

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

BÙI MINH HÀO

**VỐN VĂN HÓA TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG CỦA
NGƯỜI DAO Ở HUYỆN SA PA, TỈNH LÀO CAI**

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ NHÂN HỌC

Hà Nội – 2022

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

BÙI MINH HÀO

**VỐN VĂN HÓA TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG CỦA
NGƯỜI DAO Ở HUYỆN SA PA, TỈNH LÀO CAI**

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ NHÂN HỌC

Mã số: 62 31 03 02

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:

PGS.TS. VƯƠNG XUÂN TÌNH

PGS.TS. NGUYỄN TRƯỜNG GIANG

Hà Nội - 2022

1. Lý do lựa chọn đề tài

Trong bối cảnh các nguồn tài nguyên thiên nhiên đang ngày càng bị cạn kiệt, thì vốn văn hóa trở thành nguồn lực quan trọng cho sự phát triển kinh tế. Ở miền núi phía Bắc, người Dao giữ một vai trò quan trọng. Trong vài thập kỷ gần đây, nền kinh tế của người Dao đang chuyển biến nhanh chóng từ kinh tế truyền thống mang tính tự cung tự cấp sang nền kinh tế thị trường. Kinh tế thị trường của người Dao cũng mang những nét đặc trưng riêng và dựa trên nguồn vốn văn hóa của họ. Văn hóa trở thành một nguồn vốn quan trọng trong quá trình phát triển kinh tế thị trường của người Dao. Mà người Dao ở huyện Sa Pa, tỉnh Lào Cai là một ví dụ điển hình.

Tuy nhiên, những nghiên cứu về sự hình thành, phát triển và tác động của kinh tế thị trường đến đời sống các tộc người vẫn chưa nhận được nhiều sự quan tâm đúng mức. Đặc biệt, các nghiên cứu đi sâu tìm hiểu các nhân tố quyết định đến sự hình thành và phát triển của nền kinh tế thị trường của các tộc người, trong đó chú trọng đến nhân tố văn hóa tộc người: Nguồn lực văn hóa tộc người giữ vai trò thế nào trong quá trình phát triển kinh tế thị trường? Người dân đã vận dụng vốn văn hóa vào phát triển kinh tế thị trường như thế nào? Làm sao để nâng cao hiệu quả vận dụng vốn văn hóa vào phát triển kinh tế thị trường? Vì những lý do đó, tôi lựa chọn đề tài nghiên cứu “*Vốn văn hóa trong phát triển kinh tế thị trường của người Dao ở huyện Sa Pa, tỉnh Lào Cai*” làm luận án tiến sĩ Nhân học.

2. Mục tiêu nghiên cứu và câu hỏi nghiên cứu

Trọng tâm của nghiên cứu này tập trung vào các mục tiêu chính: (i) Tìm hiểu sự hình thành nền kinh tế thị trường của người Dao ở huyện Sa Pa, tỉnh Lào Cai; (ii) Xác định khái niệm vốn văn hóa và thực trạng vốn văn hóa của người Dao ở Sa Pa. (iii) Phân tích vai trò của vốn văn hóa với sự phát triển kinh tế thị trường của người Dao; (iv) Phân tích quá trình người Dao vận dụng vốn văn hóa vào phát triển kinh tế thị trường ở một số lĩnh vực cụ thể.

Luận án tập trung vào việc trả lời 4 câu hỏi chính: (i) Kinh tế thị trường của người Dao ở Sa Pa hình thành và phát triển như thế nào? (ii) Vốn văn hóa của người Dao gồm những gì? (iii) Vai trò của vốn văn hóa trong phát triển kinh tế thị trường của người Dao? (iv) Người Dao đã vận dụng vốn văn hóa vào quá trình phát triển kinh tế thị trường trong một số lĩnh vực cụ thể như thế nào?

3. Lập luận nghiên cứu

Trong luận án này, tôi lập luận rằng người Dao ở Sa Pa đã tham gia vào kinh tế thị trường khá sớm và kinh tế hợp tác xã như là một lát cắt làm hạn chế sự phát triển kinh tế hàng hóa của họ. Sau Đổi mới, kinh tế thị trường được tái khởi và phát triển mạnh mẽ dưới tác động của quá trình đô thị hóa và phát triển du lịch ở Sa Pa. Những cơ hội để tiếp cận thị trường của người Dao đã xuất hiện. Dựa vào nguồn vốn văn hóa của mình, người Dao đã lựa chọn đầu tư và phát triển kinh tế thị trường ở các lĩnh vực khác nhau, trong đó chủ yếu tập trung

vào các hoạt động thương mại hương liệu, thương mại dược liệu, phát triển du lịch cộng đồng và phát triển thị trường thổ cẩm. Trong những hoạt động này, người Dao đã vận dụng được tối đa nguồn vốn văn hóa của mình vào phát triển kinh tế. Và vốn văn hóa trở thành nguồn lực phát triển quan trọng nhất của họ.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu cụ thể ở đây các hoạt động kinh tế thị trường của người Dao ở huyện Sa Pa và sự vận dụng vốn văn hóa vào các hoạt động kinh tế thị trường trên một số lĩnh vực cụ thể như thương mại hương liệu, thương mại dược liệu, phát triển du lịch cộng đồng và phát triển thị trường thổ cẩm. Trong phạm vi nghiên cứu này, tôi tập trung vào nhóm Dao Đỏ ở huyện Sa Pa, tỉnh Lào Cai, vốn là cộng đồng đã và đang phát triển kinh tế thị trường một cách mạnh mẽ. Trong đó, tập trung chủ yếu vào nhóm Dao Đỏ ở xã Tả Phìn. Bên cạnh đó cũng tiến hành khảo sát các nhóm Dao Đỏ ở một số địa phương khác như xã Tả Van, xã Bản Khoang, xã Thanh Kim, xã Bản Phùng để so sánh.

5. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của luận án

5.1. Ý nghĩa khoa học

Mối quan hệ giữa bảo tồn bản sắc văn hóa và phát triển kinh tế thị trường là vấn đề cơ bản, được nhiều quốc gia, nhiều tổ chức cũng như hầu hết mọi người quan tâm. Làm thế nào để vận dụng vốn văn hóa vào phát triển kinh tế thị trường nhằm phát huy các giá trị của văn hóa cũng như góp phần nâng cao đời sống người dân là một vấn đề quan trọng. Luận án cũng góp phần tìm hiểu sâu thêm về khái niệm vốn văn hóa và tiếp cận vốn văn hóa trong nghiên cứu hoạt động kinh tế thị trường của người Dao ở Sa Pa. Trong bối cảnh các nguồn lực như vốn tự nhiên, vốn vật chất, vốn tài chính của người Dao còn tương đối hạn hẹp thì việc vận dụng nguồn vốn văn hóa để phát triển là một con đường cần thiết và quan trọng. Và qua đó cũng gợi mở ra nhiều vấn đề khoa học trong việc tìm hiểu sâu thêm về con đường đi vào nền kinh tế thị trường của các cộng đồng tộc người khác nhau.

5.2. Ý nghĩa thực tiễn

Luận án là kết quả nghiên cứu của nghiên cứu sinh trong một thời gian dài theo dõi và khảo sát thực địa tại địa phương nên nó cung cấp những tài liệu đa dạng, những phân tích chuyên sâu và những dẫn chứng cụ thể nhằm giúp cho người đọc hiểu rõ hơn về hoạt động kinh tế thị trường của người Dao ở Sa Pa. Đặc biệt là những phân tích về quá trình vận dụng vốn văn hóa vào phát triển thị trường của người Dao trong nhiều năm nay. Vì vậy nên luận án này có thể coi là một công trình nghiên cứu có giá trị để tìm hiểu về vai trò của vốn văn hóa trong phát triển kinh tế thị trường của người dân tộc thiểu số ở miền núi Tây Bắc nói riêng và cả nước nói chung. Nghiên cứu này cũng có giá trị gợi mở và tham khảo cho những ai quan tâm đến vấn đề phát triển kinh tế thị trường ở miền núi dựa trên nguồn vốn văn hóa.

6. Nội dung chính của luận án

Chương 1. TỔNG QUAN TÀI LIỆU, CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

1.1. Tổng quan tài liệu nghiên cứu

1.1.1. Nghiên cứu của các học giả nước ngoài

Các nghiên cứu liên quan đến sự phát triển kinh tế thị trường ở miền núi Tây Bắc: Các nhà nghiên cứu nước ngoài quan tâm đến sự phát triển kinh tế hàng hóa ở miền núi Tây Bắc Việt Nam khá sớm. Từ cuối thế kỷ XIX và đầu thế kỷ XX, những người Pháp đã tiến hành các cuộc khảo sát về hoạt động kinh tế của các dân tộc thiểu số ở vùng biên giới Tây Bắc Việt Nam. Đó là hai cuộc điều tra khảo sát vào những năm 1897-1898 và 1903-1904. Trong hai cuộc khảo sát này đã đề cập đến nhiều hoạt động kinh tế thương mại của các tộc người thuộc khu vực này.

Những nghiên cứu về phát triển miền núi trong gần hai thập kỷ qua có sự đóng góp to lớn của nhiều nhà khoa học nước ngoài. Quan trọng nhất phải kể đến các công trình nghiên cứu của Sarah Turner và Jean Michaud [2008]; Claire Tugault-Lafleur and Sarah Turner [2009]; Jean Michaud [2010]; Sarah Turner [2012]; Sarah Turner, Christine Bonnin và Jean Michaud [2015]; Sarah Turner và Jean Michaud [2016, 2017]... Những nghiên cứu này tập trung vào cộng đồng người Hmông (những người láng giềng của người Dao, sinh sống ở vùng núi cao hơn) trong bối cảnh xuyên biên giới (nghiên cứu ở Bắc Việt Nam và Nam Trung Quốc). Trong quá trình khảo sát thực địa tại vùng biên giới Bắc Việt Nam và Nam Trung Quốc, Turner và Michaud cùng một số nhà nghiên cứu khác đã quan tâm nhiều đến sinh kế của các cộng đồng người dân tộc thiểu số ở đây. Trong đó, hai nhà nghiên cứu này quan tâm nhiều đến sự phát triển của thương mại, đặc biệt là mạng lưới thương mại thảo quả-một loại hương liệu có giá trị kinh tế cao đối với nhiều nhóm người như Hmông, Dao,.... Từ tiếp cận lịch sử kinh tế về người Hmông qua các giai đoạn, tác giả cho rằng kinh tế hàng hóa đã xuất hiện khá sớm ở cộng đồng dân cư này qua những trao đổi đặc sản của họ với các cộng đồng vùng thấp hơn. Những nghiên cứu của các tác giả này có giá trị lớn khi gợi mở ra nhiều vấn đề quan trọng cả về lý thuyết lẫn thực tiễn cho các nghiên cứu phát triển ở vùng núi Tây Bắc.

Các nghiên cứu về hoạt động kinh tế của người Dao: Trong tài liệu ghi chép về hai cuộc khảo sát kinh tế các tộc người ở Tây Bắc của người Pháp vào những năm 1897-1898 và 1903-1904 cũng có đề cập đến hoạt động kinh tế hàng hóa của người Dao (với tên gọi là Mán). Sau đó, người Pháp tiếp tục có những nghiên cứu chuyên sâu về người Dao ở miền núi phía Bắc. Tiêu biểu nhất phải kể đến một loạt các khảo cứu của A. Bonifacy công bố trên “Dân tộc Đông Dương”, “Tạp chí Đông Dương” hay “Tạp chí Viện Viễn Đông bác cổ” từ 1904 đến 1908 như “Giản chí về người Mán Quần Cộc”, “Giản chí về Mán Quần Trắng”, “Mán Chàm hoặc Lam Điền”, “Mán Tiểu Bản hay Đeo Tiền” “Mán Đại Bản hoặc Mán Sùng”.... Ngoài ra còn phải kể đến cuốn sách “Le Mans du Haut-Tonkin” của M. Abadie

(1922). Những nghiên cứu của các tác giả người Pháp tập trung vào các đặc trưng văn hóa là chủ yếu, có đề cập đến sinh hoạt kinh tế nhưng chưa nói đến sự trao đổi hàng hóa của người Dao ở thời điểm đó.

Trong giai đoạn từ 1945 đến 1986, có rất ít các học giả nước ngoài nghiên cứu về người Dao. Phải từ những năm 1990, một số nghiên cứu về người Dao mới bắt đầu xuất hiện trở lại. Học giả người Trung Quốc Trương Hữu Tuấn [1998] đã sử dụng các nguồn tư liệu lưu trữ cũng như khảo sát các cộng đồng người Dao ở Nam Trung Quốc để phân tích nguồn gốc và quá trình di cư của người Dao sang Việt Nam. Nhà nghiên cứu người Pháp Jacques Lemoine [1998] lại khái quát về bản sắc văn hóa người Dao ở Việt Nam và sự biến đổi của nó trong quá trình hiện đại hóa đất nước.

