

Khai thác giá trị văn hoá trong phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù tại tỉnh Điện Biên

Trần Thanh Bắc

Trường Cao đẳng Sư phạm Điện Biên

tranbac0204vns@gmail.com

Tóm tắt

Điện Biên là một tỉnh biên giới miền núi thuộc vùng Tây Bắc của Tổ quốc, không chỉ có vị trí địa chính trị quan trọng mà còn chứa đựng không gian văn hoá truyền thống phong phú, độc đáo. Đây là lợi thế quan trọng mà hiếm có địa phương nào có được. Việc khai thác các giá trị văn hóa truyền thống, bao gồm cả di sản văn hóa vật thể và phi vật thể trong phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù của tỉnh vẫn còn những vấn đề cần nghiên cứu, bàn thảo. Trong bài viết này, tác giả tập trung phân tích các tiềm năng, đánh giá thực trạng đồng thời đề xuất một số giải pháp khai thác giá trị văn hoá trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù, thúc đẩy phát triển du lịch bền vững tại tỉnh Điện Biên.

Nhận 28/05/2025

Được duyệt 28/08/2025

Công bố 30/09/2025

Từ khóa

tỉnh Điện Biên; giá trị văn hóa; sản phẩm du lịch đặc thù.

© 2025 Journal of Science and Technology - NTTU

1. Đặt vấn đề

Theo xu hướng phát triển du lịch Việt Nam trong thời gian tới thì các sản phẩm đặc thù đang thu hút sự quan tâm ngày càng lớn từ phía du khách trong và ngoài nước. Điều này mở ra cơ hội phát triển cho các địa phương có tiềm năng văn hóa và tài nguyên tự nhiên phong phú. Điện Biên là tỉnh có nhiều tiềm năng về lịch sử, văn hóa và là nơi sinh sống của 19 dân tộc thiểu số với nhiều giá trị truyền thống mang tính đặc thù. Tuy nhiên, thực tế cho thấy việc khai thác các giá trị văn hóa trong phát triển sản phẩm du lịch tại Điện Biên vẫn chưa tương xứng với tiềm năng sẵn có. Trong khi đó, nhiều yếu tố văn hóa truyền thống đang có nguy cơ mai một, các sản phẩm du lịch còn đơn điệu, trùng lặp và chưa đủ sức cạnh tranh trên thị trường chung. Xuất phát từ thực tiễn đó, nghiên cứu này nhằm nêu bật tiềm năng và làm rõ vai trò của các giá trị văn hóa cũng như phân tích thực trạng khai thác giá trị văn hóa trong phát triển sản phẩm du lịch, qua đó đề xuất một số giải pháp nhằm khai thác hiệu quả giá trị văn hóa trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại tỉnh Điện Biên.

2. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý luận

2.1.1. Khái niệm giá trị văn hoá

Giá trị văn hoá được hiểu như một dạng đặc thù của giá trị xã hội, có mối liên hệ mật thiết với hoạt động sống và sự phát triển của con người trong cộng đồng. Theo nghĩa rộng, giá trị văn hoá là sản phẩm do con người sáng tạo ra trong suốt tiến trình lịch sử của một xã hội nhất định. Một khi hệ giá trị văn hoá được hình thành, nó đóng vai

trò định hướng các mục tiêu, phương thức hành động và hệ thống chuẩn mực xã hội, đồng thời, chính nó cũng là động lực thúc đẩy sự phát triển cộng đồng. Theo quan điểm của Bùi Hoài Sơn (2020), hệ giá trị văn hoá trong mỗi cộng đồng từ dân tộc đến quốc gia luôn tồn tại như một chỉnh thể có cấu trúc, nơi các giá trị đơn lẻ không tồn tại biệt lập mà phát triển trong mối quan hệ hữu cơ và tương hỗ với nhau. Sự liên kết và bổ trợ giữa các giá trị này góp phần định hình bản sắc văn hoá độc đáo của từng cộng đồng [1].

Nhìn từ góc độ thực tiễn, giá trị văn hoá có thể được hiểu là sự tổng hòa giữa các yếu tố vật thể và phi vật thể phản ánh đời sống tinh thần và sinh hoạt xã hội, bao gồm phong tục, tập quán, tín ngưỡng, lễ hội, trang phục, ẩm thực và các hình thức nghệ thuật dân gian. Trong lĩnh vực du lịch, giá trị văn hoá không chỉ là một nguồn tài nguyên quan trọng mà còn là yếu tố then chốt tạo nên tính đặc thù và sức hấp dẫn của sản phẩm du lịch. Việc khai thác giá trị văn hoá một cách hợp lý và sáng tạo không chỉ góp phần làm phong phú sản phẩm du lịch mà còn đóng vai trò thiết yếu trong việc bảo tồn và phát huy bản sắc văn hoá dân tộc trong bối cảnh phát triển du lịch bền vững tại mỗi địa phương, quốc gia, dân tộc.

