

SOME SOLUTIONS TO DEVELOPING THE CULTURAL TOURISM INDUSTRY IN VIETNAM TODAY

Nguyen Van Dung¹

Luu Hoang Thinh²

^{1, 2}Thanh Do University

Email: vand39430@gmail.com¹; lhthinh@thanhdowni.edu.vn².

Received: 18/8/2024; Reviewed: 29/8/2024; Revised: 4/9/2024; Accepted: 25/9/2024

DOI: <https://doi.org/10.58902/tcnckhpt.v3i3.167>

Abstract: *Developing cultural tourism is a significant research topic for many scholars and an area of interest for policymakers. The author's objective with this topic is to identify an appropriate development strategy and to recognize the potential of cultural tourism. Based on this, the author proposes solutions to transform cultural tourism into a major sector of the service economy. In practice, tourism is an economic sector that is closely linked to culture and social life, requiring appropriate strategies and the adoption of modern technologies, which is an inevitable trend in tourism development. In recent years, our Party and State have issued numerous guidelines and policies to promote the development of tourism in general, and cultural tourism in particular, with a focus on leveraging potential strengths and fostering comprehensive growth. This approach aims to accelerate the development of Vietnam's tourism industry, establishing it as a key economic sector for the country.*

Keywords: *Developing tourism; Developing cultural tourism; Vietnam.*

1. Đặt vấn đề

Nước ta có 54 dân tộc anh em, mỗi dân tộc có một bản sắc văn hóa riêng tạo nên nền văn hóa Việt Nam đa dạng trong sự thống nhất. Đây là nguồn lực to lớn cho phát triển du lịch văn hóa. Văn hóa là chất xúc tác và là nguồn lực to lớn cho phát triển du lịch văn hóa. Vấn đề đặt ra là cần có bước đi thích hợp, với cơ chế chính sách phù hợp, có nhiều giải pháp khả thi nhằm khai thác một cách có hiệu quả nguồn lực tiềm năng sẵn có cho phát triển kinh tế, xã hội của đất nước. Thời gian qua ngành Du lịch đã có nhiều giải pháp thúc đẩy phát triển du lịch nói chung, du lịch văn hóa nói riêng. Tuy nhiên, sự manh mún, bất cập trong quá trình triển khai dẫn đến khó hình thành một hệ sinh thái đồng bộ trong toàn ngành. Bài viết này mong muốn cung cấp một góc nhìn về phát triển du lịch nói chung, du lịch văn hóa nói riêng nhằm góp thêm tiếng nói tạo động lực để phát triển du lịch văn hóa thành ngành kinh tế quan trọng của Việt Nam, thời gian tới.

2. Tổng quan nghiên cứu

Phát triển ngành du lịch nói chung, phát triển du lịch văn hóa nói riêng được Đảng, Nhà nước quan tâm, ban hành nhiều chủ trương, chính sách. Vấn đề này cũng luôn được các nhà khoa học, các chuyên gia, các nhà quản lý quan tâm nghiên cứu

với nhiều công trình khoa học, với nhiều mức độ, cách tiếp cận khác nhau. Tiêu biểu là các công trình sau: tác giả Nguyễn Phạm Hùng (2016), với công trình “Văn hóa du lịch” đã nêu bật vai trò, tầm quan trọng của văn hóa với phát triển du lịch, mối quan hệ tác động qua lại giữa văn hóa và du lịch tạo ra tiềm năng cho phát triển du lịch; Bùi Thị Hải Yến (2017) với công trình “Tuyên điểm du lịch Việt Nam” đã nhận diện tiềm năng to lớn về điều kiện tự nhiên, văn hóa tộc người, văn hóa vùng miền của Việt Nam cho phát triển du lịch, đồng thời gợi mở về không gian phát triển du lịch với liên kết, kết nối các tuyến, điểm đến du lịch...; Vũ Văn Đông (2020) đã nêu các giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành Du lịch Việt Nam trong bối cảnh hội nhập và toàn cầu hóa; Nguyễn Văn Lư (2018) nêu bật mối quan hệ văn hóa với du lịch, văn hóa là nguồn lực quan trọng chủ yếu để phát triển du lịch bền vững; Trần Quốc Toàn (2018) đã nêu rõ vai trò của văn hóa trong đổi mới sáng tạo, đồng thời văn hóa vừa là mục tiêu, vừa là động lực cho phát triển. Phạm Thị Thùy Linh (2020) nêu bật vai trò của du lịch thông minh. Hoàng Lâm (2020), nhấn mạnh trong bối cảnh hội nhập, toàn cầu hóa của nền kinh tế số, xã hội số, để du lịch phát triển toàn diện, bền vững tất yếu ngành du lịch phải thực hiện chuyển đổi số.