Trong khoảng một thập kỷ gần đây, những nghiên cứu về người Dao bắt đầu đi sâu vào sự phát triển của kinh tế thị trường cũng như những tác động của nó đối với cộng đồng chủ thể. Đáng chú ý phải kể đến nghiên cứu của Jennifer Sowerwine [2008] về nền kinh tế của người Dao ở Ba Vì (Hà Nội). Nghiên cứu này tập trung vào các hoạt động kinh tế thị trường trong quá trình thay đổi về sở hữu đất đai mà tác giả gọi là “Nền kinh tế thị trường duy tình” của người Dao ở Ba Vì. Trong khi đó, Ngọc Thời Giai [2012, tr.77] cũng nhận định về sự chuyển đổi giá trị trong quá trình phát triển kinh tế dưới ảnh hưởng của quan niệm thị trường, công viên chức chính phủ, công nhân nhà máy trở thành định hướng chức nghiệp của lớp thanh niên mới người Dao.

Nhìn chung, liên quan đến các hoạt động kinh tế của người Dao thì sự quan tâm của các nhà nghiên cứu nước ngoài vẫn còn khiêm tốn. Trong khi đó, các hoạt động kinh tế thị trường của người Dao ở Sa Pa vẫn chưa được nhiều học giả nước ngoài quan tâm cho dù họ sinh sống tại một khu vực đang phát triển du lịch mạnh mẽ trong nhiều năm qua.

1.1.2. Nghiên cứu của các học giả trong nước

Nhóm tài liệu về kinh tế thị trường vùng miền núi Tây Bắc: Trong các bộ sách sử của Việt Nam thời phong kiến có ghi lại một số hoạt động liên quan đến quan hệ buôn bán của người dân tộc thiểu số ở vùng núi với các nhà buôn ở miền xuôi lên. Trong nửa sau thế kỷ XX, các nghiên cứu về Tây Bắc chủ yếu tập trung vào tìm hiểu về nguồn gốc lịch sử, đặc trưng văn hóa của các cộng đồng tộc người để tiến hành phân loại, xác định thành phần tộc người nhằm xây dựng danh mục các dân tộc Việt Nam. Giai đoạn từ 1986 đến đầu thế kỷ XXI, các công trình nghiên cứu về miền núi Tây Bắc lại chú trọng phân tích các vấn đề phát triển kinh tế - xã hội trong quá trình công nghiệp hóa - hiện đại hóa đất nước, xóa đói giảm nghèo và cải thiện đời sống cho đồng bào.

Trong khoảng gần hai thập niên đầu thế kỷ XXI, vấn đề sinh kế và sự chuyển đổi kinh tế ở miền núi được nhiều nhà nghiên cứu trong và ngoài nước quan tâm tìm hiểu. Trước hết phải kể đến các bài tổng thuật về quá trình nghiên cứu chính sách dân tộc hay phát triển miền núi của một số tác giả như tổng thuật về chính sách dân tộc ở Việt Nam từ 1980 đến nay của

Vương Xuân Tình [2015 và 2016] hay tổng thuật về nghiên cứu một dân tộc cụ thể như dân tộc Dao của Lý Hành Sơn [2016]... Tiếp theo là những nghiên cứu về phát triển miền núi, nhất là trong lĩnh vực nghiên cứu phát triển bền vững và xóa đói giảm nghèo. Một số nghiên cứu đã đi sâu nghiên cứu các tác nhân văn hóa ảnh hưởng đến quá trình phát triển ở miền núi. Trong đó phải kể đến công trình nghiên cứu “Văn hóa với phát triển bền vững ở vùng biên giới Việt Nam” của Vương Xuân Tình và các cộng sự [2014].

Một công trình quan trọng khác trong lĩnh vực nghiên cứu phát triển miền núi ở Việt Nam là cuốn sách “Những chuyển đổi kinh tế-xã hội ở vùng cao Việt Nam” do Thomas Sikor, Jenny Sowerwine, Jeff Romm và Nghiêm Phương Tuyền biên tập [2008]. Đây là cuốn sách tập hợp nhiều công trình nghiên cứu của nhiều tác giả trong và ngoài nước, đề cập đến quá trình chuyển đổi kinh tế của các tộc người dưới tác động của chính sách đổi mới, của quá trình thương mại hóa, hiện đại hóa, toàn cầu hóa.

Ngoài ra, khi nghiên cứu về kinh tế vùng biên giới gần đây, Bùi Xuân Đính [2011, tr.2-3] cũng đề cập đến sự trao đổi buôn bán của người Dao và người Hmông qua biên giới Trung Quốc. Qua khảo sát thực tế ở người Dao ở xã Bản Phiệt (huyện Bảo Thắng, Lào Cai) và người Hmông ở xã Bản Lầu (huyện Mường Khương, Lào Cai), tác giả trình bày về hiệu quả của mô hình trồng chuối và dựa trên nương rẫy để bán sang bên Trung Quốc có thể thu về hàng trăm triệu.

Nhóm tài liệu nghiên cứu về kinh tế của người Dao: Qua khảo sát các nguồn tài liệu từ thư viện và các cơ quan nghiên cứu, đào tạo, Lý Hành Sơn [2016, tr.289-291] đã thống kê được 473 nghiên cứu về người Dao. Phân chia theo giai đoạn thì có 50 nghiên cứu trước 1980 và từ 1980 đến 2015 có 423 nghiên cứu. Để có cái nhìn cụ thể hơn, tác giả cũng đã phân loại 423 công trình này gồm: 125 sách về người Dao hoặc có một phần liên quan đến người Dao, 60 bài tạp chí, 56 luận văn luận án, còn lại là các bài công bố trong các kỷ yếu hội nghị hội thảo khoa học trong nước và quốc tế. Liên quan đến nghiên cứu về kinh tế của người Dao, Lý Hành Sơn cho biết có 31 nghiên cứu liên quan đến sinh kế, trong đó có 4 nghiên cứu về sinh kế chung, 14 nghiên cứu về trồng trọt, 2 nghiên cứu về chăn nuôi và săn bắn, 1 nghiên cứu về thủ công nghiệp, 7 nghiên cứu về bảo vệ môi trường và khai thác tài nguyên, 2 nghiên cứu về du lịch và 1 nghiên cứu về bí thư chi bộ người Dao [Lý Hành Sơn 2016, tr.291].

Khảo sát các nghiên cứu về người Dao trong hơn nửa thế kỷ qua đúng là nghiên cứu về kinh tế vẫn còn được ít các học giả trong nước quan tâm. Từ cuối những năm 1950, những công trình nghiên cứu đầu tiên về người Dao đã được công bố. Tiêu biểu như “Nguồn gốc lịch sử và sự di cư của người Mán ở Việt Nam” của Mạc Đường [1959], “Tên gọi và các ngành người Giao (Mán)” của Bàn Tài Đoàn [1962], “Qua nghiên cứu Bình Hoàng Khoán điệp thư bản về gốc tích người Dao (Mán)” của Trần Quốc Vượng [1963], “Tục cấp sắc của người Dao” của Nguyễn Quốc Lộc [1966], “Về vấn đề xác minh tên gọi và phân loại các

ngành Dao ở Tuyên Quang” của Phan Hữu Dật và Hoàng Hoa Toàn [1971],.... Hầu như các nghiên cứu này tập trung vào việc thảo luận về nguồn gốc, tên gọi và bản sắc văn hóa truyền thống của tộc người Dao. Công trình khá đầy đủ về người Dao lúc đó phải kể đến nghiên cứu cuốn “Người Dao ở Việt Nam” của các tác giả Bế Việt Đăng, Nguyễn Khắc Tụng, Nông Trung và Nguyễn Nam Tiến [1971]. Nghiên cứu này đã đề cập khá toàn diện về nguồn gốc lịch sử, quá trình di cư, đời sống văn hóa xã hội của người Dao ở Việt Nam. Tuy nhiên, trong bối cảnh lúc đó, các hoạt động kinh tế hàng hóa trước đó của người Dao chưa được các tác giả đề cập xác đáng.

Một trong những sinh hoạt học thuật quan trọng liên quan đến người Dao là Hội thảo Khoa học quốc tế về người Dao ở Việt Nam được tổ chức tại Thái Nguyên vào tháng 12/1995. Những công trình nghiên cứu đã báo cáo tại hội thảo sau đó được xuất bản thành sách “Sự phát triển văn hoá xã hội của người Dao: Hiện tại và tương lai” [Trung tâm Khoa học xã hội và Nhân văn Quốc gia 1998]. Đây cũng là một nguồn tư liệu quan trọng liên quan đến nghiên cứu người Dao ở Việt Nam trong những năm cuối thế kỷ XX.

Từ đầu những năm 2000 đến nay, nghiên cứu về hoạt động kinh tế của người Dao được nhiều nhà khoa học quan tâm hơn. Số lượng công trình nghiên cứu liên quan đến vấn đề này ngày càng tăng lên. Trong đó, có thể kể đến một số nghiên cứu quan trọng: Bàn về kinh tế người Dao ở Sa Pa, Nguyễn Trường Giang [2011, 2015] đã tập trung vào quá trình khai khẩn và kinh nghiệm trong canh tác ruộng bậc thang của người Dao. Trong nghiên cứu về người Dao ở Lào Cai cũng phải kể đến những công trình của Trần Hữu Sơn [2008, 2009, 2014 và 2017] trong đó đã đi sâu phân tích mối quan hệ với môi trường tự nhiên và văn hóa và xem thị trường như một tác nhân làm biến đổi môi trường tự nhiên lẫn văn hóa. Gần đây nhất, trong phần “Dân tộc Dao” do Lý Hành Sơn biên soạn, in trong bộ sách “Các dân tộc ở Việt Nam” do Vương Xuân Tinh chủ biên đã trình bày có hệ thống hơn về hoạt động kinh tế của người Dao. Một nghiên cứu có giá trị khác về kinh tế của người Dao là của Nguyễn Thị Hường [2012]. Qua khảo sát thực địa và nhiều nguồn tư liệu liên quan đến người Dao ở Tả Phìn, Nguyễn Thị Hường đã phân tích một cách kỹ lưỡng về hoạt động du lịch cộng đồng của người dân nơi đây. Bên cạnh đó, cũng cần phải nhắc đến những nghiên cứu của Bùi Minh Hào [2008, 2015a, 2015b, 2015c] về kinh tế của người Dao ở Sa Pa. Các nghiên cứu của Bùi Minh Hào được đi theo một hệ thống, từ việc tìm hiểu quá trình chuyển đổi kinh tế của người Dao từ kinh tế truyền thống sang kinh tế thị trường [Bùi Minh Hào 2008, 2015a] đến khảo sát các hoạt động kinh tế thị trường của yếu của người Dao ở Tả Phìn. Gần đây, Lê Quốc Hồng [2019] cũng có một nghiên cứu khá sâu sắc về sinh kế của người dân ở xã Tả Phìn trong đó có người Dao. Dựa vào khung sinh kế bền vững, tác giả đã đi vào phân tích sinh kế du lịch của người dân ở Tả Phìn và đánh giá mức độ bền vững của khung sinh kế của người dân nơi đây.

Tóm lại, trong nhiều năm qua, nghiên cứu về kinh tế thị trường ở miền núi Tây Bắc nói chung cũng như nghiên cứu về kinh tế thị trường của người Dao ở Sa Pa nói riêng đã được

nhiều tác giả trong và ngoài nước quan tâm. Nhiều vấn đề đã được các tác giả đi sâu phân tích như các mối quan hệ và mạng lưới thương mại về thảo quả, hoạt động du lịch cộng đồng cũng như tác động của nó đến cộng đồng chủ thể. Tuy nhiên, vấn đề đi sâu nghiên cứu các yếu tố quan trọng ảnh hưởng mạnh mẽ đến các hoạt động kinh tế thị trường của người Dao ở Sa Pa như thế nào và người Dao nơi đây đã vận dụng cá yếu tố đó vào phát triển kinh tế thị trường ra làm sao vẫn còn bỏ ngỏ dù đã được một số nhà nghiên cứu quan tâm ở các góc độ khác nhau. Đặc biệt, trong giai đoạn hiện nay, khi mà yếu tố văn hóa trong phát triển kinh tế đang được đề cao thì xem xét mối quan hệ giữa văn hóa và kinh tế thị trường lại thêm phần cấp thiết.