2.1.2. Khái niệm sản phẩm du lịch đặc thù

Sản phẩm du lịch được xem là trung tâm trong nghiên cứu và thực tiễn phát triển ngành du lịch hiện đại. Theo Tổ chức Du lịch Thế giới, sản phẩm du lịch là sự kết hợp của các yếu tố hữu hình và vô hình bao gồm tài nguyên thiên nhiên, văn hoá, công trình nhân tạo, điểm tham quan, cơ sở vật chất, dịch vụ và các hoạt động trải

nghiệm nhằm tạo ra một tổng thể hấp dẫn cho du khách [2]. Tại Việt Nam, Luật Du lịch năm 2017 định nghĩa sản phẩm du lịch là “tập hợp các dịch vụ được cung cấp trên cơ sở khai thác giá trị tài nguyên du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch” [3]. Nhìn từ góc độ văn hóa và kinh tế, sản phẩm du lịch không chỉ là tập hợp các điểm tham quan hay tiện ích, mà còn là sự kết tinh giữa trải nghiệm, cảm xúc và giá trị văn hoá mà du khách tiếp nhận trong suốt hành trình. Benur và Bramwell (2015) cho rằng sản phẩm du lịch là những “lá bài chiến lược” mà các điểm đến sử dụng để thu hút khách du lịch, thông qua việc kể câu chuyện riêng, phản ánh bản sắc địa phương thông qua cảnh quan, di sản và văn hóa bản địa [4].

Sản phẩm du lịch đặc thù: Theo Phạm Trung Lương (2012), sản phẩm du lịch đặc thù là những sản phẩm dựa trên giá trị đặc sắc, độc đáo, nguyên bản và đại diện cho tài nguyên du lịch (bao gồm cả tự nhiên và nhân văn), có khả năng tạo ấn tượng mạnh nhờ tính sáng tạo và trải nghiệm khác biệt mà chúng mang lại. Đây là những sản phẩm được xây dựng trên nền tảng khai thác sâu sắc các yếu tố đặc trưng về tự nhiên, văn hóa, lịch sử và lối sống của một địa phương hay cộng đồng. Sản phẩm du lịch đặc thù phản ánh bản sắc văn hóa địa phương một cách sâu sắc, từ tín ngưỡng, phong tục, tập quán đến ẩm thực và nghệ thuật dân gian [5]. Như vậy, sản phẩm du lịch đặc thù là sự hội tụ của các yếu tố tự nhiên và văn hóa đặc sắc, mang tính độc đáo và đại diện cho một vùng đất cụ thể. Đây là nền tảng quan trọng để tạo nên sự khác biệt và gia tăng khả năng cạnh tranh trong chiến lược phát triển du lịch theo hướng chuyên biệt hóa và bền vững.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

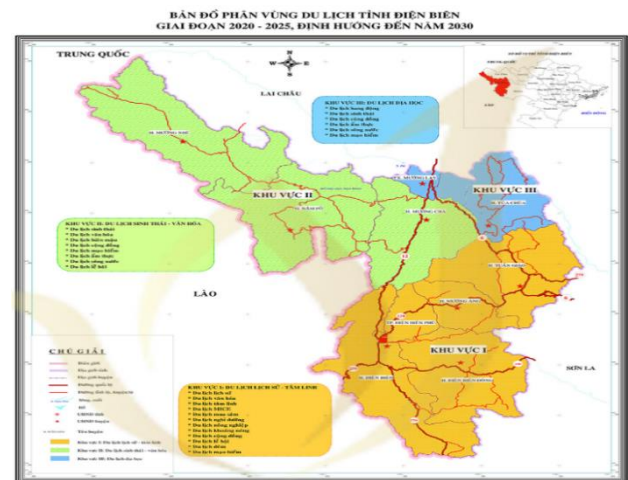
Trong quá trình nghiên cứu, tác giả sử dụng kết hợp các phương pháp cơ bản và bổ trợ nhằm đảm bảo tính khách quan, toàn diện, cụ thể: Phương pháp Việt Nam học vận dụng tiếp cận liên ngành, dựa trên tri thức Địa lý, Lịch sử, Văn học, Khảo cổ học, Du lịch, Nhân học, Địa phương học và lịch sử địa phương Điện Biên, góp phần hệ thống hóa giá trị văn hóa đặc thù. Phương pháp thu thập và phân tích tài liệu tổng hợp công trình nghiên cứu, báo cáo, niên giám thống kê, văn bản pháp luật, chiến lược, quy hoạch và đề án phát triển du lịch liên quan đến Điện Biên, làm cơ sở lý luận, pháp lý và thực tiễn. Phương pháp khảo sát thực địa tại các điểm du lịch tiêu biểu tại không gian văn hóa cộng đồng, nghề truyền thống để phân tích khả năng chuyển hóa giá trị văn hóa thành sản phẩm du lịch đặc thù. Phương pháp chuyên gia và phỏng vấn sâu với cán bộ quản lý, người dân bản địa, khách tham quan. Ngoài ra, nghiên cứu còn sử dụng