KINH TẾ VÀ XÃ HỘI

Trang Anh (2023) chỉ ra mối quan hệ giữa công nghiệp văn hóa với phát triển du lịch, trong đó văn hóa là hạt nhân, với bản sắc độc đáo, sắc màu đa dạng, phong phú...

Các bài viết, các công trình nêu trên đã góp phần làm sáng tỏ vai trò của văn hóa trong phát triển du lịch; mối quan hệ giữa văn hóa và kinh tế; vai trò, sự đóng góp của kinh tế du lịch đối với nền kinh tế Việt Nam; mối quan hệ hữu cơ giữa văn hóa và du lịch; chiến lược phát triển ngành công nghiệp văn hóa trong chiến lược phát triển du lịch; khai thác giá trị văn hóa tạo thêm sung lực cho phát triển kinh tế du lịch; chuyển đổi số để phát triển du lịch; đồng thời các bài viết cũng cho thấy những bất cập, hạn chế và nhận diện về tiềm năng, dư địa phát triển du lịch văn hóa... Đây sẽ là gợi mở quan trọng để tác giả tham khảo, kế thừa trong nghiên cứu này.

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng các phương pháp phân tích dữ liệu, phương pháp tổng hợp tài liệu, phương pháp quan sát. Các số liệu, tư liệu được hệ thống hóa, phân tích nhằm đánh giá thực trạng phát triển du lịch văn hóa, nhận diện những tiềm năng chưa được khai thác, đưa ra các giải pháp phát triển du lịch văn hóa trở thành ngành kinh tế quan trọng của nền kinh tế Việt Nam.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Một số khái niệm

Văn hóa: Đến nay, có rất nhiều khái niệm khác nhau về văn hóa. Chủ tịch Hồ Chí Minh đã có khái niệm về văn hóa như sau: Vì lẽ sinh tồn cũng như mục đích cuộc sống, loài người mới sáng tạo và phát minh ra ngôn ngữ, chữ viết, đạo đức, pháp luật, khoa học, tôn giáo, nghệ thuật, những công cụ cho sinh hoạt hàng ngày về ăn, mặc, ở và các phương thức sử dụng. Toàn bộ những sáng tạo và phát minh đó tức là văn hóa. Văn hóa là sự tổng hợp của mọi phương thức sinh hoạt cùng với biểu hiện của nó mà loài người đã sản sinh ra nhằm thích ứng những nhu cầu của đời sống và đòi hỏi của sự sinh tồn.

Du lịch: Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (United Nations World Tourism Organization - UNWTO), du lịch bao gồm tất cả các hoạt động của cá nhân đi, đến và lưu lại ngoài vị trí nơi ở thường xuyên trong thời gian không dài (hơn 1 năm) với những mục đích khác nhau, ngoại trừ mục đích kiếm tiền hàng ngày (UNWTO, 2021). Tại Điểm 1, Điều 3, Luật Du lịch có ghi “Du lịch

là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên trong thời gian không quá 01 năm liên tục nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí, tìm hiểu, khám phá tài nguyên du lịch hoặc kết hợp với mục đích hợp pháp khác”.

Du lịch văn hóa: Tại Điểm 17, Điều 3, Luật Du lịch, đề cập về du lịch văn hóa: “Là loại hình du lịch được phát triển trên cơ sở khai thác giá trị văn hóa, góp phần bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống, tôn vinh giá trị văn hóa mới của nhân loại” (Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, 2017)

4.2. Quan điểm của Đảng, chính sách của Nhà nước về phát triển du lịch, du lịch văn hóa

Bàn về mối quan hệ giữa kinh tế và văn hoá, Đảng ta khẳng định: “Văn hoá là nền tảng tinh thần của xã hội, vừa là mục tiêu vừa là động lực thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội” (Đảng Cộng sản Việt Nam, 1998). Văn hóa hướng đích tới giá trị nhân văn, vì hạnh phúc và ấm no của con người và sự thịnh vượng, văn minh của quốc gia, đây cũng chính là mục tiêu của phát triển đất nước nói chung và phát triển kinh tế - xã hội nói riêng. Thực tiễn đã cho thấy sự hiện diện của văn hóa trong lĩnh vực kinh tế ngày càng sâu rộng, với vai trò là nguồn lực tiềm năng rất lớn cho sự phát triển kinh tế, văn hóa đã, đang tham gia điều tiết, thúc đẩy phát triển kinh tế ở rất nhiều phương diện. Để văn hóa trở thành “động lực đột phá” cho sự phát triển kinh tế, cần thể chế hóa quan điểm, đường lối của Đảng, chính sách của Nhà nước về vai trò, tầm quan trọng của văn hóa trong phát triển đất nước nói chung, phát triển kinh tế, phát triển du lịch văn hóa nói riêng.

