



## Phát triển du lịch văn hóa trong hệ sinh thái công nghiệp văn hóa Việt Nam

ThS. Nguyễn Thị Thu Trang<sup>1</sup>

TS. Lê Mạnh Hùng<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Viện Văn hóa, Nghệ thuật, Thể thao và Du lịch Việt Nam, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

<sup>2</sup> Khoa Kinh tế, Đại học Thủy lợi.  
Email: trangvicas79@gmail.com

### Tóm tắt

*Bài viết phân tích phát triển du lịch văn hóa Việt Nam dưới góc nhìn hệ sinh thái công nghiệp văn hóa, kết hợp khung lý thuyết chuỗi giá trị và tiếp cận hệ sinh thái để nhận diện các hạn chế trong liên kết ngành, năng lực sáng tạo, hạ tầng số và quản trị di sản. Chuyển đổi số được đánh giá vừa là cơ hội nâng cao trải nghiệm và giá trị diễn giải văn hóa, vừa đặt ra thách thức về bản quyền, tiêu chuẩn dữ liệu và chất lượng nhân lực. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất nhóm giải pháp theo mô hình “kiềng ba chân”: hoàn thiện thể chế theo hướng kiến tạo, ứng dụng công nghệ trong kể chuyện di sản và phát triển nguồn nhân lực liên ngành. Những gợi mở này nhằm góp phần thúc đẩy du lịch văn hóa trở thành cấu phần quan trọng trong hệ sinh thái công nghiệp văn hóa Việt Nam.*

**Từ khóa:** Chuyển đổi số; Chuỗi giá trị; Du lịch văn hóa; Hệ sinh thái công nghiệp văn hóa.

### Summary

*This article examines the development of cultural tourism in Vietnam through the lens of the cultural industries ecosystem. By integrating the theoretical frameworks of the value chain and the ecosystem approach, the study identifies key constraints related to cross-sectoral linkages, creative capacity, digital infrastructure, and heritage management. Digital transformation is assessed as both an opportunity to enhance cultural experiences and a tool for enriching heritage interpretation, while also posing challenges concerning copyright, data standards, and workforce readiness. Based on these insights, the article proposes a set of solutions aligned with the “three-legged stool” model, emphasizing institutional reform toward an enabling state, the application of digital storytelling technologies, and the development of interdisciplinary human resources. These recommendations aim to position cultural tourism as a dynamic and integral component of Vietnam’s cultural industries ecosystem.*

**Keywords:** Cultural tourism; Cultural industries ecosystem; Digital transformation; Value chain.

---

<sup>1</sup> Viện Văn hóa, Nghệ thuật, Thể thao và Du lịch Việt Nam, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

<sup>2</sup> Khoa Kinh tế, Đại học Thủy lợi.



## 1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu đang chuyển dịch mạnh mẽ sang mô hình kinh tế tri thức và sáng tạo, công nghiệp văn hóa (Cultural Industries) đã được UNESCO và nhiều quốc gia xác định là động lực tăng trưởng bền vững mới. Theo Báo cáo Kinh tế Sáng tạo của UNESCO (2013)<sup>3</sup> và UNCTAD (2022)<sup>4</sup>, sự giao thoa giữa văn hóa, thương mại và công nghệ không chỉ tạo ra giá trị kinh tế trực tiếp mà còn gia tăng sức mạnh mềm quốc gia. Trong hệ sinh thái đa dạng đó, du lịch văn hóa (Cultural tourism) đóng vai trò là "kênh phân phối" và "không gian tiêu dùng" quan trọng bậc nhất, nơi các sản phẩm của công nghiệp sáng tạo (như di sản, nghệ thuật biểu diễn, thủ công mỹ nghệ, thiết kế) được thương mại hóa và gia tăng giá trị thông qua trải nghiệm của du khách.

