**BẢN SẮC VĂN HOÁ VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ GẮN VỚI
PHÁT TRIỂN DU LỊCH BỀN VỮNG Ở VIỆT NAM THỜI KỲ HỘI NHẬP**

PGS. TS. Hà Nam Khánh Giao - ThS. Huỳnh Diệp Trâm Anh

(Tham luận tham gia Hội thảo “*Thực trạng và tác động của các yếu tố an ninh phi truyền thống vùng dân tộc thiểu số ở Việt Nam thời kỳ đổi mới*”)

TÓM TẮT

Bài viết nhằm phân tích mối liên hệ giữa bản sắc văn hóa dân tộc thiểu số với việc phát triển du lịch bền vững ở Việt Nam. Từ đó, rút ra những kinh nghiệm trong thực tiễn, đặc biệt trong giai đoạn hội nhập kinh tế toàn cầu của Việt Nam.

Từ khóa: bản sắc văn hóa dân tộc, dân tộc thiểu số, phát triển du lịch bền vững, thời kỳ hội nhập, Việt Nam

**NATIONAL CULTURAL IDENTITY OF MINORITIES LINKS TO
SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN VIETNAM IN THE
INTEGRITY ERA**

ABSTRACT

The paper aims at analyzing the relationship between national cultural identity of minorities and sustainable tourism development. From that, the paper reveals experience in reality, especially when Vietnam is in the integration into the world economy.

Keywords: national cultural identity, minorities, sustainable tourism development, integrity era, Vietnam

**Bản sắc văn hoá vùng dân tộc thiểu số gắn với phát triển du lịch bền vững ở
Việt Nam thời kỳ hội nhập**

Trong tình hình hiện nay, bản sắc văn hóa luôn là vấn đề được quan tâm trong sự phát triển du lịch bền vững nói riêng, đất nước nói chung. Bản sắc văn hoá của

mỗi vùng dân tộc thiểu số như trang phục truyền thống, âm nhạc, vũ điệu, ẩm thực, phong tục tập quán, lễ hội, sản phẩm thủ công mỹ nghệ... đóng vai trò quan trọng trong việc thu hút du khách. Du khách không chỉ tham quan, thưởng lãm cảnh đẹp thiên nhiên, mà còn được quan sát, trải nghiệm văn hóa bản địa. Ngoài ra, việc đáp ứng các nhu cầu hiện tại của du khách và vùng vùng du lịch mà vẫn bảo đảm những khả năng đáp ứng nhu cầu cho các thế hệ tương lai là vấn đề Đảng và nhà nước chú trọng chính sách phát triển du lịch bền vững gắn với bản sắc văn hoá vùng dân tộc thiểu số.

Bản sắc văn hóa của một dân tộc là những giá trị vật chất và tinh thần đặc trưng trường tồn cùng dân tộc đó. Nó được chắt lọc, lưu truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác, phản ánh và kết tinh đời sống văn hoá vật chất và văn hoá tinh thần của con người. Đó là những giá trị vật chất, tinh thần được tích tụ, gìn giữ trong toàn bộ quá trình lịch sử phát triển của dân tộc. Các giá trị văn hóa dân tộc thiểu số (DTTS) biểu hiện trong mọi lĩnh vực của đời sống xã hội, từ tư tưởng, tình cảm, quan niệm, biểu tượng, đạo đức, thẩm mỹ, lối sống đến những giá trị tinh thần do con người sáng tạo nên như nghệ thuật, kiến trúc, hội họa, âm nhạc,... đem đến bức tranh văn hóa đa dạng, muôn màu. Qua các giá trị văn hóa giúp con người lựa chọn những gì phù hợp với bản sắc văn hóa cộng đồng tạo nên những tập quán, thói quen, những nếp sống đẹp gắn chặt cố kết cộng đồng và khu biệt với các cộng đồng khác. Những bản sắc văn hoá này hình thành và được khẳng định trong quá trình tồn tại phát triển của con người và xã hội.