Ngày 16 tháng 01 năm 2017, Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết số 08/NQ-TW đã xác định mục tiêu: “Phấn đấu đến năm 2030, du lịch thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn, thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển của các ngành, lĩnh vực khác”. Theo đó nhiệm vụ thời gian tới “Phát huy giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể tham gia vào phát triển du lịch mang đậm bản sắc văn hóa Việt Nam, đa sắc màu văn hóa địa phương, vùng miền; đầu tư phát triển công nghiệp văn hóa trong đó coi trọng du lịch văn hóa” (Chính phủ, 2023). Thể chế hóa quan điểm chủ trương của Đảng, Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 với các chỉ tiêu cụ thể: “Du lịch thực

sự là ngành kinh tế mũi nhọn và phát triển bền vững. Việt Nam trở thành điểm đến đặc biệt hấp dẫn, thuộc nhóm 30 quốc gia có năng lực cạnh tranh du lịch hàng đầu thế giới, đáp ứng đầy đủ yêu cầu và mục tiêu phát triển bền vững; với mục tiêu, nhiệm vụ: Tổng thu từ khách du lịch: Đạt 3.100-3.200 nghìn tỷ đồng (tương đương 130-135 tỷ USD), tăng trưởng bình quân 11-12%/năm; đóng góp trực tiếp vào GDP đạt 15-17%; tạo ra khoảng 8,5 triệu việc làm, trong đó có khoảng 3 triệu việc làm trực tiếp, tăng trưởng bình quân 8-9%/năm; về khách du lịch: Phấn đấu đón được ít nhất 50 triệu lượt khách quốc tế và 160 triệu lượt khách nội địa; duy trì tốc độ tăng trưởng bình quân về khách quốc tế từ 8-10%/năm và khách nội địa từ 5-6%/năm” (Thủ tướng Chính phủ, 2020).

Năm 2025 và những năm tiếp theo, nước ta tập trung triển khai quyết liệt thực hiện “Quy hoạch hệ thống du lịch Việt Nam giai đoạn từ năm 2021 đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045”, Đề án “Chiến lược marketing du lịch Việt Nam”, Đề án “Ứng dụng công nghệ 4.0 để phát triển du lịch thông minh”, Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn từ năm 2021 đến năm 2030. Trước mắt tập trung thực hiện các đề án phát triển du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, du lịch văn hóa vùng dân tộc thiểu số.

4.3. Mối quan hệ giữa phát triển văn hóa với phát triển du lịch

Hiện nay, có nhiều công trình nghiên cứu về mối quan hệ hữu cơ giữa văn hóa và du lịch. Các nghiên cứu đã chỉ ra: Văn hóa tạo ra sức hấp dẫn mạnh mẽ cho du lịch; văn hóa vật thể, phi vật thể là tài nguyên, tài sản, nguồn lực, là tiềm năng để phát triển du lịch. Văn hóa kết hợp với du lịch sẽ tạo ra lợi thế cạnh tranh so sánh đặc biệt cho cả hai, “văn hóa và du lịch có mối quan hệ cộng sinh cùng phát triển”. Thực hiện đồng bộ cho phát triển bền vững du lịch, cần quan tâm bảo tồn bản sắc văn hóa dân tộc, bảo vệ môi trường sinh thái, giải quyết toàn diện những vấn đề xã hội “Phát triển du lịch bền vững; bảo tồn và phát huy các di sản văn hóa và các giá trị truyền thống tốt đẹp của dân tộc; bảo vệ môi trường và thiên nhiên; giải quyết tốt vấn đề lao động, việc làm và an sinh xã hội” (Bộ Chính trị, 2017). Không vì mục tiêu phát triển kinh tế mà coi nhẹ việc đầu tư cho phát triển văn hóa xã hội. Văn hóa là nguồn lực phát triển, là sức

mạnh mẽ của dân tộc, đất nước phải giàu lên từ văn hóa, mạnh lên từ văn hóa và được nhân lên khi thực hiện đi cùng với hoạt động du lịch. Đây là phương thức, là động lực, là con đường rất nhiều quốc gia trên thế giới đang hướng đến đầu tư và phát triển. Chiến lược phát triển du lịch cũng đã nêu rõ “Chú trọng phát triển sản phẩm du lịch văn hóa, gắn với bảo tồn và phát huy giá trị các di sản văn hóa, lịch sử, truyền thống của dân tộc; tập trung khai thác thế mạnh ẩm thực đa dạng, đặc sắc của các vùng, miền để hình thành sản phẩm du lịch độc đáo, khác biệt, có lợi thế cạnh tranh, góp phần tạo dựng thương hiệu nổi bật của du lịch Việt Nam” (Thủ tướng Chính phủ, 2020).

