KIẾN TRÚC KÍCH HOẠT DU LỊCH PHÁT TRIỂN

THS.KTS NGUYỄN PHÚ ĐỨC

Chùa Tam Chúc - Hà Nam

Ngày 21/12/2022, Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính chủ trì Hội nghị thúc đẩy thu hút khách du lịch quốc tế vào Việt Nam, trong đó chỉ rõ trách nhiệm "phát triển du lịch là của cả hệ thống chính trị, của các cấp, các ngành và toàn xã hội" và định hướng "Linh hoạt, sáng tạo hơn nữa, thay đổi cách tư duy, tiếp cận mới, sát điều kiện Việt Nam và tình hình thế giới hiện nay. Cung cấp những dịch vụ mà khách du lịch cần chứ không chỉ cái chúng ta sẵn có".

SẢN PHẨM DU LỊCH - QUÁ KHỨ VÀ TƯƠNG LAI

Nguồn "Tài nguyên" dồi dào

Đất nước nào cũng có những đặc điểm riêng về địa hình, địa mạo, văn hóa, dân tộc… tạo nên những đặc tính khác biệt, độc đáo, thu hút và tạo tiền đề cho ngành du lịch phát triển.

Đất nước Việt Nam với bề dày lịch sử hàng ngàn năm và hình dạng trải dài từ Bắc xuống Nam nên có nguồn "tài nguyên" phong phú, đa dạng về khí hậu, văn hóa, cảnh quan từ rừng núi, đồng bằng, ven biển… Đây chính là những lợi thế, tạo tiền đề cho ngành du lịch phát triển, thu hút du khách trong và ngoài nước đến tham quan, tìm hiểu, khám phá, nhất là về cảnh quan thiên nhiên và Văn hóa truyền thống.

Về cảnh quan thiên nhiên, đa dạng, phong phú và tuyệt đẹp. Nhiều danh lam thắng cảnh, di sản của Việt Nam được Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa Liên hợp quốc (UNESCO) công nhận: vịnh Hạ Long (Quảng Ninh), vườn quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng (Quảng Bình), Cù Lao Chàm (Quảng Nam), quần thể danh thắng Tràng An (Ninh Bình), các khu dự trữ sinh quyển: rừng quốc gia Cát Bà (Hải Phòng), núi Chúa (Ninh Thuận)… và các di sản về kiến trúc như Hoàng thành Thăng Long (Hà Nội), thành nhà Hồ (Thanh Hóa), cố đô Huế, phố cổ Hội An, thánh địa Mỹ Sơn (Quảng Nam)…

Nhiều địa danh nổi tiếng như cao nguyên đá Đồng Văn (Hà Giang), các đảo Bình Ba (Khánh Hòa), Phú Quốc (Kiên Giang), vườn quốc gia Tràm Chim - Tam Nông (Đồng Tháp), các khu bảo tồn thiên nhiên Sơn Trà (Đà Nẵng), thác Bản Giốc (Cao Bằng), thung lũng Bắc Sơn (Lạng Sơn), Tam Cốc - Bái Đính - Tràng An (Ninh Bình), hang Sơn Đoòng (Quảng Bình)….

Về văn hóa truyền thống, với 54 dân tộc anh em, đa dạng về văn hóa, tập tục, nghề tuyền thống trong đó tính đến nay, Việt Nam đã có 15 di sản văn hoá phi vật thể được UNESCO công nhận, ghi danh vào danh sách di sản văn hóa phi vật thể cần bảo vệ khẩn cấp, bao gồm Nhã nhạc-Nhạc Cung đình triều Nguyễn, không gian văn hoá cồng chiêng Tây Nguyên, dân ca quan họ Bắc Ninh, hát Ca Trù, hội Gióng ở đền Phù Đổng và đền Sóc (Hà Nội), hát Xoan Phú Thọ, tín ngưỡng thờ cúng Hùng Vương (Phú Thọ), nghệ thuật đờn ca tài tử Nam Bộ, dân ca ví, dặm (Nghệ Tĩnh), nghi lễ và trò chơi kéo co, tín ngưỡng thờ Mẫu Tam Phủ của người Việt, nghệ thuật Bài Chòi ở Trung Bộ, thực hành Then của người Tày - Nùng - Thái, nghệ thuật Xoè Thái và nghệ thuật làm gốm của người Chăm (Ninh Thuận).