1.2. Cơ sở lý thuyết

1.2.1. Khái niệm cơ bản

Vốn văn hoá

Khái niệm “Vốn văn hóa” (Cultural Capital) được nhà xã hội học Pháp - Pierre Bourdieu xây dựng và vận dụng trong các công trình nghiên cứu về xã hội học. Theo Boudieu, vốn văn hóa tồn tại dưới ba trạng thái chủ yếu: i - Trạng thái thể hiện (Embodied state), là các yếu tố văn hóa được thể hiện qua chủ thể của nó, tức là con người, là những yếu tố tồn tại hiện hữu và lâu dài trong tâm trí và cơ thể của con người chủ thể văn hóa. Nói cách khác thì vốn văn hóa ở trạng thái thể hiện chính là tiềm lực văn hóa của con người và năng lực vận dụng các yếu tố văn hóa để tạo ra giá trị trong quá trình phát triển. Vốn văn hóa ở trạng thái biểu hiện là hệ thống yếu tố văn hóa biểu hiện qua yếu tố con người. ii - Trạng thái khách quan (Objectified state), là hệ thống các yếu tố văn hóa ở dạng tồn tại hiện hữu khách quan ngoài con người, là những hình thức vật chất của vốn văn hóa như sách vở, công cụ, nhà cửa, trang thiết bị, máy móc... hay cả những sản phẩm trí tuệ, tinh thần như các dấu tích (trace), việc thực hành các lý thuyết (realization of theories) hay phê bình các lý thuyết (critiques of theories)... cũng là vốn văn hóa ở trạng thái khách quan. Vốn văn hóa ở trạng thái khách quan có thể là sản phẩm của cá nhân hay cộng đồng được hiện hữu và có thể sử dụng để trao đổi, luân chuyển nhằm tạo ra giá trị. iii - Trạng thái thể chế (Institutionalized state), là những yếu tố văn hóa tổ chức thành các khuôn mẫu, định hình cho sự tồn tại và hoạt động của các yếu tố văn hóa dựa trên những khuôn mẫu đó [Bourdieu, 1986].

Từ khi xuất hiện đến nay, khái niệm Vốn văn hóa đã được nhiều nhà nghiên cứu vận dụng, phê phán, bổ sung nhiều ý nghĩa mới và cũng tạo ra nhiều phương pháp tiếp cận, khung phân tích khác nhau. Trong đó phải kể đến đóng góp của hai nhà kinh tế chính trị học người Mỹ là Putnam và Fukuyama. Nhấn mạnh đến các yếu tố văn hóa nhưng Putnam [1993, 2000] và Fukuyama [2001] lại gọi là vốn xã hội nhưng với nội hàm có nhiều điểm khác so với khái niệm “vốn xã hội” mà Bourdieu đã định nghĩa. Theo Nguyễn Văn Chính [2022, tr.9] thì “Các học giả này cho rằng vốn xã hội, cũng giống như vốn vật chất hay vốn con

người, đều là những loại “vốn” có khả năng làm tăng năng suất và lợi nhuận do những tác động tương hỗ của các môi tương tác thông qua các mạng lưới xã hội, các quy tắc xã hội cũng như niềm tin của con người trong xã hội, trong đó chữ tín hay niềm tin lẫn nhau (trust) được nhấn mạnh như một giá trị cốt lõi của vốn xã hội. Điểm khác biệt giữa Bourdieu và Putnam là ở chỗ Bourdieu coi vốn xã hội là tài sản của cá nhân chứ không phải của tập thể trong khi Putnam lại xem vốn xã hội được nâng từ đặc điểm của các cá nhân thành đặc điểm của một tập hợp dân số lớn và trở thành một đặc điểm tập thể.

Ở Việt Nam, trước đây đã có một số nhà nghiên cứu quan tâm đến vốn văn hoá. Trần Đình Hượu [1996] đã đề cập đến vốn văn hoá với cách hiểu là nguồn lực văn hóa của một dân tộc. Trần Hữu Dũng [2002] cũng đã phân chia vốn văn hóa ra thành vốn văn hóa vật thể và vốn văn hóa phi vật thể và xem vốn văn hóa là điều kiện, kết quả của các hoạt động của con người sản sinh ra và sau đó nó có ảnh hưởng lại quá trình phát triển của đời sống con người. Trong khi đó, Trần Hoài Sơn [2008] lại phân tích khái niệm vốn văn hóa lại tập trung vào khía cạnh nghiên cứu mỹ thuật và giải trí của nó.

Trong luận án này, khái niệm vốn văn hoá được hiểu theo nghĩa rộng của nó, bao gồm cả các loại vốn mà Bourdieu đã phân tích. Điều này cũng dễ hiểu khi mà văn hoá, được hiểu theo nghĩa rộng là bao hàm cả kinh tế, xã hội, thể chế, biểu tượng và con người.... Theo đó, vốn văn hoá được hiểu là các nguồn lực vật thể và phi vật thể, biểu hiện cá nhân hoặc cộng đồng, có thể luân chuyển và tham gia trực tiếp hoặc gián tiếp vào các quá trình kinh tế để tạo ra lợi ích cho con người. Như vậy, vốn văn hoá theo nghĩa rộng của thể bao gồm 4 trạng thái cơ bản là vốn văn hoá cá nhân, vốn văn hoá cộng đồng, vốn văn hoá thể chế và mạng lưới xã hội. Cách hiểu như vậy có nhiều giá trị trong nghiên cứu phát triển kinh tế thị trường vùng dân tộc thiểu số ở Việt Nam.

1.2.2. Khung phân tích vốn văn hoá

Phân tích vốn văn hoá trong phát triển kinh tế thị trường của người Dao cần tập trung vào vai trò của các yếu tố vốn văn hoá cá nhân, vốn văn hoá cộng đồng, vốn văn hoá thể chế và mạng lưới xã hội, cũng như các mối quan hệ giữa các nhân tố này. Đây là khung phân tích có thể vận dụng vào việc khám phá quá trình vận dụng các yếu tố vốn văn hoá vào phát triển kinh tế thị trường của người Dao trên các lĩnh vực như thị trường hương liệu, dược liệu; thị trường thủ công nghiệp và thị trường du lịch cộng đồng.

1.3. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu chính để hoàn thành luận án là nghiên cứu điền dã Nhân học. Trong đó, phương pháp quan trọng là phỏng vấn sâu. Cùng với đó là phương pháp thảo luận nhóm. Bên cạnh đó, tôi quan tâm nhiều đến phương pháp quan sát tham gia. Kết hợp với việc khảo cứu các nguồn tài liệu của các nhà nghiên cứu khác, thu thập và phân tích các thông tin thu thập từ chính quyền địa phương thì phỏng vấn sâu, thảo luận nhóm và quan sát

tham gia để tạo ra dữ liệu riêng trong quá trình nghiên cứu là phương pháp quan trọng nhất để hoàn thành luận án.

Chương 2. VỐN VĂN HÓA VÀ SỰ HÌNH THÀNH, PHÁT TRIỂN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG CỦA NGƯỜI DAO Ở HUYỆN SA PA

Nội dung chính của chương 2 trình bày tổng quan về người Dao ở Sa Pa và vốn văn hóa của họ. Trong chương trình bày kỹ hơn về các giai đoạn phát triển của kinh tế hành hóa và kinh tế thị trường của người Dao ở huyện Sa Pa.

2.1. Người Dao ở huyện Sa Pa và vốn văn hóa

Người Dao ở Sa Pa với dân số 15.136 người (2019), chiếm 23,04% dân số toàn huyện, là dân tộc có dân số đứng thứ hai trong huyện (sau người Hmông). Ở Tả Phìn, người Dao có 245 hộ với 1369 nhân khẩu, là dân tộc đông thứ 2 sau người Hmông. Người Dao tập trung chủ yếu ở hai bản là Sả Xéng và Tả Chải. Người Dao ở Sa Pa có một nguồn vốn văn hóa khá đa dạng và phong phú, và đang dần trở thành một nguồn lực quan trọng để họ vận dụng vào phát triển kinh tế thị trường. Trong đó, vốn văn hóa của cộng đồng người Dao ở Tả Phìn là tiêu biểu hơn cả.

2.2. Kinh tế hàng hoá của người Dao trước 1954

Trong nhiều tài liệu đã công bố cho thấy từ trước năm 1954 người Dao ở Tây Bắc đã tham gia vào các hoạt động thương mại trong vùng cũng như với miền xuôi và bên Trung Quốc. Kết quả của các cuộc khảo sát của người Pháp cuối thế kỷ XIX và đầu thế kỷ XX đã chứng tỏ điều đó khi chỉ ra rằng cả người Dao và Hmông đều đã có buôn bán với người Hoa bên Trung Quốc và người Kinh dưới xuôi lên [Jean Michaud và Sarah Turner 2016]. Trong đó, người Dao tập trung vào thảo quả và một số sản phẩm thủ công nghiệp và nông nghiệp như thổ cẩm, vải, bông,...

Tuy nhiên, các mối quan hệ trao đổi hàng hóa của người Dao ở Sa Pa trước năm 1954 chủ yếu vẫn là mang vật ra đổi vật hoặc đổi qua một vật trung gian như đồng bạc trắng. Đó cũng là hình thức trao đổi phổ biến vùng miền núi trước đây. Ngay cả khi Pháp muốn đưa đồng bạc Đông Dương lên đây để thống nhất tiền tệ nhưng hầu như người dân vẫn ưa thích cách trao đổi truyền thống của mình hơn.

2.3. Hợp tác xã: vết cắt ngang lịch sử kinh tế hàng hoá ở người Dao

Cuối những năm 1950, tình hình miền núi dần ổn định, Đảng và Nhà nước bắt đầu thực hiện các chính sách phát triển kinh tế xã hội vùng miền núi. Ở Lào cai, cuối năm 1959 cả tỉnh có 2 hợp tác xã thì sau khoảng 10 năm đã tăng lên 452 hợp tác xã thu hút 81% số hộ nông dân tham gia.

Trong quá trình phát triển hợp tác xã, một số người dân, vì bất bình trong việc tập thể hóa ruộng, nương và trâu bò nên đã không tham gia hợp tác xã mà lựa chọn vào rừng khai thác

lâm sản để sinh sống hàng ngày. Người dân vào rừng thu lượm các lâm sản hay đi khai thác thảo quả về cất giấu trong gia đình. Khi có điều kiện thì đưa những hàng hóa này đi bán cho một số lái buôn ở thị trấn hay nơi khác một cách kín đáo. Họ thường đưa hàng đi bán và mua một số thứ họ cần theo mạng lưới thân quen giới thiệu hoặc dẫn đường. Ngay cả trong bản, người ta cũng kín đáo trao đổi với nhau những thứ họ cần thiết mà không qua hợp tác xã.

2.4. Kinh tế thị trường của người Dao từ năm 1986 đến nay

Cũng như nhiều cộng đồng tộc người khác, trong vài thập kỷ gần đây, nền kinh tế thị trường của người Dao đang phát triển ngày càng mạnh mẽ. Bằng chứng là càng ngày họ càng tham gia nhiều vào các hoạt động buôn bán, dịch vụ với nhiều nhóm đối tác khác nhau. Nguồn thu nhập từ việc buôn bán, dịch vụ ngày càng chiếm tỷ lệ cao trong cuộc sống kinh tế của họ. Từ các hoạt động như buôn bán hàng rong, buôn bán thổ cẩm, tham gia sản xuất và buôn bán thuốc tẩm, các sản phẩm từ y học cổ truyền đến tổ chức hoạt động dịch vụ du lịch tại nhà, kinh doanh nhiều mặt hàng khác nhau và tham gia vào các mạng lưới thương mại rộng lớn hơn...

2.5. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh tế thị trường của người Dao ở Sa Pa

Xu hướng vận động của nền kinh tế và quá trình đô thị hóa miền núi có tác động lớn đến sự phát triển của kinh tế hàng hóa ở các dân tộc thiểu số. Kinh tế - xã hội ở miền núi vốn phát triển chậm chạp, đô thị hóa đã kích thích sự phát triển nhanh hơn về mọi mặt. Chính sách và đường lối phát triển kinh tế - xã hội miền núi của Đảng và Nhà nước có ảnh hưởng mạnh mẽ đến sự phát triển kinh tế hàng hóa. Dưới thời bao cấp, kinh tế hàng hóa bị hạn chế, kìm kẹp, không phát triển lên được. Sau khi thực hiện đổi mới đất nước (1986), kinh tế hàng hóa được tạo điều kiện phát triển nhanh chóng. Sự hưng khởi của ngành du lịch ở Sa Pa là một nhân tố tác động trực tiếp tới sự phát triển kinh tế hàng hóa của người Dao. Du lịch đã định hình cho con đường/xu hướng phát triển mới của các cộng đồng. Các yếu tố văn hóa xã hội cũng có vai trò quan trọng trong sự phát triển kinh tế hàng hóa miền núi, là một cơ sở để phát triển của kinh tế hàng hóa. Bên cạnh đó, các yếu tố mang tính chất cá nhân của chủ thể tham gia như trình độ học vấn, giới tính, lứa tuổi trình độ giao tiếp cũng ảnh hưởng đến các hoạt động kinh tế thị trường.