Đối với Việt Nam, sự chuyển dịch nhận thức về vai trò của văn hóa trong phát triển đã được thể chế hóa rõ ràng trong các văn bản chiến lược của Nhà nước. Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 (Quyết định số 2486/QĐ-TTg ngày 14/11/2025) đặt mục tiêu các ngành công nghiệp văn hóa đạt tốc độ tăng trưởng bình quân khoảng 10%/năm và đóng góp 7% GDP của đất nước. Lực lượng lao động trong các ngành công nghiệp văn hóa bình quân tăng 10%/năm, chiếm tỷ trọng 6% trong tổng lực lượng lao động của nền kinh tế. Trong đó, ngành du lịch văn hóa được xác định là một trong 6 lĩnh vực trọng điểm<sup>5</sup>. Song song với đó là *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030* (Quyết định số 147/QĐ-TTg, 2020) định hướng phát triển du lịch theo hướng bền vững, chuyên nghiệp, hiện đại và mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc. Sự tương thích về tầm nhìn giữa hai chiến lược này tạo ra nền tảng quan trọng để hình thành hệ sinh thái công nghiệp văn hóa – du lịch, nơi các ngành sáng tạo cùng vận hành và hỗ trợ cho nhau.

Việt Nam có lợi thế nổi trội về tài nguyên văn hóa sở hữu kho tàng 9 di sản thế giới<sup>6</sup>, hàng nghìn lễ hội truyền thống, ẩm thực đa dạng vùng miền, hàng nghìn làng nghề thủ công,

---

<sup>3</sup> UNESCO. (2013). *Creative Economy Report 2013 Special Edition: Widening Local Development Pathways*. Paris: UNESCO/UNDP.

<sup>4</sup> UNCTAD. (2022). *Creative Economy Outlook 2022*. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development.

<sup>5</sup> <https://vanban.chinhphu.vn/?pageid=27160&docid=215888>

<sup>6</sup> Theo Cục Di sản Văn hoá, tính đến tháng 7/2025, Việt Nam đã sở hữu: 6 di sản văn hoá thế giới (Quần thể di tích Cố đô Huế, Khu di tích Chăm – Mỹ Sơn, Đô thị cổ Hội An, Hoàng thành Thăng Long, Thành nhà Hồ, Quần thể di tích và danh thắng Yên Tử – Vĩnh Nghiêm – Côn Sơn, Kiếp Bạc), 2 di sản thiên nhiên thế giới (Vịnh Hạ Long – Quần đảo Cát Bà và Phong Nha – Kẻ Bàng) và 1 di sản



cùng hệ thống nghệ thuật dân gian phong phú... Ngoài ra, Việt Nam có tới 16 di sản văn hoá phi vật thể được UNESCO ghi danh là di sản đại diện của nhân loại. Những “nguồn nguyên liệu văn hóa” này là cơ sở để phát triển chuỗi giá trị du lịch văn hóa – sáng tạo: từ bảo tồn di sản, sáng tạo sản phẩm, thiết kế trải nghiệm, đến quảng bá và thương mại hóa. Bên cạnh đó, tiến trình chuyển đổi số và hội nhập toàn cầu đang mở ra cơ hội chưa từng có để số hóa di sản, ứng dụng công nghệ thực tế ảo, trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn... nhằm tạo ra những trải nghiệm du lịch cá nhân hóa, thông minh và hấp dẫn hơn.

Tuy nhiên, quá trình phát triển du lịch văn hóa ở Việt Nam vẫn đang đối diện nhiều thách thức: liên kết ngành chưa chặt chẽ; năng lực sáng tạo và nhân lực quản trị còn hạn chế; sự thương mại hóa thiếu kiểm soát ở một số điểm đến làm suy giảm giá trị nguyên bản của di sản; trong khi công nghệ và chính sách bản quyền chưa đáp ứng yêu cầu của thời đại số. Những vấn đề này đặt ra yêu cầu cấp thiết phải tiếp cận, phát triển du lịch văn hóa trong khuôn khổ hệ sinh thái công nghiệp văn hóa, thay vì chỉ xem đây là một hoạt động dịch vụ đơn lẻ.

