). *Creative Economy Report 2013: Widening Local Development Pathways*. Paris: UNESCO/UNDP.
14. UNESCO (2015). *Culture for Sustainable Development*. Paris: UNESCO.
15. UNWTO (2019). *Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism*. World Tourism Organization.
16. WCED (1987). *Our Common Future* (Brundtland Report). Oxford University Press.
17. Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). SAGE Publications.