Văn hóa vừa là mục tiêu, vừa là động lực cho sự phát triển kinh tế - xã hội, bởi nó tạo ra yếu tố nội sinh đặc biệt, tác động rất lớn đến năng lực phát triển của quốc gia. Đối với du lịch, văn hóa tạo nội lực mạnh mẽ cho phát triển. Văn hóa và du lịch có mối quan hệ khăng khít, tác động tương hỗ tạo nên sức mạnh cạnh tranh, tính hấp dẫn và sự phát triển bền vững của du lịch. Văn hóa ngày càng khẳng định vai trò quan trọng của sản phẩm du lịch, vì nó thể hiện rõ sự độc đáo riêng với yếu tố văn hóa tộc người, yếu tố văn hóa vùng miền. Đây là nét tươi mới của thị trường du lịch toàn cầu hiện nay. Du lịch là một phương thức tối ưu, hiệu quả để nâng cao giá trị văn hóa và mang lại nguồn lợi kinh tế góp phần bảo tồn, duy trì, phát triển các di sản văn hóa, kiến tạo cho các sản phẩm văn hóa, thúc đẩy sự đổi mới sáng tạo. Do vậy rất cần “Phát triển, làm mới loại hình, dịch vụ du lịch đa dạng, độc đáo trên cơ sở tiềm năng, lợi thế cạnh tranh, gắn với phát huy giá trị di sản và bản sắc văn hóa dân tộc như du lịch nghỉ dưỡng biển, đảo, du lịch văn hóa lịch sử, du lịch sinh thái, du lịch nông nghiệp, nông thôn, du lịch MICE, du lịch golf, du lịch chữa bệnh, du lịch ẩm thực...” (Chính phủ, 2023). Đồng thời, đặc biệt coi trọng “Gắn phát triển du lịch văn hóa với trải nghiệm đời sống cộng đồng để nâng cao đời sống kinh tế, văn hóa, góp phần xóa đói giảm nghèo cho người dân, đặc biệt là ở vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo” (Thủ tướng Chính phủ, 2020).

So với nhiều quốc gia trên thế giới, công nghiệp văn hóa của Việt Nam còn khá mới mẻ, đang hình thành và từng bước phát triển. Trong những năm gần đây, sản phẩm từ ngành công nghiệp văn hóa đã tạo nên hiệu ứng tích cực cho

ngành du lịch, là đòn bẩy hiệu quả để thúc đẩy du lịch phát triển. Việt Nam cần học hỏi kinh nghiệm phát triển công nghiệp văn hóa của các nước trên thế giới. Thực tế đã chứng minh, du lịch văn hóa là bộ phận cấu thành các ngành công nghiệp văn hóa, mặt khác còn là cơ sở là tiền đề tạo ra nguồn lực quan trọng giúp bảo tồn, duy trì, phát huy giá trị văn hóa một cách sâu rộng bền vững, khẳng định vai trò, vị thế của ngành công nghiệp văn hóa trong mối liên kết chặt chẽ với du lịch. Do vậy, cần có nhiều cơ chế chính sách phù hợp khơi thông năng lực đổi mới sáng tạo của các tổ chức, cá nhân. Để du lịch văn hóa trở thành bộ phận không thể tách rời công nghiệp văn hóa, yếu tố tiên quyết là phải có những sản phẩm du lịch sáng tạo mang đến trải nghiệm đặc sắc, độc đáo khác biệt cho đối tượng du khách. Nhân tố để tạo ra khác biệt này chính là khai thác những yếu tố văn hóa mang tính bản sắc, đặc trưng của vùng miền, địa phương, điểm đến. Tiềm năng du lịch văn hóa của Việt Nam là rất lớn, sẵn sàng đáp ứng nhu cầu du lịch văn hóa của du khách đang có xu hướng ngày càng tăng. Bài toán đặt ra là phải đa dạng sản phẩm theo từng nhóm đối tượng: nhóm du khách trẻ, du khách trung tuổi, nhóm du khách cao tuổi. Một số quốc gia già hóa dân số như Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản đang hướng đến “Phát triển du lịch tóc bạc”, đây sẽ là kinh nghiệm cho Việt Nam học tập, đồng thời cũng là cơ hội cho chúng ta đón bắt cơ hội phát triển du lịch văn hóa của nước ta.