Từ góc nhìn đó, bài viết sẽ tập trung phân tích về: (1) thực trạng vận hành chuỗi giá trị du lịch văn hóa ở Việt Nam; (2) Đánh giá tác động của chuyển đổi số đối với việc gia tăng trải nghiệm văn hóa; (3) Đề xuất các giải pháp nhằm thúc đẩy sự phát triển du lịch văn hóa trong hệ sinh thái công nghiệp văn hóa, hướng tới mục tiêu phát triển bền vững.

## **2. Phương pháp nghiên cứu**

Phương pháp nghiên cứu của bài viết dựa trên cách tiếp cận liên ngành, kết hợp phân tích lý thuyết và tổng hợp dữ liệu thứ cấp nhằm làm rõ mối quan hệ giữa du lịch văn hóa và hệ sinh thái công nghiệp văn hóa Việt Nam. Bài viết xây dựng khung phân tích dựa trên hai nền tảng lý thuyết: chuỗi giá trị (Value chain)<sup>7</sup> và tiếp cận hệ sinh thái (Ecosystem approach)<sup>8</sup>. Khung chuỗi giá trị được sử dụng để phân tích cấu trúc hoạt động của du lịch văn hóa qua các khâu sáng tạo, sản xuất, phân phối, truyền thông, trải nghiệm và tái đầu tư giá trị; qua đó nhận diện những điểm nghẽn trong liên kết ngành và mức độ tạo giá trị gia tăng. Đồng thời, tiếp cận hệ sinh thái cho phép xem du lịch văn hóa như một thành tố trong mạng lưới các tác nhân (gồm:

---

hỗn hợp là Quần thể danh thắng Tràng An. [<https://nhandan.vn/infographic-9-di-san-the-gioi-o-viet-nam-duoc-unesco-vinh-danh-post893439.html>].

<sup>7</sup> Porter, Michael E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.

<sup>8</sup> Moore, James F. (1996). *The Death of Competition: Leadership and Strategy in the Age of Business Ecosystems*. New York: HarperBusiness.



cơ quan quản lý, cộng đồng di sản, doanh nghiệp du lịch, doanh nghiệp sáng tạo, nền tảng số và du khách...) với các tương tác phụ thuộc lẫn nhau được chi phối bởi điều kiện công nghệ, thiết chế văn hóa và chính sách. Việc kết hợp hai khung lý thuyết giúp bài viết đánh giá đồng thời cả logic vận hành nội tại của chuỗi giá trị và động lực cộng hưởng của toàn hệ sinh thái, từ đó phân tích tác động của chuyển đổi số và đề xuất giải pháp chính sách hướng tới phát triển bền vững du lịch văn hóa trong bối cảnh công nghiệp văn hóa đang mở rộng tại Việt Nam.

### **3. Thực trạng vận hành chuỗi giá trị du lịch văn hóa ở Việt Nam**

Trong những năm gần đây, du lịch văn hóa ở Việt Nam ngày càng được nhìn nhận không chỉ như một hoạt động dịch vụ du lịch đơn thuần mà còn như một cấu phần quan trọng của hệ sinh thái công nghiệp văn hóa. Đặc biệt trong tinh thần của Nghị quyết 80 của Bộ Chính trị, các ngành công nghiệp văn hóa được xác định là một trong những trụ cột quan trọng của chiến lược phát triển văn hóa. Nghị quyết nhấn mạnh yêu cầu “thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, thị trường văn hóa, định vị sản phẩm văn hoá thương hiệu quốc gia gắn với phát triển du lịch văn hóa”<sup>9</sup>. Trong bối cảnh đó, du lịch văn hóa ngày càng được xem là một kênh quan trọng nhằm chuyển hóa các giá trị văn hóa thành nguồn lực kinh tế và giá trị xã hội.

Trên thực tế, quá trình phát triển du lịch văn hóa ở Việt Nam vẫn đang trong giai đoạn chuyển đổi từ mô hình khai thác tài nguyên sang mô hình phát triển theo logic chuỗi giá trị và hệ sinh thái sáng tạo. Điều này thể hiện ở nhiều khía cạnh của hệ sinh thái công nghiệp văn hóa.