Các lợi thế về Di sản vật thể - Cảnh quan thiên nhiên được khai thác tối đa, triệt để nhưng Di sản phi vật thể - Văn hóa lịch sử mới được quan tâm, chú trọng hơn hoặc lồng ghép trong các chương trình du lịch

diễn ra tại các di sản vật thể qua hình thức lễ hội hay biểu diễn. Sự kết hợp này giúp du lịch đi vào chiều sâu, chất lượng và ấn tượng khó quên về văn hóa, con người Việt Nam.

Tuy nhiên, các giá trị, lợi thế trên là di sản hiện có dù đã đáp ứng cho phân khúc đối tượng khách du lịch tham quan, tìm hiểu văn hóa Việt Nam - Điều kiện CẦN để du khách đến. Nhưng để du khách ở lâu hơn, tiêu tiền nhiều hơn thì "*ngành công nghiệp du lịch*" cần cho ra đời loại hình du lịch, sản phẩm mới, đa dạng. đáp ứng nhu cầu vui chơi, giải trí, tâm linh… Đây là điều kiện ĐỦ để du lịch phát triển thích ứng với bối cảnh hội nhập, giao lưu và cạnh tranh quốc tế.

Đó cũng là tinh thần mà Thủ tướng Phạm Minh Chính chỉ đạo cho ngành du lịch Việt Nam thời gian tới "*Cung cấp những dịch vụ mà khách du lịch cần chứ không chỉ cái chúng ta sẵn có*". Đó là xu thế chung của thế giới nhằm cạnh tranh, thu hút khách.

Những sản phẩm thích ứng

Từ khi Việt Nam thực hiện chính sách "Mở cửa" 1986 đến nay, nguồn vốn đầu tư du lịch đã được KÍCH HOẠT, bao gồm cả nguồn vốn ngân sách, tư nhân kể cả của từng người dân cũng như các doanh nghiệp trong và ngoài nước…. đã tạo nên một bộ mặt mới, biến đổi nhanh chóng các địa danh du lịch đã có cũng như khai thác, khám phá các địa chỉ mới. KTS đã có nhiều cơ hội để cùng nhà đầu tư phát triển ý tưởng, tạo dựng không gian phục vụ nhu cầu ĐẸP, ĐỘC ĐÁO thu hút khách du lịch đến với cơ sở, địa danh mình đầu tư.

Các công trình từ nguồn vốn ngân sách trong việc xây dựng các cơ sở thiết chế văn hóa như bảo tàng, nhà hát…: bảo tàng Quảng Ninh, bảo tàng café Buôn Ma Thuột…; các công trình từ nguồn vốn tư nhân như Biệt thư Hằng Nga của KTS Đặng Việt Nga, Trung tâm tinh hoa làng nghề gốm Bát Tràng của doanh nhân Hà Thị Vinh… đã trở thành điểm đến trong các tour du lịch, thu hút khách đến tham quan, check-in. Các công trình do nhân dân đầu tư thì trăm hoa đua nở, lan rộng khắp các địa danh du lịch.

Nhưng thay đổi diện mạo, tăng cường chức năng đáng kể nhất là các khu du lịch của các doanh nghiệp lớn, tham gia đầu tư trong lĩnh vực du lịch. Trong bài viết này không đề cập đến các khu nghỉ mà chỉ đề cập đến các công trình dịch vụ, công cộng lớn. theo hai dạng chính:

Loại thứ nhất: Hiện đại và gắn với địa bàn

Trên thế giới cũng đã và đang xây dựng các khu vực, công trình, tạo điều kiện cho kiến trúc sư sáng tạo không giới hạn như tại Singapore.