Trong những năm gần đây, du lịch văn hóa không ngừng phát triển, làm thay đổi căn bản ngành du lịch, theo hướng nâng cao năng lực cạnh tranh, khẳng định vị thế du lịch Việt Nam trên trường quốc tế, từng bước nâng cao tỷ trọng kinh tế du lịch trong cơ cấu nền kinh tế quốc dân, khẳng định vai trò quan trọng thúc đẩy kinh tế đất nước phát triển. Do vậy, việc phát triển kinh tế du lịch sẽ góp phần tạo thêm sung lực mới, là điểm tăng trưởng mới và là nhân tố phát triển mới của nền kinh tế Việt Nam. Văn hóa và du lịch có mối liên hệ chặt chẽ mang tính cộng sinh hỗ trợ cho nhau trong quá trình phát triển. Du lịch phải dựa vào văn hóa để hình thành và phát triển những sản phẩm độc đáo, tạo sự hấp dẫn, thu hút cho du khách. Cùng với đó, văn hóa được quảng bá rộng rãi, bảo tồn, duy trì phát triển ngày càng tốt hơn, thông qua các hoạt động du lịch.

4.4. Giải pháp phát triển du lịch văn hóa trở

thành ngành kinh tế quan trọng của nền kinh tế Việt Nam

4.4.1. Đổi mới cơ chế chính sách phát triển du lịch văn hóa

Trong thời gian tới cần thực hiện tốt nhiệm vụ: “Tiếp tục hoàn thiện hệ thống luật pháp; có cơ chế, chính sách phù hợp và đột phá để phát triển du lịch thành kinh tế mũi nhọn... Ban hành cơ chế, chính sách huy động tối đa nguồn lực xã hội để đầu tư phát triển du lịch theo định hướng cơ cấu lại ngành Du lịch” (Bộ Chính trị, 2017). Đây mạnh đổi mới cơ chế chính sách phát triển văn hóa, phát triển du lịch văn hóa, chuyển đổi số trong ngành du lịch. Có cơ chế chính sách huy động mọi nguồn lực (ngân sách Nhà nước, nước ngoài, tư nhân...) cho đầu tư phát triển du lịch văn hóa, đầu tư hạ tầng phục vụ cho chuyển đổi số du lịch văn hóa. Từng bước phát triển công nghiệp văn hóa, góp phần phát triển du lịch văn hóa.

Ngành Du lịch cần thường xuyên mở các lớp tập huấn cho đội ngũ cán bộ quản lý du lịch ở các địa phương và các doanh nghiệp du lịch nhằm nâng cao năng lực tiếp cận và khai thác ứng dụng công nghệ thông tin phục vụ phát triển du lịch. Mặt khác, cần có chính sách đào tạo phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao nhằm thích ứng tốt với xu hướng toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế quốc tế đang diễn ra rất mạnh mẽ hiện nay. Trên thực tế chúng ta đang thiếu nguồn nhân lực có chất lượng trong quản lý, điều hành, vận hành hoạt động ngành du lịch, nhất là nhân lực sử dụng thành thạo công nghệ, nhân lực ứng dụng khoa học và công nghệ, chuyển đổi số.

4.4.2. Xây dựng, nhân rộng mô hình du lịch thông minh, du lịch trách nhiệm

Ngày nay, các nước trên thế giới đang bước vào cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 với nền tảng chủ yếu là công nghệ số, phát triển mạng Internet kết nối vạn vật được ứng dụng vào mọi đời sống xã hội, trong đó có ngành du lịch và từ đó xuất hiện khái niệm “du lịch thông minh”. Phát triển du lịch thông minh (Smart tourism) được xây dựng dựa trên nền tảng công nghệ số hóa, hệ thống công nghệ thông tin đường truyền Internet. Khi có một lượng dữ liệu lớn về thông tin các điểm đến du lịch, khách hàng có thể dễ dàng lựa chọn cách thức du lịch phù hợp với mình và trải nghiệm với những hình thức du lịch thú vị, nâng cao chất lượng sản phẩm của ngành Du lịch. Du lịch thông minh sẽ

tăng sức hấp dẫn cho các sản phẩm du lịch, nâng cao hiệu quả trong việc quảng bá tiếp thị sản phẩm của du lịch nói chung, du lịch văn hóa nói riêng, góp phần thay đổi cách tiếp cận và sự cảm nhận của du khách.