Trước hết, ở khâu sáng tạo và phát triển nội dung văn hóa, nguồn tài nguyên văn hóa của Việt Nam rất phong phú, bao gồm hệ thống di sản vật thể, phi vật thể, lễ hội truyền thống, nghệ thuật biểu diễn, làng nghề và tri thức bản địa. Tuy nhiên, việc chuyển hóa những chất liệu văn hóa này thành các sản phẩm trải nghiệm mang tính sáng tạo cao vẫn còn hạn chế. Trong nhiều trường hợp, sản phẩm du lịch văn hóa vẫn chủ yếu dựa vào mô hình tham quan – thuyết minh truyền thống, chưa hình thành được các format trải nghiệm mới tích hợp nghệ thuật, thiết kế sáng tạo, công nghệ và kể chuyện văn hóa (cultural storytelling). Điều này cho thấy mối liên kết giữa du lịch văn hóa với các ngành công nghiệp sáng tạo khác như thiết kế, nghệ thuật biểu diễn, điện ảnh, truyền thông số... trong hệ sinh thái CNVH vẫn chưa thực sự chặt chẽ.

---

<sup>9</sup> Báo điện tử Chính phủ (2026); *Toàn văn Nghị quyết số 80-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển văn hóa Việt Nam*; <https://xaydungchinh sach.chinhphu.vn/nghi-quyet-so-80-nq-tw-ve-phat-trien-van-hoa-viet-nam-119260113133313565.htm>; cập nhật ngày 13/03/2026.



Ở khâu sản xuất và tổ chức trải nghiệm, năng lực vận hành chuỗi giá trị du lịch văn hóa vẫn còn phân tán. Nhiều điểm đến thiếu cơ chế phối hợp hiệu quả giữa các chủ thể như cơ quan quản lý di sản, doanh nghiệp du lịch, nghệ nhân, cộng đồng địa phương và các tổ chức sáng tạo. Điều này khiến cho trải nghiệm của du khách chưa đạt tới mức độ đồng bộ và liên tục trong toàn bộ hành trình trải nghiệm văn hóa. Ngoài ra, năng lực quản trị điểm đến, chất lượng nguồn nhân lực hướng dẫn và khả năng kết nối giữa các dịch vụ hỗ trợ—từ lưu trú, vận chuyển đến dịch vụ trải nghiệm văn hóa—vẫn còn chênh lệch giữa các địa phương.

Ở khâu phân phối và thị trường, du lịch văn hóa Việt Nam vẫn phụ thuộc khá lớn vào các nền tảng trung gian quốc tế và các kênh phân phối truyền thống của ngành du lịch. Việc xây dựng thương hiệu văn hóa của điểm đến còn rời rạc, thiếu chiến lược dài hạn và chưa gắn kết chặt chẽ với hệ sinh thái sáng tạo của CNVH. Do đó, giá trị kinh tế thu được từ du lịch văn hóa chưa phản ánh đầy đủ giá trị biểu tượng và giá trị sáng tạo của các sản phẩm văn hóa.

Ở khâu tiêu dùng văn hóa, trải nghiệm của du khách tại nhiều điểm đến vẫn chủ yếu dừng ở mức quan sát và thưởng thức thụ động, trong khi xu hướng của thị trường du lịch hiện nay ngày càng hướng tới các hình thức trải nghiệm mang tính tương tác, tham gia và đồng sáng tạo. Khoảng cách này cho thấy hệ sinh thái du lịch văn hóa ở Việt Nam vẫn chưa tận dụng hết tiềm năng của các nguồn lực sáng tạo trong cộng đồng, đặc biệt là nghệ nhân, nhà thiết kế, nghệ sĩ và các doanh nghiệp sáng tạo.

Bên cạnh đó, các rào cản thể chế và hạ tầng cũng ảnh hưởng đáng kể đến sự vận hành của hệ sinh thái. Chính sách quản lý văn hóa, du lịch và công nghiệp sáng tạo hiện vẫn còn phân tán theo ngành; cơ chế bảo hộ bản quyền đối với các sản phẩm văn hóa số và sản phẩm sáng tạo còn chưa hoàn thiện; trong khi hạ tầng công nghệ thông tin và nền tảng dữ liệu văn hóa chưa đồng đều giữa các địa phương.