Bản sắc và hiện đại, tiêu biểu dưới con mắt nghề của kiến trúc thế giới như toà nhà Bitexco (TPHCM) với hình tượng bông sen, cầu Rồng Đà Nẵng uốn lượn trên dòng sông Hàn phun lửa, nước, cầu Vàng với đôi bàn tay nâng trên đỉnh Bà Nà (Đà Nẵng)…

Những công trình mới, hiện đại như

Trung tâm tinh hoa Gốm Bắt Trràng

Tháp Nghinh Phong - Tuy Hòa, Phú Yên

Chùa Bái Đính - Ninh Bình

Chùa Tam Chúc - Hà Nam

Trung tâm tinh hoa gốm Bát Tràng (Hà Nội), tháp Nghinh Phong (Phú Yên)… cũng trở thành những điểm đến đẹp về kiến trúc và hấp dẫn về cảm quan thu hút khách du lịch, gắn với văn hóa, cảnh quan, câu chuyện vùng, miền. Đây là xu hướng kiến trúc đánh dấu được thời kỳ xây dựng.

Loại thứ hai: Giao thoa văn hóa và kỳ vĩ

Trên thế giới, trong chế độ quyền hành tập trung, huy động tiền của xã hội và nhân lực, đã tạo ra các công trình như Kim Tự tháp (Ai Cập), Vạn Lý Trường Thành (Trung Quốc). Ngày nay, các tiểu vương quốc Ả Rập thống nhất (UAE) với những siêu dự án Đảo cọ trên biển hay gần đây nhất là dự án thành phố mới gồm hai tòa nhà kính cao 500m và dài trên 150km.

Những công trình kỳ vĩ, không gian, quy mô lớn như các công trình vui chơi giải trí của Vingroup, Sungroup tại Phú Quốc, Sungroup tại núi Bà Nà, FLC tại Bình Định, các công trình tôn giáo tín ngưỡng của Xuân Trường tại Bái Đính, Tràng An (Ninh Bình), Tam Chúc (Hà Nam), của Sungroup trên đỉnh Fanxipang, cầu kính Sơn La… với những kỉ lục về công trình chùa lớn nhất châu Á, các tượng đồng lớn nhất thế giới, cáp treo dài, cao nhất thế giới… cũng đã trở thành các điểm du lịch mới, thu hút lượng khách lớn du lịch quanh năm, không chỉ là ngày Lễ, Tết. Đây là những công trình đáp ứng đuọc nhu cầu mới của phân khúc khách hàng với đối tượng khách thích khám phá, trải nghiệm hoặc tu tập, thực hành tôn giáo, tín ngưỡng.

MỐI TƯƠNG QUAN KIẾN TRÚC VỚI VĂN HÓA VÀ DU LỊCH

Kiến trúc là biểu hiện của Văn hóa. Văn hóa có văn hóa truyền thống, bản địa nhưng văn hóa luôn tiếp biến, không ranh giới và có sự giao thoa, hội nhập với các nền văn hóa khác. Trải qua quá trình hình thành và phát triển hàng ngàn năm, nhất là thời gian bị ngoại bang xâm chiếm, phải chịu sự lệ thuộc thì sự tác động, thậm chí là bắt buộc áp chế của văn hóa khác dẫn đến sự biến đổi văn hóa, nghệ thuật kiến trúc là điều tất yếu. Trong thời kỳ Pháp xâm chiếm (1873-1954), sự giao thoa văn hóa Tây - Đông cũng đã sản sinh ra một phong cách kiến trúc Đông Dương thích ứng với văn hóa, khí hậu, con người Việt Nam qua ứng dụng hệ thống mái chồng lớp, các hàng hiên bờ dại và áp dụng phương thức dân gian " kín chắn mưa, thưa chắn nắng" mà tạo ra cửa hai lớp kính - chớp phù hợp khí hậu nhiệt đới nóng ẩm.