Xây dựng bộ tiêu chí du lịch trách nhiệm. Liên kết, kết nối và xây dựng chuỗi sản phẩm du lịch văn hóa thân thiện với môi trường, theo hướng kinh tế xanh, kinh tế chia sẻ, kinh tế tuần hoàn: Di chuyên, vận chuyên khách du lịch bằng phương tiện ô tô, tàu thuyền... thân thiện, gắn với bảo vệ môi trường; sử dụng bát đĩa, muối, thìa, đũa, ghế ngồi... phục vụ du khách du lịch làm bằng tre, gỗ, giấy, vật liệu thân thiện với môi trường; nói không với đồ dùng bằng nhựa, túi li lông...

Tuyên truyền sâu rộng cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch nhằm nâng cao kiến thức về phát triển du lịch bền vững, hướng đến mục tiêu: tăng cường hiệu quả kinh tế - xã hội; góp phần bảo tồn, duy trì, phát triển các giá trị văn hóa; bảo vệ môi trường tự nhiên; sử dụng hiệu quả các nguồn lực xã hội.

4.4.3. Xúc tiến quảng bá phát triển du lịch văn hóa gắn với chuyển đổi số

“Khuyến khích phát triển các loại hình du lịch văn hóa, đặc biệt là du lịch di sản, du lịch tâm linh. Liên kết xây dựng sản phẩm du lịch văn hóa với các nước ASEAN, đẩy mạnh liên kết vùng, địa phương; Chú trọng phối hợp liên ngành trong việc quản lý, khai thác và phát huy một cách phù hợp các giá trị văn hóa trong quá trình phát triển sản phẩm du lịch văn hóa, đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững; Xúc tiến, quảng bá rộng rãi sản phẩm du lịch văn hóa trong và ngoài nước; Tập trung thu hút khách du lịch văn hóa có khả năng chi trả cao và lưu trú dài ngày; Đẩy mạnh sản xuất các sản phẩm văn hóa đáp ứng nhu cầu mua sắm của khách du lịch” (Thủ tướng Chính phủ, 2016). Đồng thời cấu trúc lại ngành du lịch ở tất cả các khâu, bắt đầu từ khâu xúc tiến quảng bá, nâng cao nhận thức về “lối sống xanh”, bảo vệ môi trường sống, môi trường tự nhiên, xây dựng hệ sinh thái cộng đồng phát triển du lịch bền vững. “Nhà nước cần xây dựng và ban hành “Bộ tiêu chí du lịch xanh”, trên cơ sở đó, các cơ quan quản lý, doanh nghiệp du lịch vận dụng trong quá trình đầu tư, quy hoạch và kinh doanh. Đồng thời, đây cũng là căn cứ để công nhận sản phẩm du lịch xanh như “tour xanh”, “khách sạn xanh”, “nhà hàng xanh”, “khu nghỉ

dưỡng xanh”...” (Đính, 2021).

Công việc số hóa được xem là nhiệm vụ trọng tâm rất cấp thiết của lưu trữ, lưu truyền di sản văn hóa, di tích lịch sử. Đó là việc chuyển đổi thông tin từ các tư liệu, dữ liệu, hình ảnh truyền thống sang phương thức lưu trữ bằng thiết bị hiện đại: cơ sở dữ liệu số, sản phẩm 3D, bảo vật 3D, website, email, ảnh kỹ thuật số, phim, DVD, MP3, ứng dụng công nghệ thực tế ảo (VR), giúp công tác quản lý, bảo quản được tốt hơn trước mối đe dọa xuống cấp của các di tích lịch sử, văn hóa. Tăng cường khả năng truy cập, sử dụng thông tin về di sản từ xa, tạo điều kiện thuận lợi cho việc tìm hiểu nghiên cứu, học tập và du lịch; giúp cho việc tìm hiểu di tích, di sản một cách linh hoạt, nhanh chóng, hiệu quả. Thống kê của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, cả nước hiện nay có 188 Bảo tàng, bao gồm 128 Bảo tàng công lập và 60 Bảo tàng ngoài công lập. Các Bảo tàng đang lưu giữ trên 4 triệu hiện vật, trong đó có nhiều hiện vật quý giá về lịch sử, văn hóa, dân tộc học, mỹ thuật... Nhiều hiện vật quý, độc nhất vô nhị, mang giá trị lịch sử to lớn đã được và đang được số hóa toàn bộ.

Việc ứng dụng công nghệ số giúp nhiều Bảo tàng thay đổi diện mạo cũng như cách tiếp cận công chúng, nhất là cho hoạt động du lịch: Bảo tàng Mỹ thuật Việt Nam ứng dụng công nghệ tương tác sử dụng trong trưng bày và thuyết minh tham quan, hoạt động giáo dục trải nghiệm tại Bảo tàng. Bảo tàng Quảng Ninh đã sử dụng công nghệ quét Laser 3D, quét mã QR hiện vật và trưng bày, triển lãm online, thuyết minh tự động bằng nhiều thứ tiếng nước ngoài phục vụ khách tham quan, trải nghiệm. Bảo tàng Chủ tịch Hồ Chí Minh, Bảo tàng Lịch sử Quốc gia ứng dụng công nghệ số cho trưng bày “Di sản văn hóa Phật giáo Việt Nam”. Bảo tàng Lịch sử quân sự Việt Nam triển khai tour 3D “Chiến thắng Hà Nội 12 ngày đêm”...