Chương 3. VỐN VĂN HOÁ TRONG PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG HƯƠNG LIỆU VÀ DƯỢC LIỆU

Nội dung trọng tâm của chương 3 trình bày về các hoạt động thương mại hương liệu và dược liệu của người Dao ở Sa Pa. Trong đó đi sâu phân tích vốn văn hóa trong phát triển mạng lưới thương mại thảo quả và mạng lưới thương mại thuốc tắm, hai lĩnh vực rất quan trọng trong hoạt động kinh tế của người Dao.

3.1. Sản xuất hương liệu và dược liệu của người Dao ở Sa Pa

Tuỳ vào điều kiện tự nhiên ở địa bàn sinh sống mà người Dao tham gia vào thị trường hương liệu và dược liệu với các sản phẩm khác nhau. Ở vùng thấp hơn, khí hậu ấm hơn thì người Dao trồng cây quế, cây hồi... Ở vùng núi cao vừa phải và khí hậu không quá lạnh thì người Dao trồng sa nhân. Ở Sa Pa, do khí hậu lạnh hơn, nhiệt độ về mùa đông thấp, gần đây thường hay xuất hiện băng tuyết nên nhiều cây dược liệu phổ biến của người Dao là thảo quả, atiso, thuốc tắm và các loại dược liệu khác... Trong đó, thảo quả, thuốc tắm là những cây thuốc, bài thuốc gắn liền với văn hoá của người Dao Đỏ, còn atiso là loại cây dược liệu mới được đưa lên đây trồng nhưng diện tích ngày càng tăng lên nhanh chóng.

3.2. Vốn văn hoá trong phát triển thị trường hương liệu

3.2.1. Thị trường thảo quả thế giới

Thảo quả là một loại cây hương liệu, một loại quả gia vị quý hiếm và có giá trị cao nên được quan tâm trên thị trường ở nhiều nước, được giới ẩm thực gọi là “nữ hoàng gia vị”, là thứ không thể thiếu trong một số món ăn như phở, làm tăng vị thơm cà phê hay làm hương liệu cho vào sản xuất bánh kẹo. Thảo quả cũng là một vị thuốc quan trọng dùng để chữa nhiều bệnh liên quan đến tiêu hoá và hô hấp như chữa nôn mửa, bụng trướng, ho, sốt, tiêu chảy,...

Trên thị trường thảo quả thế giới, người Hoa giữ vai trò quan trọng. Họ là đầu mối quan trọng thu gom thảo quả cả tươi lẫn khô ở miền núi, thuộc vùng biên giới Việt Nam-Trung Quốc, Lào hay Myanmar về rồi phân phối đi nhiều nơi từ sử dụng trong chữa bệnh, chế biến để chuyển đi các thị trường tiêu thụ ở nhiều nơi khác nhau. Còn người Dao, Hmông ở Tây Bắc Việt Nam là một đầu mối sản xuất thảo quả quan trọng.

3.2.2. Cây thảo quả trong đời sống của người Dao

Đối với người Dao ở Sa Pa thì thảo quả là một loại cây tạo nguồn thu nhập quan trọng cho người dân. Người Dao ở Tả Phìn, Bản Khoang, Thanh Kim, Nậm Cang đều quan tâm đến thảo quả và xem đó như là một thứ của cải có thể tích trữ được. Ở Tả Phìn, hầu hết các gia đình người Dao đều có nương thảo quả. Diện tích nương thảo quả trong xã không ngừng tăng lên từ 251ha (2004) đến 283ha (2014) và đến 334ha (2020). Năng suất trung bình hàng năm của thảo quả đạt khoảng 80kg/ha quả tươi. Trước đây, khi thu hoạch thảo quả về người ta thường làm khô và cất đi, khi nào cần tiền để mua phân bón, giống lúa, ngô, mua thuốc thang khi ốm đau, mua các thứ khác khi lễ tết, đi chơi chợ... thì họ đem bán.

Hơn nữa, thảo quả như là một cửa cái quý mà mỗi nhà đều hiểu và tích trữ. Họ xem như là một nguồn đảm bảo sự an toàn cho mình trong cuộc sống. Lúc cần tiền thì họ đem bán mà không cần biết lúc đó giá thảo quả lên cao hay thấp.

3.2.3. Tri thức và mạng lưới sản xuất thảo quả

Người Dao là cộng đồng có nhiều kinh nghiệm trong việc trồng và thu hoạch thảo quả. Qua nhiều thế hệ họ hình thành một hệ thống tri thức dân gian về sản xuất thảo quả.

Cây thảo quả: Theo người Dao, thảo quả được trồng bằng cây con ươm từ hạt tươi hoặc trồng bằng nhánh non tách từ bụi cây già. Khi đến mùa xuân, cây đâm chồi nhiều thì họ lên nương để lựa chọn ươm cây non hoặc từ hạt. Sau đó là chăm bón các cây non cho đến khi đủ tuổi đưa đi trồng. Trước đây chủ yếu là các nương thảo quả tự nhiên, nay phần lớn là thảo quả trồng. Cây mới trồng sau khoảng 3 năm thì có quả. Năng suất đạt cao nhất là giai đoạn từ năm thứ 6 đến năm thứ 15.

Đất rừng: Người Dao am hiểu về cây thảo quả nên cũng rất giỏi trong việc lựa chọn đất rừng để trồng thảo quả. Thảo quả thường phát triển tốt ở vùng núi cao, khí hậu mát lạnh và đặc biệt nó sinh trưởng dưới tán của các rừng già, rừng rậm có tán cây cao che chở để ánh sáng mặt trời ít lọt xuống được. Đất rừng để trồng thảo quả ngày càng hạn chế. Mấy năm trở lại đây, khí hậu trở nên khắc nghiệt hơn thì nương thảo quả lại bị đe dọa nhiều hơn. Khảo sát vấn đề này với 31 hộ gia đình người Dao ở xã Tả Phìn thì có đến 9 hộ mùa thảo quả năm 2020 đã không lên nương thảo quả để thu hoạch vì họ biết là không có nhiều quả; và 4 hộ chỉ tranh thủ đi lên nương thảo quả một lần thu hoạch được một ít quả về đem bán chứ không quan tâm nhiều đến loại nương này như trước đây.

Lao động: Nguồn lao động chính hoạt động sản xuất thảo quả là lao động gia đình. Trong gia đình, phân công lao động về thảo quả như sau: Khi đi phát các cây nhỏ để trồng thảo quả thì chủ yếu là người đàn ông làm. Việc ươm cây giống nhờ từ hạt chủ yếu do phụ nữ và đàn ông cùng làm. Khi đi trồng cây giống ở nương thảo quả thì cả đàn ông và phụ nữ cùng đi làm. Hàng năm phải đi làm cỏ hai lần, chủ yếu là đi chặt các cây dại và những cây thảo quả quá già để các cây thảo quả sinh trưởng tốt hơn, đây là việc chủ yếu của người đàn ông. Việc đi kiểm tra và bảo vệ nương thảo quả cũng do người đàn ông. Đến mùa thu hoạch chủ yếu cũng do đàn ông trong gia đình thực hiện nhưng có sự tham gia của phụ nữ. Nếu gia đình ít lao động thì phụ nữ phải tham gia để cùng chồng thu hoạch thảo quả.

Hợp tác và xung đột: Trong quá trình sản xuất thảo quả của người Dao ở Sa Pa cũng luôn diễn ra những sự hợp tác cũng như xung đột. Sự hợp tác trong sản xuất thảo quả thường diễn ra mạnh mẽ trong mạng lưới nội bộ của các hộ gia đình, các nhóm, sự xung đột lại diễn ra đối với người ngoài mạng lưới xã hội của các hộ gia đình đó. Sự hợp tác thường diễn ra trong quá trình đi trồng, kiểm tra thảo quả, bảo vệ nương thảo quả, thu hoạch, sấy khô và vận chuyển. Sự xung đột, mà gay gắt nhất là giữa những chủ nương thảo quả với những người đi trộm thảo quả. Những năm thảo quả được giá thì đến mùa có nhiều người xấu đi

vào rừng và thấy nương thảo quả nào không có người canh giữ sẽ hái trộm mang đi bán để lấy tiền.

3.2.4. Mạng lưới thương mại thảo quả

Người Dao là những người cung cấp nguyên liệu đầu vào đầu tiên, họ trồng và bán thảo quả cho các thương lái, là nhóm đầu tiên của chuỗi hàng hoá thảo quả. Tiếp theo trong chuỗi hàng hoá là những thương lái làm công tác thu gom thảo quả, chủ yếu là người Kinh, người Giáy. Nhóm thứ 3 là các đại lý thu mua hàng từ các thương lái, vận chuyển thảo quả bán cho các cơ sở chế biến hay tiêu dùng lẻ. Nhóm đại lý này có nhiều cấp độ khác nhau và không nhất thiết phải luân chuyển thảo quả lần lượt qua các nhóm. Nhóm thứ 4 là các cơ sở sử dụng, chế biến thảo quả, và các điểm bán lẻ thảo quả khô, đây là những quán ăn sử dụng thảo quả làm gia vị, những cơ sở sản xuất dược liệu hay các cửa hàng thuốc Nam. Nhóm cuối cùng là người tiêu dùng. Như vậy, chuỗi hàng hoá thảo quả của người Dao ở Sa Pa cũng đi qua nhiều khâu đoạn từ những người sản xuất ở trên vùng núi cao đến người tiêu dùng ở khắp nơi trên thế giới.

3.3. Vốn văn hoá trong phát triển thị trường dược liệu

3.3.1. Tri thức dân gian về y học: nguồn lực cơ bản ban đầu để người Dao phát triển thị trường dược liệu

Người Dao ở Tả Phìn có bốn dòng sản phẩm phổ biến tham gia vào mạng lưới thương mại dược liệu thì đều xuất phát từ nguồn tri thức dân gian về y học, là sản phẩm từ các bài thuốc: thuốc tắm, thuốc ngâm chân, thuốc xoa bóp và thuốc chữa bệnh. Mỗi bài thuốc như vậy, để hiệu quả cần phối hợp hơn 10 loại dược liệu khác nhau, có bài lên đến hơn 20 loại dược liệu. Thuốc tắm là bài thuốc có tác dụng hồi phục sức khoẻ, tăng cường sức đề kháng, bảo vệ cơ thể trước các bệnh tật, loại bỏ các tạp chất độc hại ra khỏi cơ thể. Để có một nồi thuốc tắm chất lượng tốt cần phối hợp hơn 20 loại dược liệu khác nhau. Trong đó cần thiết phải có những loại cây dược liệu sau (tên theo tiếng Dao): Địa rản, tùng dè, chú tạy may, địa puông búa, địa puông nhau, puông địa diêm, puông địa zàng, địa bay, địa siêu, địa béo,...

3.3.2. Mạng lưới thương mại thuốc tắm

3.3.2.1. Thị trường thuốc tắm người Dao Đỏ

Khi mới xuất hiện, thuốc tắm người Dao chỉ được phân phối và sử dụng chủ yếu ở các khu vực người Dao làm du lịch cộng đồng và vùng lân cận. Nhưng càng ngày, thị trường thuốc tắm người Dao càng được mở rộng ra nhiều nơi trong cả nước. Riêng thuốc tắm của người Dao ở Tả Phìn đã cung cấp ra một thị trường khá lớn. Trước hết, thuốc tắm được các hộ gia đình tham gia du lịch cộng đồng phục vụ du khách khi đến tham quan làng bản, nghỉ ngơi và ăn uống tại địa phương. Thuốc của người Dao nhưng người Kinh và người Hmông cũng mua về để phục vụ du khách hoặc bán cho khách du lịch trong cửa hàng của mình. Thị trấn Sa Pa với hàng loạt các nhà hàng, khách sạn, các khu dịch vụ chăm sóc sức khoẻ, massage

xông hơi,... là thị trường quan trọng của thuốc tẩm người Dao. Ở TP Lào Cai, nhiều khách sạn cũng có phục vụ tẩm thuốc và buôn bán. Nhiều đại lý ở Sa Pa, Lào Cai kinh doanh thuốc tẩm của người Dao. Hiện nay, thị trường thuốc tẩm người Dao đã lan rộng ra nhiều nơi trong cả nước. Các tỉnh, thành phố lớn như Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh, Vinh, Huế, Đà Nẵng, Đồng Nai, Thành phố Hồ Chí Minh... đều có các cơ sở dịch vụ phục vụ tẩm thuốc và bán thuốc tẩm người Dao. Thị trường tiêu thụ thuốc càng rộng lớn cũng kéo theo sự hình thành thị trường cung cấp cây thuốc tươi làm nguyên liệu để sản xuất thuốc. Riêng thuốc tẩm, hiện nay ở Tả Phìn không còn cung cấp đủ nguyên liệu và người ta bắt đầu mở rộng thu mua cây thuốc ra nhiều vùng khác trong huyện Sa Pa, thậm chí qua bên huyện Bát Xát.