Trong hơn một thập niên qua, Việt Nam cũng đã chứng kiến nhiều thử nghiệm tích cực trong việc kết nối du lịch văn hóa với các ngành công nghiệp sáng tạo. Một số trung tâm văn hóa – du lịch như Hà Nội, Huế, Hội An, Ninh Bình, Đà Nẵng và TP. Hồ Chí Minh đã bước đầu hình thành các mô hình kết hợp giữa văn hóa, sáng tạo và công nghệ thông qua các sự kiện văn hóa lớn, các chương trình biểu diễn nghệ thuật quy mô và các sản phẩm trải nghiệm di sản như: Festival Huế, Ký ức Hội An, Tinh hoa Bắc Bộ hay các tour trải nghiệm làng nghề. Những mô hình này cho thấy tiềm năng của du lịch văn hóa khi được đặt trong một hệ sinh thái công



nghiệp văn hóa rộng hơn, nơi giá trị văn hóa có thể được tái tạo và lan tỏa thông qua các hình thức sáng tạo đa dạng. Nhưng so với tiềm năng của nguồn tài nguyên văn hóa cũng như bối cảnh phát triển mạnh mẽ của công nghiệp văn hóa trong khu vực, đóng góp của du lịch văn hóa Việt Nam trong hệ sinh thái CNVH vẫn còn khiêm tốn, cả về giá trị kinh tế lẫn mức độ lan tỏa sáng tạo.

#### **4. Tác động của chuyển đổi số đối với việc gia tăng trải nghiệm văn hóa**

Tác động của chuyển đổi số đối với việc gia tăng trải nghiệm văn hóa trong du lịch văn hóa Việt Nam ngày càng thể hiện rõ nét, song mang tính hai mặt tùy thuộc vào mức độ sẵn sàng của hệ thống và năng lực triển khai ở từng địa phương. Về phương diện tích cực, chuyển đổi số mở ra khả năng mở rộng không gian trải nghiệm thông qua các công nghệ như số hóa di sản, thực tế ảo (VR), thực tế tăng cường (AR), bản đồ tương tác hay không gian triển lãm trực tuyến, cho phép du khách tiếp cận các giá trị văn hóa một cách sinh động, trực quan và vượt qua giới hạn địa lý – thời gian. Công nghệ số cũng góp phần tăng chiều sâu trải nghiệm bằng việc cung cấp thông tin đa phương tiện, cá nhân hóa nội dung theo thị hiếu du khách, đồng thời kết nối trải nghiệm tại chỗ với trải nghiệm trực tuyến trước và sau chuyến đi. Việc ứng dụng phân tích dữ liệu lớn (big data) và AI giúp điểu chỉnh hiệu quả hành vi, nhu cầu của du khách, từ đó thiết kế sản phẩm văn hóa phù hợp hơn, nâng cao mức độ hài lòng và gắn kết cảm xúc.

Tuy nhiên, chuyển đổi số cũng đặt ra những thách thức đáng kể. Sự thiếu đồng bộ về hạ tầng công nghệ và mức độ sẵn sàng chuyển đổi số giữa các địa phương khiến trải nghiệm số không nhất quán, thậm chí gây đứt gãy trong hành trình trải nghiệm. Việc số hóa mà không có chiến lược kiểm định chất lượng và khung bản quyền rõ ràng dễ dẫn tới tình trạng “kỹ thuật hóa” di sản theo hướng trình diễn hóa, làm giảm tính nguyên bản và chiều sâu văn hóa. Một số sản phẩm ứng dụng công nghệ cao còn mang tính phô diễn kỹ thuật hơn là phục vụ mục tiêu trải nghiệm, không tạo được giá trị cảm xúc hoặc ý nghĩa văn hóa cho du khách. Ngoài ra, năng lực số của cộng đồng sở hữu di sản và các chủ thể sáng tạo còn hạn chế khiến họ khó tham gia bình đẳng vào chuỗi cung ứng sản phẩm số, dẫn tới nguy cơ gia tăng chênh lệch giữa các khu vực và nhóm tác nhân.