Du lịch bền vững là du lịch mà giảm thiểu các chi phí và nâng cao tối đa các lợi ích của du lịch cho môi trường tự nhiên và cộng đồng địa phương và có thể được thực hiện lâu dài nhưng không ảnh hưởng xấu đến nguồn lợi mà nó phụ thuộc vào. Du lịch bền vững trở thành một hoạt động kinh tế quan trọng ở bên trong và các vùng bảo vệ khác trên toàn thế giới. Các chương trình du lịch bền vững được lập kế hoạch tốt sẽ cung cấp những cơ hội cho du khách tìm hiểu về các vùng tự nhiên, cộng đồng địa phương và học thêm về tầm quan trọng của công

tác bảo tồn biển và văn hoá địa phương. Hơn thế nữa, các hoạt động du lịch bền vững có thể tạo ra những thu nhập cho các cộng đồng địa phương. Du lịch bền vững có những hứa hẹn riêng như là một cơ chế cần thiết cho cộng đồng địa phương được hưởng lợi, vì thế họ có thể thích thú hơn trong việc bảo tồn những nguồn lợi này.

Phát triển văn hóa (VH) các tộc người thiểu số (DTTS) ở nước ta hiện nay là một trong những nội dung quan trọng trong chiến lược phát triển của đất nước nói chung và phát triển du lịch nói riêng. Phát triển du lịch bền vững dựa trên yếu tố bản sắc văn hoá dân tộc thiểu số nhằm tăng cường khai thác nguồn tài nguyên văn hóa, thúc đẩy phát triển kinh tế khu vực dân tộc thiểu số. Hiện nay, hoạt động du lịch văn hóa ở các khu vực dân tộc thiểu số gia tăng, du lịch được thúc đẩy phát triển, thậm chí trở thành ngành chủ chốt của địa phương. Việc bảo tồn di sản VH DTTS đảm bảo cho tài nguyên du lịch văn hóa có thể phát triển bền vững, từ đó thúc đẩy phát triển kinh tế khu vực dân tộc thiểu số.

Việc kết hợp giữa văn hóa và du lịch đóng vai trò hết sức quan trọng trong việc tạo ra tính hấp dẫn riêng có của du lịch. Mối quan hệ giữa văn hóa và du lịch đã nhận được nhiều sự quan tâm đánh giá của các chuyên gia và nhìn chung đều thống nhất ở điểm chú trọng yếu tố văn hóa truyền thống dân tộc là cần thiết, vừa bảo tồn và khai thác hiệu quả các giá trị nhằm hướng tới việc phát triển du lịch bền vững. Trong quá trình dựng nước và giữ nước lâu dài, nhân dân Việt Nam đã tự tạo ra một nền văn hóa riêng biệt và dần nâng lên trình độ văn minh. Nền văn hóa và văn minh đó đã khẳng định sự tồn tại độc lập của người Việt Nam trên lãnh thổ quốc gia của mình, sát cánh cùng các dân tộc ít người. Nền văn hóa đó rất đa dạng và nhiều màu sắc, phản ánh cuộc sống lao động sáng tạo và tự chủ của cư dân sống trên đất nước Việt Nam.

Trong những năm gần đây, việc phát triển du lịch bền vững gắn với bản sắc văn hoá dân tộc thiểu số đã “biến di sản thành tài sản” góp phần tạo ra những loại hình sản phẩm du lịch mới, hấp dẫn hơn, chân thực hơn trên nền tảng là văn hóa

truyền thống. Kiến trúc nhà ở truyền thống được gìn giữ; những bộ trang phục được làm thủ công vẫn chiếm một số lượng lớn, vẫn được cộng đồng các dân tộc sản xuất, lưu truyền; phong tục, tập quán, nghi lễ, lễ hội, âm nhạc, dân ca dân vũ, nghệ thuật tạo hình... được gìn giữ, phát huy.

Bên cạnh những thuận lợi về thế mạnh mang tính đặc thù của các loại hình di sản nêu trên, còn có những thách thức trong công tác bảo tồn và phát huy giá trị của di sản phục vụ phát triển du lịch được thể hiện ở các mặt sau:

Sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ, nhu cầu ngày một tăng của du khách ưa chuộng các sản phẩm thủ công mỹ nghệ dẫn đến nhà cung ứng luôn tạo ra nhiều sản phẩm đa dạng, với giá thành rất thấp lấn át các sản phẩm thủ công: sản phẩm dân gian được chế tác thủ công của dân tộc thiểu số không có sức cạnh tranh do tốn sức, tốn thời gian, lại yêu cầu chi phí quá cao. Thế hệ hiện tại không muốn làm những sản phẩm thủ công bị lạnh nhạt này, kỹ thuật làm đồ thủ công do đó bị thất truyền, dần đi tới diệt vong. Có thể lấy thí dụ nghề dệt thổ cẩm của người Thái, nghề gốm của người Thái đen ở Chiềng Cơi và Mường Chanh - Sơn La. Trước đây nghề gốm khá phát triển, vào lúc nông nhàn hầu như gia đình nào cũng làm gốm. Thời điểm hưng thịnh nhất vào các năm 1979 - 1985, khi đó, gốm Mường Chanh có mặt ở khắp các huyện, thị trong tỉnh và nhiều địa phương khác. Tới nay, gốm Mường Chanh đang phải chịu sức ép cạnh tranh gay gắt của các sản phẩm sành, sứ, nhựa nội ngoại được nhập ồ ạt trên thị trường. Các sản phẩm dệt, nhuộm, thêu ghép hoa văn thổ cẩm trên vải; nhạc cụ dân tộc được chế tác bằng chất liệu đá, đồng, tre, nứa, gỗ, vỏ bầu khô; công cụ săn, bắn, bẫy chim, thú, cá; sản phẩm mây tre đan gia dụng của đồng bào dân tộc thiểu số vẫn khiến cho chúng ta khâm phục trong quá khứ thì trong những thập kỷ gần đây bị mai một, sa sút rất nhiều. Cả nước ta hiện có khoảng 1.500 làng nghề với khoảng 1,4 triệu thợ thủ công thì số làng nghề và thợ thủ công ở vùng dân tộc thiểu số lại quá nhỏ bé, ít ỏi, có thể đếm trên đầu ngón tay. Vì vậy, tất yếu sản phẩm từ nghề thủ công truyền thống của vùng dân tộc thiểu số lưu thông trên thị trường ngày càng thiếu vắng.

Nguyên nhân là lâu nay, chúng ta thường chỉ nhìn nghề và làng nghề thủ công truyền thống dưới góc độ kinh tế, giải quyết việc làm, có thêm thu nhập cho người lao động, nên việc biến mất của các nghề thủ công truyền thống là không thể tránh khỏi. Ngoài ra còn có hiện tượng hàng giả, nhái thương hiệu đối với các sản phẩm văn hóa truyền thống bản địa...

Cùng với sự phát triển của du lịch, đáp ứng với nhu cầu ngôn ngữ nước ngoài của du khách và sự phổ cập rộng rãi của tiếng Việt trong khu vực dân tộc thiểu số, ngôn ngữ dân tộc thiểu số đang đứng trước nguy cơ tiêu vong. Đơn cử như trường hợp tộc người Thái ở Điện Biên, một trong những tộc người thiểu số có số lượng đông nhất ở Việt Nam, cũng là tộc người có chữ viết từ rất sớm, văn hóa Thái cũng có sự ảnh hưởng không ít đến đời sống văn hóa của các tộc người cộng cư trên địa bàn. Tuy nhiên, số người biết viết chữ trong tộc người Thái chỉ đếm trên đầu ngón tay. Một nguyên nhân khác xuất phát từ giáo dục. Tiếng Việt là ngôn ngữ chính còn ngôn ngữ dân tộc thiểu số không được giảng dạy như một song ngữ cho chủ thể văn hóa là những dân tộc ít người. Ngoài ra, do ảnh hưởng mạnh mẽ của văn hóa phương Tây, người ta ngày càng thiếu coi trọng văn hóa truyền thống của dân tộc thiểu số. Lấy sự giàu có làm thước đo đánh giá con người, rất nhiều người dần dần thiếu hụt hoặc mất đi niềm tự tin, nảy sinh cảm giác tự ti, từ đó chủ động rũ bỏ nhiều thứ thuộc về mình, trong đó có ngôn ngữ. Thiết nghĩ, đây là một vấn đề cần hết sức lưu tâm.