3.3.2.2. Chuỗi hàng hoá thuốc tẩm

Mạng lưới thương mại thuốc tẩm của người Dao ở Sa Pa khá phức tạp với sự tham gia của nhiều cộng đồng khác nhau mà người Dao là trung tâm trong việc sản xuất và cung cấp hàng hoá, nhưng đối tượng phân phối và tiêu dùng lại rất đa dạng, từ người Kinh, người Hmông, người Giáy, người Tày,... đến du khách nước ngoài. Trong chuỗi hàng hoá thuốc tẩm của người Dao có thể được chia thành các khâu đoạn khác nhau như cung cấp nguyên liệu, sản xuất, đại lý phân phối, cơ sở dịch vụ và cuối cùng là người tiêu dùng. Mỗi nhóm trong chuỗi hàng hóa này đều có những vai trò và lợi ích khác nhau bên cạnh những lợi ích chung mà họ hợp tác với nhau cùng phát triển.

3.3.2.3. Giá cả và sự phân phối lợi ích trong mạng lưới thương mại thuốc tẩm

Giá cả là một vấn đề quan trọng trong hoạt động của các mạng lưới thương mại. Giá cả cũng thể hiện lợi ích của những đối tượng tham gia qua sự biến đổi trong các khâu đoạn của chuỗi hàng hoá. Trong mạng lưới thương mại thuốc tẩm cũng vậy, giá cả và lợi ích của các nhóm đối tượng tham gia vào chuỗi hàng hoá có sự khác nhau do nhiều yếu tố chi phối. Giá cả và lợi nhuận của các nhóm ở các khâu khác nhau trong chuỗi hàng hóa cũng rất khác nhau tùy vào vị thế và việc đầu tư các nguồn lực của các nhóm. Nhưng cơ bản thì các nhóm tham gia đều hài lòng với giá cả và lợi nhuận đó vì họ có những lợi ích khác nhau khi tham gia vào chuỗi hàng hóa thuốc tẩm này.

3.3.3.4. Cá nhân, cộng đồng và doanh nghiệp trong thương mại thuốc tẩm

Nhìn chung, hoạt động thương mại thuốc tẩm dựa vào vốn văn hóa của người Dao, mà trước hết là vốn văn hóa cộng đồng-đó là các bài thuốc và nguồn tri thức dân gian về y học, và sau đó là vốn văn hóa cá nhân gắn với các chủ thể tham gia vào các hoạt động liên quan. Nhưng xét trên từng cấp độ, cá nhân, cộng đồng hay doanh nghiệp cũng có những động thái phát triển khác nhau. Các cá nhân hay hộ gia đình thường tập trung vào việc tìm kiếm sinh kế phù hợp với điều kiện của gia đình mình để tăng thu nhập một cách hiệu quả nhất. Trong khi đó, trên phương diện cộng đồng thì người ta lại quan tâm nhiều đến việc bảo tồn tri thức dân gian, bảo tồn văn hóa truyền thống và bảo vệ nguồn nguyên liệu tự nhiên, bảo vệ môi trường sống của họ. Với các doanh nghiệp thì mối quan tâm lại đặt vào việc mở rộng sản

xuất để đẩy mạnh tăng trưởng và mở rộng thị trường. Trong quá trình phát triển, với những mối quan tâm khác nhau đó, các cá nhân, cộng đồng hay doanh nghiệp cũng thể hiện sự hợp tác, cạnh tranh với nhau.

3.3.3. Mạng lưới thương mại các dược liệu khác

Ngoài thuốc tẩm là sản phẩm dược liệu chủ yếu mà người Dao ở Sa Pa đưa vào thị trường để phát triển kinh tế thì họ còn có nhiều sản phẩm dược liệu khác như thuốc ngâm chân, thuốc xoa bóp, nước hoa, một số thuốc chữa bệnh, một số loại tinh dầu dược liệu khác. Càng ngày các dòng sản phẩm dược liệu của người Dao ở Sa Pa càng tăng lên. Công ty SAPANAPRO chủ yếu sản xuất thuốc tẩm nhưng hiện nay đã đa dạng hoá sản phẩm để kinh doanh cùng với thuốc tẩm. Các hộ gia đình sản xuất thuốc tẩm với số lượng lớn hơn ở Tả Phìn cũng có nhiều loại sản xuất để bán cho du khách.

Chương 4. VỐN VĂN HÓA TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG VÀ THỊ TRƯỜNG THỔ CẨM

Nội dung trọng tâm của chương 4 là tập trung phân tích vai trò của vốn văn hóa và quá trình vận dụng vốn văn hóa vào phát triển du lịch cộng đồng và thương mại dược liệu của người Dao ở Sa Pa. Đây cũng là hai lĩnh vực quan trọng trong các hoạt động kinh tế thị trường của người Dao và nó thể hiện rõ vai trò của vốn văn hóa.

4.1. Vốn văn hoá trong phát triển du lịch cộng đồng

4.1.1. Du lịch cộng đồng của người Dao ở Sa Pa

Trong số 4 xã người Dao mà tác giả tiến hành khảo sát thực địa thì có 3 xã người Dao tham gia phát triển du lịch cộng đồng ở các mức độ khác nhau. Tả Phìn là địa phương có người Dao tham gia vào phát triển kinh tế du lịch mạnh mẽ bậc nhất ở Sa Pa. Hiện nay (2020), cả xã có 43 hộ gia đình tham gia vào du lịch cộng đồng, trong đó có 34 hộ người Dao, 6 hộ người Hmông và 3 hộ người Kinh. Tả Phìn cũng được tỉnh Lào Cai công nhận là 1 trong 8 điểm du lịch trọng điểm của Sa Pa, nối liền với nhiều tuyến du lịch khác nhau để phục vụ du khách. Năm 2018, Tả Phìn đón khoảng 19.000 lượt khách du lịch, trong đó có 8.000 du khách quốc tế. Doanh thu từ hoạt động du lịch cộng đồng cũng ngày càng tăng lên. Đặc biệt, sự phát triển của du lịch cộng đồng đã tác động mạnh mẽ đến nhiều ngành nghề khác như thủ công nghiệp hay các hoạt động sản xuất dược liệu.

4.1.2. Vốn văn hoá cộng đồng: tiềm năng để phát triển du lịch cộng đồng

Người Dao ở Sa Pa là cộng đồng có nguồn vốn văn hoá đa dạng và phong phú, thuận lợi cho việc phát triển du lịch cộng đồng. Trước hết là nhà cửa và cảnh quan làng bản. Nhà cửa và làng bản truyền thống của người Dao thường có sức hấp dẫn cho những du khách thích trải nghiệm, khám phá văn hoá cộng đồng cũng như ngắm cảnh. Du khách có thể đi bộ trong những con đường nhỏ men sườn núi để tham quan làng bản. Ở trong các ngôi nhà truyền thống từ lưng chừng núi cũng có thể ngắm được một khu vực rộng lớn phía trước, thường

là các thung lũng và triền núi. Thứ hai là trang phục và thủ công nghiệp. Trang phục truyền thống của phụ nữ Dao rất đẹp, màu sắc sặc sỡ, nổi trội và bắt mắt, là “tín hiệu văn hoá tộc người” quan trọng, là một nguồn tài nguyên nhân văn để phát triển du lịch. Trang phục truyền thống cũng gắn với các nghề thủ công nghiệp mà quan trọng nhất đối với người Dao là dệt may thổ cẩm và làm đồ bạc. Thứ ba là lễ hội và phong tục tập quán. Người Dao có một số lễ hội truyền thống, trong đó nổi tiếng nhất là lễ Pút Tồng. Ngoài ra còn các phong tục tập quán cổ truyền của người Dao cũng là một đặc trưng văn hoá cộng đồng có vai trò trong phát triển du lịch. Thứ tư là ẩm thực. Người Dao ở Sa Pa có nhiều món đặc sản đặc biệt và hấp dẫn du khách chính từ sự đơn giản, thô sơ và sạch sẽ. Một số món hấp dẫn du khách như thịt nướng, đậu phụ sốt, măng đắng, rau củ quả luộc hoặc xào... luôn tạo ra sức hấp dẫn riêng đối với du khách.

4.1.3. Vốn văn hoá cá nhân: cơ sở để phát triển du lịch cộng đồng

Nếu vốn văn hoá cộng đồng là điều kiện cần thì vốn văn hoá cá nhân là điều kiện đủ để phát triển du lịch cộng đồng. Các hộ gia đình đó tổ chức các hoạt động phục vụ du lịch tại nhà và trong các hộ gia đình thì vai trò của một số cá nhân giữ vai trò quyết định. Để tham gia vào mạng lưới phát triển du lịch cộng đồng, các cá nhân cần phải đảm bảo được một số yếu tố quan trọng như năng lực tiếp cận thông tin về du lịch; các kỹ năng cần thiết để tham gia du lịch cộng đồng như tổ chức tour du lịch, làm các món ăn truyền thống, kỹ năng đón và tiếp khách, trang trí nhà cửa.... cũng như kỹ năng về hoạch toán kinh tế; phải có cơ sở vật chất đủ điều kiện để đón tiếp khách từ nhà cửa, trang thiết bị và nguồn tài chính để đầu tư. Các nguồn lực con người trong gia đình để đáp ứng nhu cầu lao động phục vụ du khách, trong đó cần thiết là phải có những hiểu biết về văn hóa truyền thống để chia sẻ với du khách muốn khám phá văn hóa địa phương. Phải có năng lực xây dựng và quản trị mạng lưới xã hội vì đây là nhân tố quan trọng trong phát triển du lịch hiện nay. Mạng lưới xã hội càng rộng lớn thì giúp họ càng có lợi thế để hoạt động du lịch cộng đồng. Cuối cùng là các giá trị văn hoá gia đình, là một điều kiện không thể thiếu để các gia đình hoạt động du lịch cộng đồng. Truyền thống gia đình, quan hệ gia đình luôn là điều cần thiết để hoạt động du lịch cộng đồng được hiệu quả.

4.1.4. Mạng lưới xã hội: sự chi phối tính hiệu quả của du lịch cộng đồng

4.1.4.1. Mạng lưới xã hội trong cộng đồng người Dao: sự tương trợ và cạnh tranh trong phát triển du lịch cộng đồng

Trước hết là mạng lưới những người Dao tham gia hoạt động du lịch cộng đồng. Những gia đình người Dao tham gia hoạt động du lịch cộng đồng trong xã thường có quan hệ theo các mức độ khác nhau. Họ vừa cạnh tranh nhau trong hoạt động chuyên môn nhưng cũng vừa tương trợ, chia sẻ với nhau từ kinh nghiệm đến các nguồn lực. Mạng lưới quan hệ thứ hai là giữa các hộ gia đình người Dao làm du lịch cộng đồng và các hộ gia đình người Dao không làm du lịch cộng đồng. Họ có sự hợp tác với nhau trong một số công việc liên quan đến phát

triển du lịch cộng đồng. Nhiều gia đình không hoạt động du lịch cộng đồng nhưng thường xuyên cung cấp thực phẩm, bán thuốc tắm, cây thuốc cho các hộ gia đình làm du lịch cộng đồng.

4.1.4.2. Mạng lưới xã hội ngoài cộng đồng người Dao: sự tiếp cận thị trường du lịch

Đây là mạng lưới quan hệ giữa người Dao với các đối tác cũng như khách hàng trong lĩnh vực du lịch cộng đồng. Có thể phân chia thành các nhóm mối quan hệ xã hội sau: Người Dao với các nhóm khác cùng tham gia hoạt động du lịch cộng đồng; Người Dao với các doanh nghiệp lữ hành và các cơ quan quản lý du lịch; Người Dao với các du khách.