5. Bàn luận

Văn hóa có vai trò quan trọng trong phát triển du lịch; mối quan hệ giữa văn hóa và du lịch là mối quan hệ biện chứng tác động qua lại với nhau; du lịch văn hóa có tầm quan trọng trong quá trình phát triển của ngành du lịch. Qua tìm hiểu nghiên cứu, tác giả nhận thấy về cơ chế chính sách cho phát triển công nghiệp văn hóa và mối liên kết giữa phát triển công nghiệp văn hóa với phát triển du lịch văn hóa trong bối cảnh kinh tế Việt Nam đang chuyển sang nền kinh tế số, hiện nay đang gặp khó

KINH TẾ VÀ XÃ HỘI

khẩn nhất định, nhất là các chính sách thuộc hành lang pháp lý phát triển.

So với nhiều quốc gia khác trên thế giới phát triển công nghiệp văn hóa của nước ta đang được hình thành và từng bước phát triển. Ngày 29 tháng 8 năm 2024 Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Chỉ thị số 30/CT-TTg về phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam. Chỉ thị có nêu “Trong giai đoạn mới, để công nghiệp văn hóa Việt Nam phát nhanh, bền vững, tương xứng với tiềm năng, lợi thế và mang lại giá trị gia tăng kinh tế lớn, góp phần quan trọng phát huy và quảng bá các giá trị tốt đẹp, bản sắc văn hóa, truyền thống dân tộc”, Thủ tướng Chính phủ yêu cầu “Chủ động rà soát tham mưu trình cấp có thẩm quyền sửa đổi, ban hành hoặc ban hành theo thẩm quyền các văn bản pháp luật, cơ chế, chính sách cần thiết để hỗ trợ, khuyến khích và thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam trong giai đoạn

tới”. Vấn đề đặt ra hiện nay là cần có chính sách đủ mạnh để phát triển du lịch văn hóa, hình thành chuỗi giá trị, gắn kết trong bảo tồn, duy trì, phát triển văn hóa. Đây cũng là cơ sở tiền đề cho phát triển du lịch, trở thành mắt xích chủ yếu, từng bước đưa ngành kinh tế du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng của đất nước.

6. Kết luận

Trên cơ sở quan điểm của Đảng, chính sách của Nhà nước về phát triển du lịch văn hóa, bài viết đã đánh giá thực trạng tình hình du lịch nói chung, du lịch văn hóa nói riêng, phân tích mối quan hệ giữa du lịch văn hóa với phát triển kinh tế, đồng thời đưa ra các giải pháp cho phát triển du lịch và du lịch văn hóa, nhằm tạo sự đột phá trong phát triển du lịch, du lịch văn hóa, đưa du lịch văn hóa trở thành ngành kinh tế quan trọng của kinh tế Việt Nam.