Nhìn chung, chuyển đổi số có tiềm năng mạnh mẽ trong việc nâng cao chất lượng và tính hấp dẫn của trải nghiệm văn hóa, nhưng hiệu quả của nó phụ thuộc lớn vào các điều kiện nền tảng: khung pháp lý về bản quyền và dữ liệu; năng lực số của các tác nhân; tính liên thông của



hạ tầng; và khả năng tích hợp công nghệ vào chiến lược phát triển sản phẩm du lịch văn hóa. Chỉ khi những điều kiện này được đảm bảo, chuyển đổi số mới thực sự trở thành công cụ gia tăng giá trị trải nghiệm và củng cố sự bền vững của du lịch văn hóa trong hệ sinh thái công nghiệp văn hóa.

## **5. Nhóm giải pháp thúc đẩy phát triển du lịch văn hóa trong hệ sinh thái công nghiệp văn hóa**

### **5.1. Hoàn thiện thể chế và cơ chế điều phối hệ sinh thái**

Một trong những điều kiện tiên quyết để tái cấu trúc du lịch văn hóa theo hướng bền vững là chuyển đổi tư duy quản lý từ “kiểm soát” sang “kiến tạo”. Điều này đòi hỏi Nhà nước không chỉ đóng vai trò ban hành quy định mà còn trở thành tác nhân điều phối, hỗ trợ và kích hoạt các tương tác trong hệ sinh thái. Trước hết, cần xây dựng cơ chế hợp tác công – tư (PPP) chuyên biệt dành cho các dự án hạ tầng văn hóa sáng tạo, bao gồm trung tâm sáng tạo, không gian nghệ thuật hoặc khu trưng bày công nghệ trong môi trường di sản. Bên cạnh đó, việc hoàn thiện khung pháp lý về bản quyền số đối với các sản phẩm phái sinh từ di sản là yêu cầu cấp bách nhằm tạo hành lang pháp lý minh bạch cho doanh nghiệp sáng tạo và công nghệ, đồng thời khuyến khích tái đầu tư giá trị vào hoạt động bảo tồn. Sự thay đổi này giúp gia tăng liên kết giữa các tác nhân và khắc phục tình trạng vận hành rời rạc vốn tồn tại trong chuỗi giá trị du lịch văn hóa.

### **5.2. Đổi mới phương thức kể chuyện di sản thông qua công nghệ**

Ứng dụng công nghệ số vào khai thác di sản không nên chỉ dừng lại ở mức tái hiện thông tin mà cần hướng đến tạo lập trải nghiệm tương tác, giúp du khách tham gia sâu hơn vào câu chuyện văn hóa. Vì vậy, cần hình thành cơ chế hợp tác giữa các nhà sử học, chuyên gia văn hóa, nhà thiết kế trải nghiệm và doanh nghiệp công nghệ để phát triển các mô hình “kể chuyện di sản” (digital storytelling) mang tính sáng tạo. Công nghệ thực tế tăng cường (AR), thực tế ảo (VR), mô phỏng 3D hay bảo tàng số không chỉ hỗ trợ tái hiện không gian lịch sử mà còn có thể mở ra các lớp thông tin mới, giúp “kích hoạt” di sản trong mắt du khách. Một ví dụ điển hình là việc triển khai ứng dụng AR tại Hoàng thành Thăng Long, cho phép du khách tương tác với bối cảnh và nghi lễ cung đình ngay trên nền di tích khảo cổ. Những đổi mới này góp phần khắc phục hạn chế về tính tĩnh của sản phẩm du lịch văn hóa truyền thống và gia tăng giá trị trải nghiệm trong kỷ nguyên số.