Một trong những bản sắc văn hoá dân tộc được du khách hết sức ưa chuộng và gắn bó mật thiết với sự phát triển du lịch là âm nhạc, vũ đạo, trang phục, lễ hội. Nếu như người Việt có đàn bầu thì cây tính tẩu của dân tộc Tày, Thái, tơ rung, klong pút, cồng chiêng của các dân tộc Tây Nguyên, khèn của dân tộc Mông... là những nhạc cụ điển hình của các dân tộc thiểu số. Các nhạc cụ làm nên những dàn âm thanh văn hóa của các tộc người thiểu số trong suốt vòng đời của họ, từ khi sinh ra, lớn lên, dựng vợ gả chồng, cho đến khi trở về với đất mẹ. Nhịp đập khi khoan, khi nhặt của những ống tre, đầu gậy đập xuống sàn trong điệu múa tăng bu,

múa gậy của đồng bào Khơ mú, múa sạp, múa chiêng của đồng bào Mường, Thái và còn biết bao âm thanh kỳ diệu trong điệu múa trống, múa xóc tép của dân tộc Cao Lan, múa chèo thuyền, múa hoa sen của đồng bào Khơme Nam Bộ... là những di sản văn hóa hết sức quý giá của các dân tộc thiểu số từ ngàn đời nay. Tuy nhiên, hiện nay những nghệ nhân ca múa nhạc dân gian dần dần già đi, còn thế hệ trẻ lại thoát ly đi lao động, không có thời gian và tâm trạng học tập lớp người đi trước. Một số thanh niên dân tộc thiểu số đi lao động ở bên ngoài về, chịu ảnh hưởng sâu sắc của văn hóa tiêu dùng, thậm chí còn nảy sinh tâm lý tự ti với văn hóa dân gian, cho rằng đó là những thứ lạc hậu, dần dần từ bỏ âm nhạc, vũ đạo truyền thống của dân tộc, khiến chúng đứng trước nguy cơ thất truyền. Ngoài ra, còn do rất ít người ý thức đầy đủ được giá trị của việc giữ gìn văn hóa dân tộc thiểu số trong công cuộc bảo tồn tính đa dạng của văn hóa quốc gia và thế giới. Cùng lúc với việc theo đuổi nhu cầu vật chất, người ta đã quên đi ý nghĩa và tầm quan trọng của văn hóa dân tộc thiểu số với việc duy trì cân bằng sinh thái toàn cầu. Phần lớn vẫn không nhận thức được tầm quan trọng của thời cơ bảo tồn văn hóa dân tộc, khiến văn hóa dân tộc tiêu vong hoặc đứt đoạn.

Văn hóa truyền thống các DTTS là những giá trị vật chất, tinh thần được tích tụ, gìn giữ trong toàn bộ quá trình lịch sử phát triển các DTTS. Trong dòng chảy toàn cầu hóa, bảo tồn văn hóa truyền thống các DTTS nhằm gắn với phát triển du lịch bền vững nhằm phát huy kinh tế địa phương, phát triển đất nước. Bên cạnh đó, làm tốt công tác này còn góp phần nâng cao lòng tự hào, tự tôn dân tộc; chống lại những âm mưu phá hoại, chia rẽ của các lực lượng thù địch. Tuy nhiên, trong bối cảnh cuộc sống hiện đại, song song với cơ hội được giao lưu, hội nhập là nguy cơ nhiều giá trị văn hóa truyền thống, nhất là của các DTTS bị mai một, lãng quên. Trong số 54 dân tộc Việt Nam, có những dân tộc chỉ có số dân dưới mười nghìn người như Pà Thẻn, Cờ Lao, Lô Lô, Mảng, Lự, Cống, Bố Y, La Ha, La Hủ...; thậm chí có những dân tộc chỉ có số dân dưới một nghìn người như Si La (Lai

Châu), Pu Péo (Hà Giang), Ó Đu (Nghệ An)... Đây là những dân tộc khó có khả năng và điều kiện tự bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa của mình.