Đối với Du lịch, Kiến trúc là chủ thể, là vật thể để chiêm ngưỡng, cảm nhận. Từ khi Đổi mới, thực hiện chính sách "Mở cửa" 1986, cách mạng công nghệ 4.0 với việc du học sinh ra nước ngoài ngày càng đông, thông tin điện tử công khai và rộng khắp thì sự tiếp cận văn hóa, giao lưu văn hóa, nghệ thuật kiến trúc càng diễn ra nhanh, mạnh. Điều quan trọng nếu mọi "nhà" liên quan (nhà quản lý, nhà đầu tư, nhà dân và đặc biệt là nhà thiết kế) có phông văn hóa tốt, bản lĩnh vững vàng thì việc kiểm soát, điều tiết, thiết kế đầu tư công trình kiến trúc sẽ giàu tính văn hóa, bản sắc dân tộc hơn.

Bà Nà - Đà Nẵng

Tam Đảo - Vĩnh Phúc

Tất nhiên chủ đầu tư khi đầu tư cũng nghĩ đến hiệu quả, giá trị lợi nhuận mà dự án đem lại. Nhưng chắc chắn, khi xây dựng những dự án, công trình, chủ đầu tư đều mong muốn công trình mình đẹp, độc đáo và có dấu ấn riêng theo văn hóa, lối nghĩ của mình. Trong các dự án du lịch, lĩnh vực vui chơi giải trí, có tiêu chí riêng: Sungroup " *làm đẹp những vùng đất*" áp dụng các công nghệ vươn cao hơn, xa hơn; FLC với các kiến trúc, không gian hiện đại, đồng bộ, nhanh, hiệu quả; Vingroup với kiểu dạng kiến trúc quen mắt và nhìn là nhận ra thương hiệu, kể cả đó là phong cách kiến trúc không thuần Việt.

Một trong những nhà đầu tư lớn chuyên đầu tư theo hướng dự án du lịch tâm linh, tôn giáo tín ngưỡng là Công ty Xuân Trường, đơn vị đáng trân trọng trong việc tâm phúc đầu tư cải tạo xây dựng hoàn chỉnh 09 ngôi chùa trên quần đảo Trường Sa, như biểu tượng - cột mốc chủ quyền Việt Nam.

Lãnh đạo Công ty Xuân Trường với quan điểm: Tôn trọng Mẹ Thiên nhiên, gìn giữ tối đa cảnh quan thiên nhiên; Tạo dựng quần thể lớn cả về quy mô công trình, tỷ lệ, hình ảnh kiến trúc; Tạo nên những công trình thế kỷ hôm nay - di sản trong tương lai với mục đích thế giới biết đến một Việt Nam mới kỳ vĩ như đã từng biết đến các Kim tự tháp ở Ai Cập, Vạn lý trường thành ở Trung Quốc.

Với những yêu cầu mới trong việc chùa không chỉ là nơi dành cho những người xuất gia an trú và tu tập như ban đầu, mà còn là nơi tu học, thực hành tôn giáo, tín ngưỡng; hơn nữa là nơi tổ chức các sự kiện lớn, tầm cỡ thế giới nên quy mô truyền thống quen thuộc ban đầu không còn đáp ứng đủ yêu cầu mới. Và với công nghệ hiện đại và vật liệu mới thì các ước mơ, mục tiêu này đã và đang trở thành hiện thực. Với những mục tiêu và quyết tâm lớn mà những địa danh không mấy

ai biết đến, các khu vực đầm lầy, hoang hóa đã được khai khẩn, tôn tạo khẩn trương, thậm chí nếu chậm triển khai thì cảnh quan núi đá đã bị san phẳng trong các dự án công nghiệp khai thác vật liệu xây dựng. Các quần thể dự án Tràng An, chùa Bái Đính (Ninh Bình), Tam Chúc (Hà Nam) đã được thiết kế đồng bộ từ quy hoạch tổng thể đến công trình cụ thể từng bước hoàn thiện, kết nối trong quần thể liên kết trước mắt giữa Ninh Bình - Hà Nam - chùa Hương (Hà Nội) và tương lai kết nối với các tỉnh đồng bằng sông Hồng như Hải Dương, Hưng Yên, Thái Bình, trong đó khu Tràng An đã được UNESCO công nhận là di sản thiên nhiên thế giới với những điều kiện bảo vệ khắt khe.