### 5.3. Phát triển nguồn nhân lực liên ngành cho du lịch văn hóa

Nguồn nhân lực chất lượng cao là “trụ cột thứ ba” bảo đảm sự vận hành hữu hiệu của hệ sinh thái du lịch văn hóa. Trong bối cảnh du lịch gần ngày càng chặt chẽ với công nghệ và công nghiệp sáng tạo, nhu cầu về lực lượng lao động “lai” (hybrid workforce) trở nên đặc biệt cấp thiết. Mặc dù số lượng lao động du lịch gia tăng, chất lượng đào tạo vẫn chưa đáp ứng yêu cầu hội nhập, thể hiện qua hạn chế về kỹ năng chuyên môn, năng lực sáng tạo và khả năng cạnh tranh quốc tế của đội ngũ hướng dẫn viên cũng như nhà quản lý doanh nghiệp<sup>10</sup>.

Để khắc phục tình trạng này, người lao động cần đồng thời sở hữu kiến thức nền về văn hóa – di sản, kỹ năng quản trị dịch vụ, tư duy thiết kế sáng tạo và khả năng ứng dụng công nghệ số. Điều này đòi hỏi hệ thống giáo dục – đào tạo chuyển từ mô hình đơn ngành sang liên ngành, mở rộng các khóa bồi dưỡng ngắn hạn, workshop và chương trình hợp tác giữa trường đại học văn hóa – nghệ thuật, doanh nghiệp công nghệ và các đơn vị vận hành điểm đến. Việc hình thành đội ngũ nhân lực “lai” không chỉ nâng cao chất lượng lao động mà còn tạo nền tảng cho sự hội tụ bền vững giữa du lịch và công nghiệp văn hóa.

### Kết luận

Phát triển du lịch văn hóa trong bối cảnh hệ sinh thái công nghiệp văn hóa Việt Nam đang chuyển dịch mạnh mẽ đòi hỏi một cách tiếp cận đa chiều, tích hợp và hướng tới tính bền vững. Qua việc phân tích chuỗi giá trị du lịch văn hóa, bài viết cho thấy những “điểm nghẽn” cốt lõi nằm ở sự liên kết ngành còn rời rạc, năng lực sáng tạo hạn chế, thiếu hụt hạ tầng số và khung pháp lý phù hợp, cũng như sự mất cân bằng giữa khai thác kinh tế và bảo tồn giá trị di sản.

---

<sup>10</sup> Việt Nam thiếu trầm trọng đội ngũ lao động có kỹ năng và được đào tạo bài bản trong lĩnh vực du lịch và dịch vụ. Nhân sự trong nhiều khách sạn, nhà hàng và khu du lịch, đặc biệt là ở những khu vực xa thành phố lớn vẫn thiếu chuyên nghiệp, chất lượng kém, chưa đáp ứng được nhu cầu và đòi hỏi cho khách du lịch hạng sang. Theo ông Phạm Hà, Chủ tịch Lux Group: Đội ngũ hướng dẫn viên chuyên nghiệp còn thiếu và chuyên môn yếu, đặc biệt là hướng dẫn viên nói được các ngoại ngữ hiếm như Đức, Ý, Tây Ban Nha, Pháp,... phát triển du lịch phải song song với đào tạo nguồn nhân lực có chất lượng. Muốn phục vụ được khách 4 - 5 sao thì phải có nhân lực chất lượng cao, đáp ứng các tiêu chuẩn này. Công tác đào tạo cần được thực hiện một cách bài bản ngay từ trong trường, gắn với thực tiễn công việc để khi ra trường, sinh viên tốt nghiệp có thể đáp ứng được yêu cầu làm việc tại các doanh nghiệp, nhà hàng, khách sạn mà không phải đào tạo lại. [<https://theleader.vn/4-diem-yeu-cua-du-lich-viet-1611570042997.htm>].



Đánh giá tác động của chuyển đổi số cũng cho thấy: công nghệ vừa mở ra cơ hội nâng cao trải nghiệm văn hóa, mở rộng không gian sáng tạo, vừa đặt ra những thách thức mới liên quan đến bản quyền, năng lực quản trị và tính đồng bộ của hạ tầng.