Sự hợp tác giữa người Dao với người Hmông và người Kinh trong hoạt động du lịch cộng đồng, dù không chặt chẽ như giữa những người Dao với nhau, nhưng cũng có sự gắn kết nhất định. Các hộ người Dao và người Hmông mua thuốc tắm của những hộ người Dao khác để phục vụ nhu cầu cho du khách. Người Dao cũng gửi một số sản phẩm hàng hoá như thổ cẩm để những hộ người Hmông, người Kinh bán cho du khách. Còn người Kinh bán cho các hộ gia đình người Dao một số nhu yếu phẩm khác từ dầu ăn, muối, một số loại khác mà họ mua từ miền xuôi lên. Người Hmông cũng bán rau cải, gà, cá cho các hộ gia đình người Dao để phục vụ du khách. Quan hệ với các công ty lữ hành là một vấn đề quan trọng trong phát triển du lịch cộng đồng. Đây là mối quan hệ ban đầu để tiếp cận du khách của các hộ gia đình. Hầu như gia đình nào tham gia vào du lịch cộng đồng cũng có những mối quan hệ nhất định với các công ty lữ hành. Cuối cùng là quan hệ giữa người Dao với du khách. Muốn phát triển du lịch cộng đồng thì đương nhiên phải có sự thân thiện. Người Dao tương đối cởi mở, thậm chí với cả những người lạ từ nơi khác đến. Mỗi lần đón tiếp khách, sau khi trò chuyện, chia sẻ với nhau, ăn uống, lưu trú lại hay tham gia các hoạt động trải nghiệm thì họ cũng lưu lại những thông tin của du khách. Từ địa chỉ email, số điện thoại và giờ là địa chỉ facebook, zalo,... Họ kết bạn rồi sẵn sàng chụp ảnh để chia sẻ với nhau.

4.1.4.3. Mạng lưới trao đổi online và sự chủ động tiếp cận thị trường du lịch

Trước đây, người Dao làm du lịch cộng đồng ở Sa Pa liên hệ với du khách chủ yếu qua công ty du lịch, bằng điện thoại hoặc email. Hiện nay, họ có thể tự liên hệ trực tiếp với du khách qua các mạng xã hội chủ yếu như facebook, zalo hay từ thông tin trên các website, các Fanpage mà họ tham gia. Người Dao ở Sa Pa chủ yếu sử dụng điện thoại thông minh hãng vivo, sam sung, oppo vì các loại điện thoại này giá khá mềm, chụp ảnh đẹp và máy to dễ sử dụng. Trên trang facebook cá nhân của người làm du lịch cộng đồng họ cũng thường xuyên chụp ảnh khi có khách đến ở hay tắm thuốc và ăn uống. Họ chụp hình cùng khách, đưa lên trang của mình. Xin cả facebook của khách để kết nối và tag cả họ vào nhằm quảng bá cho hoạt động du lịch của mình.

4.1.4.4. Mạng lưới dịch vụ tình dục: thị trường kín nhưng không đóng

Trong các địa phương đã khảo sát về du lịch cộng đồng của người Dao, những dịch vụ liên quan đến tình dục đều không được chấp nhận. Trước đây, ngay cả việc các du khách khác giới đến các hộ gia đình du lịch cộng đồng cũng không được phép ngủ chung với nhau nếu không có quan hệ vợ chồng. Nếu được chủ nhà cho phép ở chung phòng thì họ cũng không chấp nhận hành vi quan hệ tình dục trong ngôi nhà của họ. Về cơ bản, người Dao không chấp nhận các hành vi tính dục của du khách trong ngôi nhà của mình. Nhóm đối tượng dễ liên quan đến các dịch vụ tình dục nhất chính là người làm hướng dẫn viên. Bởi họ tiếp xúc nhiều với du khách nhất. Một số người đã trở thành đối tượng của các du khách có nhu cầu tình dục. Có một số phụ nữ Dao sau khi tham gia làm hướng dẫn viên sau đó trở thành mẹ đơn thân. Một số người đã rời khỏi địa phương đi chỗ khác làm việc và lấy chồng sinh sống. Họ bị một số người khác cho là có tham gia vào hoạt động dịch vụ tình dục và có khi bị kỳ thị.

4.1.5. Vốn văn hóa thể chế: động lực quan trọng để phát triển du lịch

Chính sách phát triển du lịch có vai trò quan trọng, là động lực để phát triển du lịch. Đầu những năm 1990, khi chính sách thay đổi, du lịch Sa Pa bắt đầu khôi phục thì các hoạt động kinh tế khác cũng dần tăng mạnh theo. Trong Đề án quy hoạch phát triển du lịch Lào Cai thì du lịch Sa Pa giữ một vai trò quan trọng, và là điểm nhấn then chốt, là đầu tàu để kéo sự phát triển của du lịch cả tỉnh. Vậy nên việc đầu tư cơ sở hạ tầng ở Sa Pa cũng được quan tâm hơn nhiều. Không chỉ chính sách nhà nước mà các hoạt động hỗ trợ của các tổ chức phi chính phủ cũng có vai trò quan trọng. Những dự án hỗ trợ của Quỹ SIDA (Thụy Điển) những năm 1998-1999 hay Quỹ Ford vào những năm 2000 đã tạo điều kiện để du lịch và các ngành thủ công nghiệp như sản xuất thổ cẩm phát triển nhanh hơn và tiếp cận thị trường một cách mạnh mẽ hơn. Bên cạnh các chính sách nhà nước thì các định chế văn hóa, các phong tục tập quán và các quy tắc ứng xử cộng đồng cũng là những yếu tố thuộc vốn văn hóa thể chế. Chính những điều này tạo thành những điểm hấp dẫn thu hút du khách và là nguồn lực để phát triển du lịch.

4.2. Vốn văn hoá trong phát triển thị trường thổ cẩm

4.2.1. Sản xuất thổ cẩm trong đời sống người Dao

4.2.1.1. Thủ công nghiệp của người Dao ở Sa Pa

Cũng như các cộng đồng khác, người Dao ở Sa Pa cũng có một hệ thống các ngành thủ công nghiệp nhằm đáp ứng nhu cầu cuộc sống sinh hoạt và sản xuất của mình trong quá trình phát triển. Theo Lý Hành Sơn [2019, tr.227-229] thì người Dao có nhiều nghề thủ công gia đình như rèn, dệt vải, đan lát, mộc, nấu rượu, làm giấy gió, chạm bạc, làm hương, làm ngói,.... Sự phát triển của các nghề thủ công truyền thống này tập trung vào việc đáp ứng nhu cầu cuộc sống hàng ngày trong bối cảnh kinh tế hàng hoá còn hạn chế.

4.2.1.2. Sản xuất thổ cẩm

Gần như mọi người phụ nữ Dao đều biết cách thêu may thổ cẩm. Sản xuất thổ cẩm được tiến hành thường xuyên và chủ yếu phục vụ nhu cầu trong gia đình, ở đây là nhu cầu mặc. Trước đây, người Dao phải trồng bông, đay rồi sợi, sau đó mới thêu may thành các tấm thổ cẩm và sau cùng mới ghép thành áo quần và đính các đồ trang sức vào. Ngày nay, họ chủ yếu mua sợi và vải từ nơi khác về để thêu may. Chủ yếu là sợi tơ tằm về xe lại cho phù hợp để thêu những hoa văn mà họ thích. Kỹ năng và kỹ thuật thêu may được truyền dạy trong gia đình, chủ yếu là từ người mẹ truyền dạy cho con gái. Sau đó được tập luyện dần để phát triển thành thạo hơn.

4.2.1.3. Tham gia thị trường thổ cẩm

Thổ cẩm của người Dao từng được đưa đi trao đổi từ lâu qua các mạng lưới trao đổi hàng hóa ở vùng Tây Bắc. Nhưng nó thực sự trở thành hàng hoá để buôn bán trên thị trường trong khoảng hơn hai thập kỷ gần đây, dưới tác động của du lịch cũng như sự mở rộng thị trường hàng hoá thủ công nghiệp. Các câu lạc bộ thổ cẩm được thành lập để sản xuất và buôn bán sản phẩm thổ cẩm. Các công ty du lịch cũng bắt đầu quan tâm đến loại hàng hoá này và gắn nó với sự phát triển của du lịch cộng đồng. Hàng loạt các cửa hàng bán đồ lưu niệm ở các địa phương cũng được lập nên để bán hàng hoá trong đó phần nhiều là thổ cẩm. Các khách sạn và các điểm dịch vụ du lịch ở nhiều nơi khác cũng tìm cách kết nối để mua bán các sản phẩm thổ cẩm của người Dao. Nhiều nhóm người Dao ở Sa Pa đã liên hệ với các khách sạn lớn ở Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng, TP Hồ Chí Minh,... để ký gửi bán các sản phẩm thổ cẩm hoặc liên kết thành lập các đại lý để bán hàng thổ cẩm.

4.2.2. Mạng lưới sản xuất thổ cẩm

4.2.2.1. Sản xuất từ hộ gia đình: rèn luyện kỹ năng thêu may từ các thế hệ

Sản xuất thổ cẩm của người Dao ở Sa Pa trước hết được thực hiện trong các hộ gia đình, và là công việc do người phụ nữ đảm nhiệm. Toàn bộ những kỹ năng về thêu may đều được bắt đầu hình thành và hoàn chỉnh trong gia đình, dưới sự truyền dạy của bà, của mẹ. Kỹ năng thêu may thổ cẩm là một loại vốn văn hoá được kế thừa trong gia đình qua việc truyền dạy. Cũng có những trường hợp truyền dạy ngoài gia đình nhưng điều đó khá hạn chế. Loại vốn văn hoá này thể hiện được nhiều giá trị trong cuộc sống và hiện nay là trong phát triển kinh tế. Những người thêu may giỏi thường có nhiều sản phẩm đẹp và bán được giá cao cũng như nhiều hơn nên thu nhập sẽ cao hơn.

4.2.2.2. Sản xuất tập trung theo câu lạc bộ: kinh nghiệm, thụ động và sự bấp bênh

Câu lạc bộ thổ cẩm Tả Phìn được thành lập cuối năm 1998 trên cơ sở hợp tác của Dự án phát triển vùng cao Lào Cai và Quỹ Si Đa của Thụy Điển. Khi mới thành lập, câu lạc bộ chỉ có 30 người tham gia (16 người Hmông và 15 người Dao). Một năm sau đã tăng lên 72 người, năm 2000 lên đến 120 người và đến cuối năm 2007 là 250 người, nếu tính cả những người tham gia không chuyên lên đến 300 người. Sự tổ chức của câu lạc bộ nhìn rất đơn

giản: gồm một ban quản lý chuyên lo đầu vào và đầu ra của câu lạc bộ. Các thành viên tham gia rất tự do, ai cũng có thể đăng ký tham gia, họ nhận mẫu hàng và sản xuất, đến đúng thời hạn thì nộp lại cho ban quản lý để giao hàng.

Nếu khi mới xuất hiện, được sự giúp đỡ của nhiều tổ chức nên câu lạc bộ hoạt động hiệu quả hơn thì càng về sau, hoạt động của câu lạc bộ gặp nhiều khó khăn do phải tự chủ trong các khâu từ tìm đầu vào và đầu ra của sản phẩm. Hiện nay, sự tiếp cận thị trường khó khăn khiến cho câu lạc bộ không phát triển được. Nhiều khi các thành viên quản lý câu lạc bộ phải mang hàng đi bán cho các cửa hiệu ở Sa Pa, TP Lào Cai hay Hà Nội và các thành phố khác.

4.2.3. Mạng lưới buôn bán thổ cẩm

4.2.4.1. Bán hàng rong

Bán hàng rong là hoạt động bán hàng mà người bán không có điểm cố định để bán hàng lâu dài. Người Dao ở Sa Pa tham gia bán hàng rong khá đông đúc. Trong đó, Người Dao ở Tả Phìn là tham gia nhộn nhịp nhất. Bước chân xuống Tả Phìn, khách du lịch sẽ ngỡ ngàng khi mình được rất nhiều người vây quanh chào đón nồng nhiệt. Người bán hàng rong cũng là một lực lượng truyền bá và tiếp thu các yếu tố văn hóa mới rất tích cực.

4.2.4.2. Các điểm bán lẻ tại địa phương

Với khu vực người Dao thì thổ cẩm là mặt hàng quan trọng trong các điểm bán hàng này. Ở Tả Phìn, có khoảng 50 điểm bán hàng hoá thổ cẩm trong đó người Dao là chủ yếu cùng với người Kinh và người Hmông. Gần như các hộ gia đình làm du lịch cộng đồng đều có tủ bán hàng hoá lưu niệm mà chủ yếu là thổ cẩm và thuốc tắm. Có ba loại hàng hoá thổ cẩm mà họ bán. Trước hết là thổ cẩm do các thành viên trong gia đình sản xuất và đem ra bán cho du khách. Thứ hai là thổ cẩm do các hộ gia đình khác trong vùng gửi bán, thường trích lại 20% cho người bán hàng. Thứ ba là thổ cẩm mà họ đi mua ở nơi khác về để bán. Trong đó, hàng ký gửi chiếm tỷ lệ lớn hơn vì các hộ gia đình bán hàng tốt thường tham gia nhiều hoạt động kinh tế khác nên thổ cẩm tự sản xuất ít.