Ngay trong TP Ninh Bình, đô thị duy nhất có cảnh quan sông núi hữu tình ngay trong thành phố, các dự án như chùa Vàng, khu phố cổ công viên Kỳ Lân từng bước hoàn thành trong cả một tổng thể đồ án lớn đã làm sống động sinh hoạt cộng đồng ngày đêm, thu hút và níu giữ du khách ở lại - điều mà trước đó không thể có với một thành phố quá gần Hà Nội và tĩnh mịch, không có các hoạt động vui chơi, giải trí cho du khách đến tham quan, thưởng ngoạn Ninh Bình - kích hoạt cả một khu vực rộng lớn phát triển theo.

Kiến trúc truyền thống Việt với các đặc tính tôn trọng địa hình, nhấn mạnh cảnh quan, thích ứng văn hóa, khí hậu và vật liệu địa phương. Nhưng sáng tác kiến trúc là không giới hạn, tác phẩm đánh dấu về thời đại xây dựng: vật liệu, công nghệ xây dựng cũng như phong cách kiến trúc. Đây là điều mà các chuyên gia, nhà khoa học chuyên ngành cần có những nghiên cứu cụ thể để giúp cách nhà quản lý từng vùng, miền có hoạch định sớm, chuẩn chỉ và có cơ sở khoa học làm đề bài cho các nhà đầu tư, các nhà thiết kế cùng tuân thủ, thực hiện, kiểm soát thực hiện kể cả việc xây dựng công trình theo xu thế hiện đại - đột biến tương phản, hay hồi cổ mang hình ảnh kiến trúc truyền thống, tỷ xích con người với công trình, công trình với cảnh quan nhằm giảm thiểu tối đa các việc sao chép kiến trúc ngoại lai với tỷ trọng lớn hay nệ cổ, không sáng tạo,… đối với việc quản lý quy hoạch - kiến trúc các công trình xây dựng trong các khu du lịch, dự án đầu tư của Việt Nam.

Mỗi công trình là biểu hiện của văn hóa Việt: cả về văn hóa trong nghệ thuật kiến trúc, văn hóa trong trình độ văn hóa của nhà quản lý, nhà đầu tư và nhà thiết kế. Tôn trọng các giá trị cũ đồng thời làm giàu các giá trị mới là nhiệm vụ không hề dễ nhưng nếu không nghiên cứu bài bản sẽ ngày càng khó hơn trong bối cảnh giao lưu, cọ sát mạnh dễ làm hòa tan văn hóa, đứt gẫy mạch kết nối địa bản, cảnh quan xung quanh. Có như vậy, chúng ta mới có được một nền kiến trúc tiên tiến, đậm đà bản sắc và sản phẩm văn hóa mới, linh hoạt, thích ứng, phục vụ đa dạng đối tượng du khách, đúng như tinh thần "*Hướng đến nền kiến trúc hiện đại, giàu bản sắc và phát triển bền vững*" của "*Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam tầm nhìn đến năm 2030*", phát triển lĩnh vực kiến trúc trở thành ngành kinh tế dịch vụ quan trọng, đóng góp tích cực, hiệu quả vào sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Chùa Tam Chúc - Hà Nam

Toàn cảnh chùa Tam Chúc nhìn từ bến thuyền sang

ĐÔI ĐIỀU ĐỌNG LẠI

Du lịch là ngành công nghiệp không khói, nhưng nếu không định hình các sản phẩm thích ứng, cạnh tranh thì tài nguyên sẵn có cũng chỉ là cảnh quan 1 lần ngắm mà không đem lại hiệu quả đầu tư lâu dài.