Từ góc nhìn hệ sinh thái, các giải pháp được đề xuất theo cấu trúc “kiềng ba chân” gồm: thể chế kiến tạo, đổi mới công nghệ và phát triển nguồn nhân lực liên ngành. Góc nhìn này cho thấy, cần thiết lập chặt chẽ mối quan hệ giữa các tác nhân trong hệ sinh thái và thúc đẩy sự cộng hưởng giữa du lịch và công nghiệp văn hóa. Việc hoàn thiện khung pháp lý, tăng cường ứng dụng công nghệ trong kể chuyện di sản và xây dựng đội ngũ nguồn nhân lực không chỉ góp phần nâng cao giá trị trải nghiệm của du khách mà còn tạo nền tảng cho chuỗi giá trị du lịch văn hóa vận hành hiệu quả, sáng tạo và bền vững hơn.

Nhìn từ góc độ tổng thể, phát triển du lịch văn hóa không nên xem như một hoạt động đơn ngành mà cần được đặt trong hệ sinh thái công nghiệp văn hóa - nơi giá trị được tạo lập và gia tăng thông qua sự kết nối, tương tác và đổi mới liên tục. Trên cơ sở đó, kết quả phân tích trong bài viết gợi mở một hướng tiếp cận mới cho hoạch định chính sách, phát triển sản phẩm và quản trị điểm đến trong bối cảnh chuyển đổi số, đồng thời khẳng định tiềm năng của du lịch văn hóa như một cấu phần chiến lược trong tăng trưởng của kinh tế sáng tạo ở Việt Nam.

## **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

### **I. Tài liệu Tiếng Việt:**

1. Lại Thị Thanh Bình (2020). *Công nghiệp văn hóa, công nghiệp sáng tạo và sự lựa chọn mô hình phù hợp ở Việt Nam*. Hà Nội, 22/11/2020.
2. Lê Thị Kim Chi (2024). *Phát triển du lịch sáng tạo tại Hà Nội*. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ*, số 43.
3. Phan Thế Công (2015). *Phát triển các ngành công nghiệp sáng tạo ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế*. *Tạp chí Khoa học và Xã hội Việt Nam*, số 1 (86).
4. Trần Thị Ngọc Quyên (2025- Chủ biên); *Hành trình từ di sản đến phát triển công nghiệp văn hóa trong kinh tế sáng tạo*; Nxb Giáo dục Việt Nam; HN,
5. Nguyễn Thị Thu Trang (2022); *Phát triển ngành Du lịch văn hóa ở Việt Nam: cơ hội và thách thức* tại Hội thảo: *Đánh giá 5 năm thực hiện chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam* do Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam tổ chức 9/2022.



6. Nguyễn Thị Thu Trang, Nguyễn Thị Lan Hương (2025); *Phát triển công nghiệp văn hóa trong mối liên kết với du lịch: Động lực mới cho kinh tế sáng tạo ở Việt Nam* in trong cuốn “Công nghiệp văn hóa với phát triển du lịch bền vững tại Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế”; Nxb KHXH. HN 2025. ISBN 9786326071764
7. Thủ tướng Chính phủ (2025). *Quyết định số 2486/QĐ-TTg ngày 14/11/2025 phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*; <https://vanban.chinhphu.vn/?pageid=27160&docid=215888>
8. Báo điện tử Chính phủ (2026); *Toàn văn Nghị quyết số 80-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển văn hóa Việt Nam*; <https://xaydungchinhhsach.chinhphu.vn/ngghi-quyet-so-80-nq-tw-ve-phat-trien-van-hoa-viet-nam-119260113133313565.htm>; cập nhật ngày 13/03/2026.

## II. Tài liệu tiếng Anh

9. British Council Vietnam. (2022). *Vietnam Creative Industries Mapping Report*. Hanoi: British Council.
10. Moore, J. F. (1996). *The death of competition: Leadership and strategy in the age of business ecosystems*. HarperBusiness.
11. Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. The Free Press.
12. Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>
13. Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
14. UNCTAD. (2022). *Creative Economy Outlook 2022*. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development.
15. UNDP Vietnam. (2020). *Creative Hubs and Cultural Industries in Vietnam*. Hanoi: UNDP.
16. UNESCO. (2013). *Creative Economy Report 2013 Special Edition: Widening Local Development Pathways*. Paris: UNESCO/UNDP.