4.2.4.3. Câu lạc bộ thổ cẩm

Trong quá trình thương mại sản phẩm thổ cẩm, câu lạc bộ thể hiện vai trò mắt xích của mình trên hai phương diện: Trước hết, Ban quản lý câu lạc bộ làm chủ quá trình hợp tác với các đối tác từ nhận đơn đặt hàng, phân chia sản xuất và bàn giao sản phẩm cho đối tác, nhận lại tiền và phân chia cho các thành viên. Đây là hoạt động chủ yếu của câu lạc bộ. Ngoài ra, câu lạc bộ còn tự đi tìm các đối tác để bán hàng và thu gom cũng như nhận ký gửi sản phẩm từ những người dân trong vùng đem đi bán. Một nhóm trong câu lạc bộ thường mang sản phẩm đi bán ở Hà Nội, TP Hồ Chí Minh và một vài địa phương khác. Khi bán được hàng họ sẽ trích lại một khoản thường là 20% cho chi phí của nhóm đi thực hiện giao dịch. Ngoài

ra, câu lạc bộ còn có một ngôi nhà ở trung tâm xã Tả Phìn để giới thiệu sản phẩm và bán các sản phẩm thổ cẩm của người dân địa phương.

4.2.4.4. Đại lý

Hệ thống đại lý bán thổ cẩm của người Dao không nhiều và cũng không ổn định lâu dài. Trước đây, các đại lý thường gắn với hoạt động của hợp tác xã. Hiện nay, các đại lý vẫn hoạt động nhưng theo dạng ký gửi sản phẩm là chủ yếu. Hợp tác xã thổ cẩm Tả Phìn ngoài điểm bán hàng ở trong xã thì có một đại lý bán hàng ở Trung tâm thông tin Du lịch ở thị xã Sa Pa; một đại lý bán hàng ở chợ Cốc Lếu, TP Lào Cai và đại lý quan trọng nhất là Trung tâm Thương mại Craft link, ở phường Văn Miếu, Hà Nội. Hình thức liên kết là câu lạc bộ sản xuất thổ cẩm và gửi cho các đại lý này giới thiệu và bán sản phẩm theo giá hai bên đã thoả thuận. Theo những thống kê từ Ban quản lý Câu lạc bộ Thổ cẩm thì có đến 80% doanh thu của câu lạc bộ đến từ việc gửi bán sản phẩm ở các đại lý. Trong đó, Trung tâm thương mại Craft link ở Hà Nội thường mang lại 50-70% doanh thu cho câu lạc bộ.

4.2.4.5. Bán hàng ở chợ

Trước đây, người Dao bán thổ cẩm ở Chợ Văn hoá các dân tộc ở trung tâm huyện. Đến năm 2016, trong khu chợ này có hơn 50 gian hàng thì người Dao chiếm 28 gian hàng có người trông coi thường xuyên. Họ chủ yếu là người Dao ở các xã Tả Phìn, Bản Khoang, Tả Van, Sử Phán, Trung Chải... ra đây bán hàng. Những người này thường sáng ra chợ và tối về nhà, trường hợp mưa gió thì họ ở lại trong các nhà nghỉ ít tiền hoặc ngủ lại luôn chỗ quây hàng. Chủ yếu là họ ngồi thêu may thổ cẩm, khi có khách đến thì họ mời mua hàng và trò chuyện. Hiện nay, Chợ văn hoá các dân tộc thiểu số ở Sa Pa đã giải tán, các cơ sở dịch vụ ở chợ chuyển lên Trung tâm Trưng bày và giới thiệu các sản phẩm đặc hữu Sa Pa để tiếp tục hoạt động. Trong khi đó, ở xã Tả Phìn, trong quá trình xây dựng nông thôn mới đã có quy hoạch xây dựng chợ để tập trung người dân vào đó bán hàng và hạn chế tình trạng bán hàng rong. Chợ đã được xây dựng trên một diện tích rộng lớn ở ngay trung tâm xã và đưa vào hoạt động từ năm 2015, nhưng rất ít người vào buôn bán trong chợ.

4.2.4.6. Đi bán hàng xa

Người Dao tổ chức thành nhóm nhỏ thu gom hàng hoá thổ cẩm của nhiều gia đình lại rồi mang đi bán ở Lào Cai, Hà Nội, Đà Nẵng, Hội An, Sài Gòn... Có hai hình thức tổ chức nhóm để đi bán hàng xa. Thứ nhất là đi tham gia các hội chợ, triển lãm hàng hoá thủ công nghiệp do một số tổ chức hỗ trợ. Thứ hai là họ tự tổ chức đi, tự bỏ tiền túi ra để lo chuyện tàu xe và ăn ở. Hàng hoá họ mang đi bán ngoài do chính mình sản xuất thì là thổ cẩm của các hộ gia đình khác ký gửi. Trong khoảng thời gian từ năm 2010 đến 2015, người Dao ở Tả Phìn đã tổ chức hàng chục chuyến đi bán hàng xa, trong đó có 8 chuyến đi bán hàng ở Hà Nội. Các địa điểm họ đến như Trung tâm Hội nghị Quốc gia, Trung tâm triển lãm Giảng Võ, Khách sạn Metropole (Sofitel Legend Metropole Hà Nội), Khách sạn Deawoo, Văn

Miêu-Quốc Tử Giám,... Thường họ đi 4-6 ngày, trong đó có 2-3 ngày bán hàng, còn lại là đi đường và đi tìm hiệu thị.

4.2.4.7. Giá cả thổ cẩm

Giá cả thổ cẩm của người Dao ở Sa Pa bên cạnh sự chi phối của thị trường thì còn có sự ảnh hưởng của mối quan hệ giữa người sản xuất và khách hàng. Giá bán cao nhất là bán cho du khách nước ngoài. Nhóm bán giá cao thứ hai là nhóm du khách trong nước đến địa phương để đi du lịch và muốn mua sắm một số đồ thổ cẩm để sử dụng hoặc làm quà. Nhóm mua bán với giá rẻ nhất là nhóm có quan hệ thân thiết với những người sản xuất. Đó có thể là trong nội bộ người Dao bán cho nhau hoặc họ bán lại cho những người khác có quan hệ thân thiết với họ.

4.2.5. Bản sắc và thị trường

Giữ gìn bản sắc văn hoá và phát triển kinh tế thị trường là vấn đề quan trọng, là thách thức đối với nhiều cộng đồng trong quá trình phát triển hiện nay. Với sản xuất thổ cẩm người Dao ở Sa Pa cũng vậy. Bản thân sản phẩm thổ cẩm của người Dao ở đây đã mang trên mình những đặc trưng văn hoá cộng đồng. Nhưng trong quá trình phát triển mạng lưới thương mại thổ cẩm thì những đặc trưng văn hoá truyền thống của thổ cẩm người Dao ở Sa Pa đã có những biến đổi. Trước hết là những biến đổi do người dân chủ động thay đổi trong quá trình tiếp cận thị trường. Người Dao ở Tả Phìn thường thêu hoa văn theo kiểu Dao ở Bát Xát để bán còn thêu mặc thì theo hoa văn của mình. Thay đổi thứ hai là do tham gia thực hiện các đơn hàng theo mẫu mã và yêu cầu của khách hàng. Khi thấy sản phẩm theo mẫu mã mới bán chạy thì nhiều người nhanh nhạy đã thay đổi phong cách, tự làm các sản phẩm mới để bán cho khách.

KẾT LUẬN

1. Trong bối cảnh các nguồn tài nguyên thiên nhiên ngày càng cạn kiệt nhanh chóng thì việc phát triển dựa trên các nguồn vốn văn hóa là một định hướng vô cùng quan trọng. Nếu như trước đây, người ta quan niệm văn hóa như là một lực cản đối với sự phát triển kinh tế khi phải chi phí quá nhiều để khôi phục, bảo tồn nhưng khó để vận dụng, phát huy vào phát triển, thì hiện nay, quan niệm đó đã thay đổi cơ bản. Các nguồn lực văn hóa đã và đang ngày càng tham gia vào quá trình phát triển kinh tế một cách tích cực và hiệu quả hơn. Thực tế, người dân ở nhiều địa phương đã vận dụng vốn văn hóa vào phát triển kinh tế một cách có hiệu quả với những mô hình riêng của họ. Mà người Dao ở Sa Pa là những ví dụ điển hình để xem xét vấn đề này. Vốn văn hóa vừa là mục tiêu, vừa là động lực của phát triển kinh tế. Nhìn rộng hơn, vốn văn hóa còn có tác động chi phối đến quá trình gia nhập thị trường của một cộng đồng. Nghiên cứu về vai trò của vốn văn hóa và vận dụng vốn văn hóa vào phát triển kinh tế thị trường của người Dao ở Sa Pa vì vậy mà vừa có giá trị về mặt lý thuyết, vừa có giá trị về mặt thực tiễn đối với việc nhận thức và hoạch định chính sách liên quan đến vấn đề này. Về lý thuyết, nghiên cứu giúp chúng ta nhận thức rõ hơn tầm quan trọng của

vốn văn hóa cũng như việc vận dụng vốn văn hóa vào quá trình phát triển kinh tế thị trường. Về mặt thực tiễn, nghiên cứu cho thấy nếu vận dụng một cách phù hợp thì việc phát triển kinh tế dựa vào vốn văn hóa sẽ mang lại nhiều lợi ích khác nhau không chỉ về mặt kinh tế.

2. Việc lựa chọn lý thuyết về vốn văn hoá và mở rộng khái niệm này theo cách hiểu của mình cũng như tạo ra khung phân tích với 4 yếu tố quan trọng là vốn văn hoá cộng đồng, vốn văn hoá cá nhân, vốn văn hoá thể chế và mạng lưới xã hội đã góp phần tạo ra những điểm mới cho luận án. Trong quá trình phân tích các nội dung chủ yếu của luận án, nếu như vốn văn hoá cộng đồng, vốn văn hoá cá nhân và mạng lưới xã hội được trình bày rõ ràng qua từng chương mục hơn thì vốn văn hoá thể chế lại được thể hiện một cách kín kẽ hơn. Dù ít khi được trình bày thành các mục, nhưng trong hầu hết các nội dung, kể cả việc trình bày về các yếu tố khác thì bao hàm trong đó cũng đề cập đến vốn văn hoá thể chế. Bởi xét cho cùng, các quan niệm, các quy định và các ràng buộc lẫn nhau trong các mối quan hệ cá nhân, nhóm và các mạng lưới đều là vốn thể chế. Ở đó, vốn thể chế được thể hiện rõ ràng qua các nguyên tắc, các chính sách nhưng nhiều khi cũng được thể hiện ngầm như là những quy luật bất thành văn nhưng có sức nặng và được hầu như những người liên quan thực hiện. Vậy nên, cách tiếp cận vốn văn hoá và khung phân tích vốn văn hoá được sử dụng trong luận án cũng có những giá trị nhất định và cần được tiếp tục. Đương nhiên, dù lựa chọn lý thuyết hay khung phân tích nào cũng có những điểm mạnh và điểm yếu riêng, nhưng cách lựa chọn này của tôi bắt nguồn từ thực tiễn nghiên cứu về đối tượng cũng như tích hợp các quan điểm, phương pháp nghiên cứu của các bậc tiền bối đi trước và tìm đường vận dụng vào đối tượng nghiên cứu cụ thể của mình sao cho hợp lý. Đây cũng là cơ sở nền tảng góp phần quan trọng làm cho luận án cũng những giá trị riêng và nó được thể hiện trong những kết quả nghiên cứu của luận án.