Việc thời gian qua nhiều nhà đầu tư lớn quan tâm, tham gia đầu tư vào lĩnh vực du lịch, với sản phẩm đã thực hiện được, tuy còn có những mặt hạn chế về mật độ xây dựng, có nơi còn lớn, ảnh hưởng tác động trực tiếp đến cảnh quan môi trường, hình ảnh truyền thống, tỷ xích giữa công trình và thiên nhiên có nơi còn lấn át… nhưng cũng dễ dàng và công bằng nhận thấy những mặt tích cực sau:

- Huy động được nguồn lực xã hội tham gia đầu tư, bảo tồn phục dựng các di sản, đồng thời xây dựng các cơ sở, loại hình sản phẩm mới, chung tay đưa du lịch Việt Nam phát triển; cải tạo được các khu vực hoang hóa, đầu tư manh mún, không hiệu quả trở thành một khung cảnh có môi trường sạch đẹp, văn minh hơn, nhất là về hạ tầng giao thông, hạ tầng kỹ thuật khác;

- Lượng du khách biết và tiếp cận các địa danh nổi tiếng tăng gấp nhiều lần trước đó, trong đó việc sử dụng cáp treo đã giúp cho mọi đối tượng du khách không chỉ nhanh chóng, dễ dàng tiếp cận những nơi trước đó phải có sức khỏe tốt mới chinh phục được như đỉnh Fanxipang (Lào Cai) cao nhất Đông Dương, đỉnh Tây Thiên (Vĩnh Phúc), đỉnh Bà Đen (Tây Ninh) hay hòn Thơm - Phú Quốc (Kiên Giang)… mà còn được chiêm ngưỡng cảnh quan rộng lớn từ trên cao;

- Khu du lịch có được một tổng thể quy hoạch - kiến trúc hoàn chỉnh, thống nhất phong cách, giảm thiểu tình trạng băm nhỏ, phá nát cảnh quan, địa hình địa mạo như thời gian trước đã xảy ra tại Sa Pa, Tam Đảo hay Đà Lạt hiện nay;

- Lợi ích đối với cộng đồng dân cư: Chuyển đổi nghề ổn định và thu nhập cao hơn. Ví dụ tại Tràng An nay có câu "*Một vụ đò bằng ba vụ thóc*"; các dịch vụ ăn theo du lịch phát triển: nhà hàng, khách sạn, dịch vụ…; giá trị đất, sự chênh lệch địa tô của khu vực tăng lên do chức năng lõi trung tâm được thay đổi.

Như vậy, nhìn từ yếu tố phát triển, các dự án của các nhà đầu tư lớn đã trở thành các yếu tố hạt nhân, KÍCH HOẠT, kích thích, làm cho hoạt động cả khu vực phát triển, khai thông, nâng cao chất lượng và thu nhập của các đối tượng liên quan. Để giảm thiểu các hạn chế như đã nêu trên thì điều quan trọng là nâng tầm chính quyền địa phương, đơn vị chuyên ngành để không chỉ có trách nhiệm tạo điều kiện cho doanh nghiệp dễ dàng, thuận lợi trong tiếp cận đầu tư dự án mà còn kiểm soát dự án phát triển bền vững, theo đúng định hướng quy hoạch kiến trúc của địa phương mình để công trình không phá vỡ cảnh quan và phong cách kiến trúc, văn hóa, văn minh và thích ứng phát triển du lịch, kinh tế./.

ARCHITECTURE ACTIVATES TOURISM DEVELOPMENT

MASTER.ARCH **NGUYEN PHU DUC**

On December 21, 2022, Prime Minister Pham Minh Chinh chaired a conference to promote the attraction of international tourists to Vietnam, in which the responsibility for "tourism development belongs to the whole political system, of all levels, sectors and the whole society" and orientation "Be more flexible, creative, change the way of thinking, approach, close to the conditions of Vietnam and the current world situation. Provide services that tourists need, not just what we already have."

Ảnh: Tác giả