Du lịch càng phát triển, nhu cầu được tìm hiểu, khám phá và thưởng thức nghệ thuật của khách du lịch ngày càng cao thì sự thu hút của các yếu tố văn hóa truyền thống của dân tộc thiểu số, điều tạo nên bản sắc riêng của sản phẩm du lịch Việt Nam càng có tác động mạnh tới quyết định lựa chọn của du khách. Chính vì thế, không chỉ có các nhà quản lý quan tâm tới lĩnh vực du lịch hay văn hóa mà chính các cơ sở kinh doanh du lịch lẫn hành cũng chú trọng, đầu tư nhiều hơn để cải thiện và đổi mới sản phẩm nhằm tạo nên tính mới lạ hơn nữa trong quá trình hoạt động. Tuy nhiên, những vấn đề này còn chưa được tiến hành một cách đồng bộ, thiếu sự kết hợp, thiếu tính liên kết và ở một số nơi còn manh mún, tự phát chưa có sự quản lý và kiểm soát gắt gao. Điều này không chỉ tạo ra sự cạnh tranh không lành mạnh mà còn làm biến dạng hoặc thương mại hóa các giá trị văn hóa bản địa. Do đó, thực sự cần có những giải pháp mang tính vĩ mô và sự vào cuộc quyết liệt của tất cả các ngành, các cấp, các địa phương và cộng đồng nhằm chấn chỉnh các hoạt động văn hóa được khai thác trong du lịch, tránh tình trạng sân khấu hóa tất cả các giá trị văn hóa để đảm bảo việc gìn giữ bản sắc đồng thời giao lưu, hội nhập với thế giới. Đề xuất một số kiến nghị nhằm phát huy, bảo tồn văn hóa cổ truyền truyền thống của các dân tộc nói chung, các dân tộc thiểu số nói riêng. Đây cũng là nội dung những người làm du lịch cần phải quan tâm sâu sắc hơn nữa để du lịch thật sự là ngành kinh tế mũi nhọn, góp phần quan trọng vào phát triển kinh tế đất nước.

- Khảo sát điều tra, phân loại các loại hình nghệ thuật hiện nay của dân tộc thiểu số. Đánh giá mức độ cần thiết ảnh hưởng đến đời sống vật chất, tinh thần trong cộng đồng để đầu tư phát triển kịp thời, hợp lý.

- Cần nghiên cứu kỹ và đề xuất các phương án khai thác trong phạm vi cho phép, không nên đại trà phổ biến các loại hình nghệ thuật, nhất là các loại hình đã được công nhận là di sản văn hóa.

- Kiểm duyệt chặt chẽ, chế tài xử phạt đủ sức răn đe trong các lễ hội khi sử dụng các loại hình nghệ thuật phục vụ lễ hội nhằm ngăn chặn sự làm mất đi tính túy cổ truyền của các loại hình khi đưa ra phục vụ lễ hội.

- Chính sách đãi ngộ các nghệ nhân (cả sưu tầm và truyền dạy) tạo điều kiện để các nghệ nhân hoạt động hiệu quả. Có chính sách khen thưởng xứng đáng (vật chất và tinh thần với các danh hiệu tôn vinh).

- Cơ quan quản lý cần mở các lớp đào tạo có quy mô, gồm những nhạc sỹ và nghệ sỹ dân gian để truyền thụ những làn điệu dân ca cho thế hệ sau. Có như vậy mới nâng cao được hiệu quả của quá trình bảo lưu những làn điệu dân ca truyền thống nói riêng và các loại hình nghệ thuật biểu diễn nói chung trong tương lai.

- Xây dựng mối liên kết giữa địa phương, doanh nghiệp và các nhà quản lý để tạo ra những sản phẩm văn hóa tiêu biểu, có sự kết hợp giữa truyền thống và hiện đại, dễ tiếp cận đối với du khách và tạo môi trường biểu diễn phù hợp trong điều kiện doanh nghiệp và không làm ảnh hưởng tới thuần phong mỹ tục của địa phương.

- Ưu tiên hỗ trợ hoạt động tuyên truyền, quảng bá, xúc tiến du lịch các vùng dân tộc thiểu số; nghiên cứu, khảo sát tiềm năng du lịch, lựa chọn xây dựng các sản phẩm du lịch đặc trưng cho các vùng dân tộc thiểu số; phát triển mô hình du lịch miền núi có sự tham gia của cộng đồng các dân tộc thiểu số.