3. Trong 4 chương chính của luận án đã trình bày một cách có hệ thống về các nội dung chính của nghiên cứu này. Trong đó, chương 1 tập trung vào các vấn đề mang tính công cụ và phương pháp luận được lựa chọn và vận dụng trong cả quá trình nghiên cứu và hoàn thành luận án. Chương 2 của luận án tập trung vào một số nội dung liên quan đến lịch sử phát triển kinh tế thị trường của người Dao ở Sa Pa. Về cơ bản, kết quả nghiên cứu chính của luận án được trình bày chủ yếu trong chương 3 và chương 4 của luận án. Kết quả nghiên cứu chính của luận án được trình bày trong 4 nội dung quan trọng:

Thứ nhất là phân tích vai trò của vốn văn hoá trong phát triển thị trường thương mại thảo quả của người Dao ở Sa Pa. Trong phần này, tôi đã trình bày một cách tổng quát về các hoạt động của người Dao tham gia vào thị trường hương liệu, trong đó nhấn mạnh đến việc lựa chọn phân tích mạng lưới thương mại thảo quả như là hoạt động chính và quan trọng nhất trong lĩnh vực này của người Dao. Trong đó, tập trung vào hai phần quan trọng là mạng lưới sản xuất và mạng lưới thương mại thảo quả của người Dao. Từ đó cũng diễn giải thêm về sự thụ động, phụ thuộc vào thị trường trong sản xuất và buôn bán thảo quả của người Dao ở Sa Pa.

Thứ hai là phân tích vai trò của vốn văn hoá trong phát triển mạng lưới thương mại thuốc tẩm của người Dao ở Sa Pa. Kinh tế dược liệu là một phần quan trọng của người Dao và với các nhóm Dao ở Sa Pa thì thuốc tẩm là loại hàng hoá dược liệu quan trọng nhất. Từ các bài thuốc y học cổ truyền về thuốc tẩm, người Dao đã tạo ra một loại hàng hoá có sức lan toả rộng lớn và không ngừng mở rộng ra thị trường chăm sóc sức khoẻ trong nước. Các hoạt động liên quan đến sản xuất, kinh doanh thuốc tẩm đang ngày càng mạnh mẽ hơn, thu nhập từ thuốc tẩm ngày càng giữ vai trò quan trọng trong đời sống người dân. Bên cạnh đó còn có nhiều loại dược liệu khác. Để làm được những điều đó, người Dao đã vận dụng tốt nguồn vốn văn hoá của mình vào phát triển mạng lưới thương mại thuốc tẩm. Vấn đề sản xuất thuốc tẩm của người Dao đã được nhiều người quan tâm, nhưng có thể nói trong luận án đã trình bày một cách có hệ thống về việc người Dao vận dụng một cách có hiệu quả nguồn vốn văn hoá của mình vào phát triển thị trường thuốc tẩm.

Thứ ba là phân tích vai trò của vốn văn hoá vào phát triển du lịch cộng đồng của người Dao ở Sa Pa. Du lịch cộng đồng là hoạt động quan trọng của các cộng đồng dân tộc thiểu số ở Sa Pa. Tuy nhiên, tùy theo vị thế, điều kiện cụ thể ở mỗi địa phương mà hoạt động du lịch cộng đồng của các nhóm dân tộc thiểu số cũng khác nhau. Trường hợp người Dao cũng vậy. Ở Tả Phìn, họ là những người quan trọng nhất trong việc phát triển loại hình du lịch cộng đồng. Nhưng ở Bản Khoang, Tả Van hay Thanh Kim thì lại khác, người Dao mới chỉ đang manh nha hoặc mới bước vào làm quen với vấn đề này. Du lịch cộng đồng dựa nhiều vào nguồn vốn văn hoá, trong đó, ngoài các yếu tố văn hoá cộng đồng thì văn hoá cá nhân và mạng lưới xã hội giữ vai trò quan trọng. Người Dao đã khai thác có hiệu quả vốn văn hoá vào phát triển du lịch cộng đồng, trong đó có những nỗ lực trong việc xây dựng và khai thác mạng lưới xã hội để phát triển du lịch.

Và kết quả nghiên cứu cuối cùng là phân tích vai trò của vốn văn hoá trong phát triển mạng lưới thương mại thổ cẩm. Dù so với các lĩnh vực khác như sản xuất thảo quả, thuốc tẩm hay du lịch cộng đồng thì thương mại thổ cẩm của người Dao có phần mờ nhạt hơn về thu nhập và trải qua nhiều thăng trầm do khó tiếp cận thị trường. Tuy nhiên, đây cũng là hoạt động quan trọng, được nhiều người phụ nữ Dao tham gia và nó không chỉ mang tính chất hoạt động kinh tế mà còn gắn liền với các sinh hoạt văn hoá của người Dao. Trong luận án, mạng lưới thương mại thổ cẩm của người Dao được trình bày tương đối đầy đủ từ mạng lưới sản xuất, thương mại đến các mối quan hệ liên quan. Và qua đó, cũng thể hiện được những vấn đề khó khăn, thách thức đối với phát triển thương mại thổ cẩm của người Dao ở Sa Pa.

Xuyên suốt cả bốn nội dung chính được phân tích cũng khẳng định rõ hơn về vai trò của vốn văn hoá trong phát triển kinh tế thị trường. Dù là thị trường hương liệu, dược liệu, du lịch cộng đồng hay thương mại thổ cẩm thì vốn văn hoá cũng luôn có vai trò quan trọng. Trước hết, vốn văn hoá cộng đồng là nhân tố mang tính tiền đề cơ bản để phát triển kinh tế. Nó thể hiện qua hệ thống kinh nghiệm và kỹ năng về trồng và khai thác thảo quả, hay hệ thống tri thức dân gian về y dược học với các bài thuốc quan trọng để phát triển thương mại

hương dược liệu; là những yếu tố văn hóa như cảnh quan làng bản, trang phục, phong tục tập quán, ẩm thực,... làm tiền đề để phát triển du lịch cộng đồng; hay những kỹ năng kinh nghiệm về dệt may thổ cẩm được truyền đạt trong gia đình để phát triển thương mại thổ cẩm. Thứ hai, để khai thác một cách có hiệu quả vốn văn hóa cộng đồng thì cần phải có vốn văn hóa cá nhân một cách vững chắc. Vốn văn hóa cá nhân là năng lực, sự vận dụng linh hoạt và các giá trị mang tính cá nhân của chủ thể khi bước vào phát triển kinh tế thị trường. Vốn văn hóa cá nhân giúp cho chủ thể khai thác vốn văn hóa cộng đồng một cách phù hợp và hiệu quả hơn. Thứ ba là vai trò của vốn văn hóa thể chế trong phát triển kinh tế thị trường. Thể chế dù ở phương diện nào và cấp độ nào cũng có ảnh hưởng trực tiếp đến sự phát triển. Chính sách quản lý rừng, chính sách phát triển du lịch của Lào Cai, Sa Pa hay các chương trình hỗ trợ của các tổ chức phi chính phủ như Quỹ SIDA, Quỹ Ford đối với người Dao đều có ảnh hưởng mạnh đến sự phát triển kinh tế của họ. Quan trọng hơn, các định chế văn hóa, các phong tục tập quán của người Dao cũng có ảnh hưởng đến quá trình phát triển của họ thông qua các tác động đến mạng lưới xã hội cũng như các quan hệ xã hội giữa các cá nhân, nhóm. Và cuối cùng, đó là mạng lưới xã hội, một nhân tố rất quan trọng trong quá trình phát triển hiện nay. Người Dao đã không ngừng mở rộng và phát triển mạng lưới xã hội để nâng cao tiềm năng phát triển kinh tế của mình từ các mạng lưới xã hội truyền thống đến các mạng lưới xã hội hiện đại. Chính sự vận dụng vốn văn hóa một cách phù hợp là nhân tố giúp cho người Dao tiếp cận thị trường một cách hiệu quả hơn trong bối cảnh các nguồn lực tự nhiên của họ ngày càng thu hẹp dần.

4. Qua luận án cũng đặt ra một số vấn đề cần phải quan tâm và đưa ra một số khuyến nghị để phát huy vai trò của vốn văn hóa và phát triển kinh tế của người Dao nói riêng và người dân tộc thiểu số nói chung. Trước hết, có thể thấy có nhiều vấn đề cần phải được quan tâm trong quá trình vận dụng vốn văn hóa vào phát triển kinh tế thị trường. Đó là những vấn đề liên quan đến định hướng phát triển kinh tế thị trường sao cho hài hòa, gắn các giá trị kinh tế với giá trị văn hoá, gắn phát triển kinh tế với bảo tồn và phát huy các giá trị văn hoá cộng đồng lẫn giá trị văn hoá cá nhân. Đó là vấn đề sở hữu và kiểm soát các nguồn tài nguyên, trong đó có tài nguyên văn hoá và xem đây là cơ sở để các cá nhân khác nhau cũng như các cộng đồng làm nền tảng để hoạch định cá chiến lược phát triển kinh tế thị trường của gia đình mình, cộng đồng mình. Đó là vấn đề lợi ích và phân chia lợi ích giữa các bên liên quan trong quá trình phát triển kinh tế thị trường, phát triển các mạng lưới thương mại. Cùng với đó là những nguy cơ xung đột xã hội bắt nguồn từ những mâu thuẫn trong quá trình phát triển. Và đương nhiên còn nhiều vấn đề khác mà chúng ta khó có thể thảo luận hết. Những vấn đề này, trước hết cần tiếp tục được nghiên cứu không chỉ với cộng đồng người Dao mà còn với các nhóm khác, và sau nữa là cần nhận thức một cách khách quan để có những định hướng, chiến lược phát triển một cách phù hợp.

Qua nghiên cứu trường hợp người Dao ở Sa Pa, cũng xin đưa ra một số khuyến nghị để phát huy vai trò của vốn văn hóa vào phát triển kinh tế thị trường:

Trước hết, cần phải khẳng định phát triển kinh tế từ vốn văn hóa là định hướng cần thiết để hướng đến phát triển bền vững trong bối cảnh các nguồn lực tự nhiên ngày càng cạn kiệt và việc khai thác các nguồn lực tự nhiên gây ra nhiều tác động làm ô nhiễm môi trường. Từ sự khẳng định đó cần hoạch định chiến lược phát triển vốn văn hóa một cách phù hợp để qua đó tích lũy các nguồn lực phát triển của các cộng đồng một cách hiệu quả, gắn việc phát triển kinh tế với việc bảo tồn văn hóa truyền thống cũng như khai thác vốn văn hóa hợp lý.

Thứ hai, cần phải có những chính sách xây dựng, vận dụng các mô hình phát triển cộng đồng một cách hợp lý. Người Dao đã thành công trong việc xây dựng doanh nghiệp cộng đồng để phát triển thương mại thuốc tằm. Họ cũng tạo ra những mô hình phát triển cộng đồng từ vốn văn hóa một cách có hiệu quả để tổ chức phát triển kinh tế. Dù còn những hạn chế nhất định nhưng cũng có thể thấy được sự chủ động và tích cực trong các mô hình phát triển cộng đồng của người dân. Họ đã chủ động liên kết, hợp tác với nhau để phát triển. Nhưng để tăng thêm hiệu quả thì vẫn cần những sự hỗ trợ từ phía nhà nước và các tổ chức phi chính phủ để hoàn thiện các mô hình phát triển cộng đồng như hợp tác xã, câu lạc bộ hay doanh nghiệp cổ phần.

Thứ ba là cần có những chương trình để đào tạo, tập huấn, nâng cao trải nghiệm thị trường cho người dân. Quá trình vận dụng vốn văn hóa vào phát triển kinh tế thị trường của người Dao cũng bộc lộ những hạn chế cơ bản của người dân là thiếu sự trải nghiệm thị trường. Sự trải nghiệm thị trường giúp cho người dân tiếp cận thông tin chủ động hơn, tư duy linh hoạt hơn và tăng cường năng lực để xây dựng, quản trị mạng lưới xã hội của mình một cách tốt hơn. Những người có trải nghiệm thị trường phong phú hơn thường đạt hiệu quả cao hơn trong việc vận dụng vốn văn hóa vào phát triển kinh tế. Vì vậy, cần có chương trình để nâng cao trải nghiệm thị trường, giúp người dân chủ động hơn trong tiếp cận thị trường.

Cuối cùng là sự đầu tư phát triển hạ tầng công nghệ thông tin vùng dân tộc thiểu số để giúp người dân tiếp cận các mạng lưới xã hội hiện đại, tiếp cận thông tin thị trường một cách nhanh chóng và hiệu quả hơn. Người Dao ở Sa Pa đã tham gia vào các mạng lưới xã hội công nghệ nhưng giá thành vẫn cao và việc tiếp cận công nghệ vẫn gặp khó khăn. Nhiều vùng khác, việc tiếp cận internet và các dịch vụ công nghệ càng khó khăn hơn, là lực cản không nhỏ làm cho họ gặp khó khi tiếp cận thông tin. Vậy nên đầu tư phát triển hạ tầng công nghệ thông tin giúp cho người dân nâng cao năng lực xây dựng và quản trị mạng lưới xã hội của mình, chủ động tiếp cận thông tin qua đó nâng cao hiệu quả vận dụng vốn văn hóa và phát triển kinh tế thị trường một cách tốt hơn.