Tài liệu tham khảo

- Anh, T. (2023). *Thúc đẩy du lịch trong mối liên kết công nghiệp văn hóa*. Truy cập ngày 8 tháng 7 năm 2024 từ <https://nhandan.vn/thuc-day-du-lich-trong-moi-lien-ket-cong-nghiep-van-hoa-post733656.html>.
- Bo Chính trị. (2017). Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16 tháng 01 năm 2017 về *phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*.
- Chính phủ. (2023). Nghị quyết số 82/NQ-CP ngày 18 tháng 5 năm 2023 của Chính phủ về *niệm vụ, giải pháp chủ yếu đẩy nhanh phục hồi, tăng tốc phát triển du lịch hiệu quả, bền vững*.
- Dang Công sản Việt Nam. (1998). *Văn kiện Hội nghị lần thứ tám BCHTW khóa VIII*. Hà Nội: Nxb Chính trị Quốc Gia.
- Dinh, N. V. (2021). *Bao tồn và phát triển du lịch xanh Việt Nam*. Truy cập ngày 6 tháng 7 năm 2024 từ <https://tapchimoitruong.vn/dien-dan--trao-doi-21/phat-trien-du-lich-xanh-viet-nam-22974>.
- Dong, V. V. (2020). *Nghiên cứu nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành Du lịch trong hội nhập kinh tế quốc tế*. Truy cập ngày 6 tháng 7 năm 2024 từ <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/nghien-cuu-nang-cao-nang-luc-can-h-tranh-cua-nganh-du-lich-trong-hoi-nhap-kinh-te-quoc-te-77358.htm>.
- Hung, N. P. (2016). *Văn hóa du lịch*. Hà Nội: Nxb Đại học Quốc gia.
- Lan, H. (2020). *Chuyên đề số về phát triển du lịch: Xu hướng tất yếu*. Truy cập ngày 8 tháng 7 năm 2024 từ: <https://hanoimoi.com.vn/tin-tuc/Du-lich/981177/chuyen-doi-so-de-phat-trien-du-lich-xu-huong-tat-yeu>.
- Linh, P. T. T. (2020). *Du lịch thông minh - Xu hướng phát triển tất yếu của ngành Du lịch Việt Nam*. Truy cập ngày 8 tháng 7 năm 2024 từ <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/du-lich-thong-minh-xu-huong-phat-trien-tat-yeu-cua-nganh-du-lich-viet-nam-71954.htm>.
- Luu, N. V. (2018). *Văn hóa du lịch - Nguồn lực cốt lõi để phát triển du lịch bền vững*. Truy cập ngày 16 tháng 7 năm 2024 từ <http://vtr.org.vn/van-hoa-du-lich-nguon-luc-cot-loi-de-phat-trien-du-lich-ben-vung.html>.
- Minh, H. C. (2000). *Tap 3. Hồ Chí Minh toàn tập* (431). Hà Nội: Nxb Chính trị Quốc gia Sự thật.
- Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam. (2017). Luật số 09/2017/QH14 ngày 19 tháng 6 năm 2017 Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam *ban hành Luật du lịch*
- Toan, T. Q. (2018). *Vi trí và vai trò của văn hóa trong đời sống - phát triển: Thực tiễn và những vấn đề đặt ra*. Truy cập ngày 15 tháng 7 năm 2024 từ <http://hdll.vn/vi-nghien-cuu---trao-doi/vi-tri-va-vai-tro-cua-van-hoa-trong-doi->

- moi-phat-trien-thuc-tien-va-nhung-van-de-dat-ra.html.
- Thu tuong Chinh phu. (2016). Quyết định số 1755/QĐ- TTg ngày 8 tháng 9 năm 2016 *phê duyệt chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa VN đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030*.
- Thu tuong Chinh phu. (2020). Quyết định số 147/QĐ- TTg ngày 22 tháng 01 năm 2020 *phê duyệt chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030*.
- UNWTO. (2021). *Tourism and Culture Synergies*. Truy cập 26 tháng 7 năm 2024 từ: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418978>.
- Yen, B. T. H. (2017). *Tuyen diem du lich Viet Nam*. Ha Noi: Nxb Giao duc Viet Nam.

MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH VĂN HÓA TRỞ THÀNH NGÀNH KINH TẾ QUAN TRỌNG CỦA KINH TẾ VIỆT NAM

Nguyễn Văn Dũng¹

Lưu Hoàng Thịnh²

^{1,2}Trường Đại học Thành Đô

Email: vand39430@gmail.com¹; lhthinh@thanhdowni.edu.vn².

Ngày nhận bài: 18/8/2024; Ngày phản biện: 29/8/2024; Ngày tác giả sửa: 4/9/2024;

Ngày duyệt đăng: 25/9/2024

DOI: <https://doi.org/10.58902/tcnckhpt.v3i3.167>

Tóm tắt: Phát triển du lịch văn hóa là chủ đề nghiên cứu của nhiều nhà khoa học và sự quan tâm của các nhà quản lý. Với chủ đề này, tác giả mong muốn tìm ra lộ trình phát triển phù hợp và nhận diện những tiềm năng của du lịch văn hóa từ đó đề xuất giải pháp phát triển du lịch văn hóa trở thành ngành kinh tế dịch vụ quan trọng. Thực tiễn cho thấy du lịch là ngành kinh tế gắn liền với văn hóa và đời sống xã hội, do vậy cần thiết phải có bước đi thích hợp, việc ứng dụng công nghệ hiện đại trong hoạt động phát triển du lịch đang là xu hướng tất yếu. Trong những năm gần đây Đảng, Nhà nước ta đã ban hành nhiều chủ trương, chính sách phát triển du lịch nói chung, du lịch văn hóa nói riêng, theo hướng khai thác tiềm năng thế mạnh và phát triển toàn diện, góp phần đưa du lịch Việt Nam phát triển nhanh hơn, mạnh hơn, trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước.

Từ khóa: Phát triển du lịch; Phát triển du lịch văn hóa; Việt Nam.