- Hỗ trợ phát triển du lịch theo mô hình bền vững, có trách nhiệm, bảo đảm cộng đồng vùng dân tộc thiểu số có quyền tham gia và hưởng lợi từ hoạt động du lịch: Ưu tiên hỗ trợ phát triển du lịch cộng đồng tại các bản, làng của đồng bào dân tộc thiểu số theo mô hình lưu trú tại nhà dân (homestay); khai thác, phát huy văn hóa truyền thống đặc sắc của đồng bào dân tộc thiểu số phục vụ phát triển du lịch; hạn chế tác động tiêu cực của hoạt động du lịch tới đời sống, văn hóa của đồng bào dân tộc thiểu số; Hướng dẫn khách du lịch khi tới tham quan, lưu trú tại các

bản làng, điểm du lịch ở vùng dân tộc thiểu số tuân thủ và tôn trọng phong tục tập quán, lối sống và văn hóa truyền thống của đồng bào dân tộc;

Trong thời kỳ hội nhập, việc phát triển du lịch bền vững, gắn với bảo tồn, khai thác, phát huy văn hóa truyền thống đặc sắc của đồng bào dân tộc thiểu số không phải là đề tài mới, nhưng đòi hỏi có sự thông hiểu, chung sức và quyết tâm lâu dài của tất cả các cơ quan lãnh đạo, chính quyền, đoàn thể, và nhân dân cả nước vậy!

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Bartels, F. L., Giao, H. N. K., & Ohlenburg, T. J. (2006). ASEAN Multinational Enterprises: A Structural Analysis of Strategic Coherence. *ASEAN Economic Bulletin*, 23(2), 171-191. doi:10.1355/AE23-2C
- Đính, N. V., & Hoà, T. T. M. (2009). Giáo trình Kinh tế du lịch. Hà Nội: NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
- Giao, H. N. K. (1996a). *Hướng dẫn tóm tắt Chiến lược Công ty*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (1996b). *Quản trị Tiếp thị Toàn cầu*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004a). *Diễn thuyết trước Công chúng- Làm sao để thu hút Khán giả?* Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004b). *Kỹ năng làm việc – Skills for Success (S4S)* (Vol. 1). Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004c). *Kỹ năng làm việc – Skills for Success (S4S)* (Vol. 2): Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004d). *Kỹ năng Thương lượng- 7 bước RESPECT*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.

- Giao, H. N. K. (2004e). *Marketing Công nghiệp- Phục vụ Khách hàng là các Tổ chức*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004f). *Marketing Dịch vụ- Mô hình 5 Khoảng cách Chất lượng Dịch vụ*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004g). *Marketing Dịch vụ- Phục vụ Khách hàng tốt hơn*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004h). *Quan hệ Công chúng- Để người khác gọi ta là PR*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004i). *Quản trị Bán hàng- Đội ngũ Bán hàng tốt chưa?* . Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004j). *Quản trị Chiến lược Công ty- Phát huy Tiềm lực Cạnh tranh* (Vol. 2). Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004k). *Quản trị Chiến lược Công ty- Phát huy Tiềm lực Cạnh tranh* (Vol. 1). Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004l). *Quản trị Công ty Đa quốc gia- Quản lý từ sự đa dạng Văn hóa* (Vol. 2). Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004m). *Quản trị Công ty Đa quốc gia- Quản lý từ sự đa dạng Văn hóa* (Vol. 1). Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004n). *Quản trị học- Để Quản lý không còn là quá khó* (Vol. 2). Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004o). *Quản trị học- Để Quản lý không còn là quá khó* (Vol. 1). Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2004p). *Quản trị Marketing- Marketing để Chiến thắng*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Thống kê.
- Giao, H. N. K. (2011a). *Giáo trình Marketing Du lịch*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Tổng hợp
- Giao, H. N. K. (2011b). *Phương pháp nghiên cứu ứng dụng trong du lịch*. Paper presented at the Nghiên cứu về Du lịch: các Cách Tiếp cận và Phương pháp nghiên cứu, Đại học Văn Lang.

- Giao, H. N. K. (2017). Customer Satisfaction of Vietnam Airline Domestic Services. *International Journal of Quality Innovation*, 3(1), 1-11. doi:10.1186/s40887-017-0019-4
- Giao, H. N. K. (2018). Decision to purchase online airline tickets in Ho Chi Minh City, Vietnam. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 4, 459-470. doi:10.31219/osf.io/fzh5v
- Giao, H. N. K. (2018a, October 2-5, 2018). *Green purchasing behavior at HoChiMinh city, Vietnam*. Paper presented at the Global Conference on Business, Hospitality and Tourism Research (GLOSEARCH 2018), Hoa Sen University, Ho Chi Minh City, Vietnam.
- Giao, H. N. K. (2018b, 24/01/2018). *Thuyết “con nhím” trong khởi nghiệp kinh doanh thời đại cách mạng công nghiệp 4.0*. Paper presented at the Kiến tạo hệ sinh thái khởi nghiệp- Yếu tố thành công đối với sinh viên, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Bình Dương.
- Giao, H. N. K., & Anh, H. D. T. (2014). Thực trạng và một số giải pháp nhằm phát triển du lịch Đồng Nai. *Tạp chí Kinh tế- Kỹ thuật Bình Dương*, 8, 12-26. doi:10.31219/osf.io/mzhxq
- Giao, H. N. K., & Hào, N. H. (2011). Đo lường chất lượng dịch vụ tại resort Whitesand. *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính- Marketing*, 3, 56-65. doi:10.31219/osf.io/57kdr
- Giao, H. N. K., & Hương, Đ. T. (2010). Các nhân tố tác động đến định hướng khách hàng của nhân viên phục vụ khách sạn Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính- Marketing*, 1, 24-34. doi:10.31219/osf.io/n6mxu
- Giao, H. N. K., & Huyền, P. T. T. (2016). Nghiên cứu các thành phần giá trị thương hiệu chuỗi nhà hàng KFC tại Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Khoa học- Trường Đại học Tiền Giang*, 4, 59-73. doi:10.31219/osf.io/5a2e9
- Giao, H. N. K., & Kiệm, Đ. (2017). Hội nhập cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC): cơ hội và thách thức- phân tích trên góc độ thị trường lao động Việt Nam.

- Tạp chí Nghiên cứu Tài chính- Marketing*, 37&38, 26-33.
doi:10.31219/osf.io/yxjnu
- Giao, H. N. K., Kiem, D., Son, L. T., & Dung, T. Q. (2018). Satisfaction of tourists to Hoi An ancient town, Vietnam. *Global and Stochastic Analysis*, 5(8), 123-136. doi:10.31219/osf.io/sbjev
- Giao, H. N. K., Ly, P. T. T., & Giang, N. T. Q. (2010). *Giáo trình Giao Tiếp Kinh Doanh*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Lao động – Xã hội.
- Giao, H. N. K., & Mơ, N. T. H. (2017). Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua hàng ngẫu hứng qua truyền hình của khách hàng tại công ty Best Buy VN. *Tạp chí Khoa học - Đại học Mở TPHCM*, 57(6), 88-103. doi:10.31219/osf.io/kfzxd
- Giao, H. N. K., & Ngân, N. T. K. (2017). Tác động của hình ảnh điểm đến tới ý định quay lại của khách du lịch nội địa tại Bà Rịa – Vũng Tàu. *Tạp chí Kinh tế - Kỹ thuật Bình Dương*, 18, 1-13. doi:10.31219/osf.io/fe9y3
- Giao, H. N. K., Phúc, N. P. H., & Ngan, N. t. K. (2018, October 2-5, 2018). *The affect of destination image factors on revisit intention of domestic tourists at Bà Rịa – Vũng Tàu*. Paper presented at the Global Conference on Business, Hospitality and Tourism Research (GLOSEARCH 2018), Hoa Sen University, Ho Chi Minh City, Vietnam.
- Giao, H. N. K., & Phương, V. T. M. (2011). Đo lường sự thỏa mãn công việc của nhân viên sản xuất tại công ty TNHH TM-DV Tân Hiệp Phát. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 6, 15-21. doi:10.31219/osf.io/uwcae
- Giao, H. N. K., & Quang, Y. (2018, 01/02/2017). *Giải pháp đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại các trường cao đẳng và trung cấp đáp ứng yêu cầu thực hiện thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau (MRA-TP)*. Paper presented at the Hội thảo khoa học toàn quốc về đào tạo nhân lực du lịch theo định hướng Nghị quyết số 08/NQ-TW, Hà Nội.

- Giao, H. N. K., & Sang, H. T. (2018). Các yếu tố thu hút khách du lịch nội địa đến huyện Côn Đảo, tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu. *Tạp chí Công Thương*, 15, 131-137. doi:10.31219/osf.io/gmxb3
- Giao, H. N. K., & Sơn, L. T. (2012a). Các nhân tố tác động đến sự hài lòng của du khách tham dự Festival Hoa Dalat 2012. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 263, 40-48. doi:10.31219/osf.io/dn9tj
- Giao, H. N. K., & Sơn, L. T. (2012b). Factors Affecting the Satisfaction of Visitors to Dalat Flower Festival 2012. *Journal of Economic Development*, 214, 144-156. doi:10.31219/osf.io/p93ye
- Giao, H. N. K., & Sơn, L. T. (2015). Khám phá các nhân tố ảnh hưởng sự hài lòng của du khách du lịch làng mộc Kim Bồng- Hội An. *Tạp chí Kinh tế- Kỹ thuật Bình Dương*, 9, 1-10. doi:10.31219/osf.io/dgke2
- Giao, H. N. K., Trang, T. T. T., & Long, N. D. (2012a). Chất lượng dịch vụ và sự thỏa mãn khách hàng tuyến nội địa của Vietnam Airlines. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 261, 3-10. doi:10.31219/osf.io/s56vp
- Giao, H. N. K., Trang, T. T. T., & Long, N. D. (2012b). Customer satisfaction and Quality of Vietnam Airlines domestic services. *Journal of Economic Development*, 213, 115-126. doi:10.31219/osf.io/gk27t
- Giao, H. N. K., & Tú, P. T. N. (2010). Đánh giá Chất lượng dịch vụ Ngân hàng điện tử tại Việt Nam. *Tạp chí Ngân hàng*, Ngân hàng Nhà nước VN, 18, 20-28. doi:10.31219/osf.io/tr6k4
- Giao, H. N. K., & Vũ, N. T. (2011). Sự thỏa mãn khách hàng về chất lượng dịch vụ siêu thị Vinatex-mart. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 253, 9-16. doi:10.31219/osf.io/r7xfe
- Kiệm, Đ., & Giao, H. N. K. (2013). *Phân tích SWOT về phát triển du lịch sinh thái vùng duyên hải cực Nam Trung Bộ*. Paper presented at the Nguồn nhân lực và Phát triển du lịch Bình Thuận, Trường Đại học Phan Thiết.

- Kiệm, Đ., & Giao, H. N. K. (2014, 7/7/2014). *Vài gợi ý về Du lịch sinh thái biển đảo Bình Thuận*. Paper presented at the Nguồn nhân lực và Phát triển du lịch Bình Thuận, Trường Đại học Phan Thiết-.
- Son, L. T., & Giao, H. N. K. (2014a). Các nhân tố tác động đến sự hài lòng của du khách đến phố cổ Hội An. *Tạp chí Kinh tế- Kỹ thuật Bình Dương*, 6. doi:10.31219/osf.io/6wbjk
- Son, L. T., & Giao, H. N. K. (2014b). Các nhân tố tác động đến sự phát triển du lịch MICE tại thành phố Đà Lạt. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 290, 91-110. doi:10.31219/osf.io/s4hgw
- Son, L. T., & Giao, H. N. K. (2018a). Mô hình phát triển du lịch MICE tại Việt Nam từ các nhân tố nguồn lực. *Tạp chí Công Thương*, 1, 234-239. doi:10.31219/osf.io/u4bxw
- Son, L. T., & Giao, H. N. K. (2018b). Phát triển du lịch MICE tại Đà Lạt- Kiểm định từ hướng cung. *Tạp chí Công Thương*, 327-333. doi:10.31219/osf.io/zux8e
- Kiên, Đ. T. (2004). *Một số vấn đề về du lịch Việt Nam*. Hà Nội: NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
- Thanh, T. N. (1996). *Văn hóa phi vật thể các dân tộc thiểu số Việt Nam, vai trò, vị trí, trách nhiệm và giải pháp, trong Giữ gìn và bảo vệ bản sắc văn hóa các dân tộc thiểu số Việt Nam*. Hà Nội: NXB Văn hóa Dân tộc.
- Thông tư Số 12/2014/TT-BVHTTDL quy định chi tiết thi hành chính sách bảo tồn và phát triển văn hóa, chính sách phát triển thể dục, thể thao và chính sách phát triển du lịch theo quy định tại Điều 13, 14 và 15 của Nghị định số 05/2011/NĐ-CP ngày 14 tháng 01 năm 2011 của Chính phủ về Công tác dân tộc.*
- Tổng cục Du lịch (2013). *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch đến năm 2020 tầm nhìn đến năm 2030*.