các phương pháp bổ trợ như đánh giá kết quả, phân tích dữ liệu, tổng hợp tài liệu và quan sát hiện trường để đảm bảo tính toàn diện.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Tiềm năng giá trị văn hoá để khai thác phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại tỉnh Điện Biên

3.1.1. Không gian môi trường văn hóa tỉnh Điện Biên
Điện Biên là tỉnh biên giới miền núi thuộc vùng Tây Bắc Việt Nam, tọa lạc từ 20°54'–22°33' vĩ độ Bắc và 102°10'–103°36' kinh độ Đông, giáp Sơn La, Lai Châu, Vân Nam (Trung Quốc) và Lào. Với vị trí chiến lược quan trọng về kinh tế, quốc phòng và an ninh, tỉnh cũng sở hữu tiềm năng lớn trong phát triển du lịch. Điện Biên có không gian tổng thể kết hợp môi trường tự nhiên và văn hóa, với 19 dân tộc thiểu số sinh sống, bao gồm Mông, Thái, Dao, Khơ Mú, Hà Nhì, Xinh Mun, Cống,... Các phong tục, thiết chế văn hóa truyền thống, nghệ thuật trình diễn dân gian, nghề thủ công, hệ thống các lễ hội, ẩm thực tạo nên không gian văn hóa đặc trưng là nguồn tài nguyên văn hóa quý giá phục vụ phát triển du lịch đặc thù.



Hình 1. Bản đồ phân vùng du lịch tỉnh Điện Biên giai đoạn 2020-2025, định hướng đến năm 2030 (Nguồn: Trung Tâm xúc tiến Du lịch tỉnh Điện Biên)

Không gian văn hóa tỉnh Điện Biên nổi bật với vai trò của cộng đồng các dân tộc, được cấu thành từ giá trị văn hóa đặc trưng của từng tộc người, được xem như “bảo tàng sống” phản ánh sinh động đời sống sinh hoạt và hệ giá trị văn hóa bản địa. Trong không gian này, nhiều yếu tố văn hóa vật thể và phi vật thể được bảo tồn rõ nét, tiêu biểu như nhà sàn truyền thống dọc triền núi, trang phục dân tộc đa dạng của Thái, H'Mông, Hà Nhì, cùng các hình thức sinh hoạt văn hóa cộng đồng mang tính biểu tượng như múa xòe, tục uống rượu cần, tạo nên sức hấp dẫn đối với du khách trong và ngoài nước.

Theo thống kê của Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch tỉnh Điện Biên năm 2025, hiện nay, toàn tỉnh có 30 di tích

văn hóa vật thể đã được xếp hạng (01 di tích quốc gia đặc biệt; 14 di tích quốc gia; 15 di tích cấp tỉnh); 02 di sản văn hóa phi vật thể được UNESCO đưa vào Danh mục di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại (Di sản nghệ thuật xòe Thái và Di sản thực hành Then của người Tày, Nùng, Thái ở Việt Nam) và 14 di sản văn hóa phi vật thể quốc gia [6]. Đây là lợi thế hiếm có ở các địa phương khác.

3.1.2. Tiềm năng giá trị văn hoá vật thể đặc trưng

Giá trị văn hóa đặc trưng về kiến trúc nhà ở truyền thống: Kiến trúc nhà ở truyền thống ở Điện Biên là thành tố quan trọng của văn hóa vật thể, phản ánh sự thích ứng môi trường, sản xuất và quan niệm cộng đồng. Người Thái xây nhà sàn gỗ mái lá, người Mông nhà trình tường đất, người Khơ Mú nhà sàn tre nứa, người Dao kết hợp nhà sàn và nhà trình tường, người Lự nhà sàn mái cong hướng dòng nước. Các mô hình này vừa thể hiện tri thức dân gian, vừa là tài nguyên văn hóa để phát triển du lịch đặc thù, thúc đẩy du lịch bền vững.

Giá trị văn hóa đặc trưng về trang phục truyền thống: trang phục truyền thống các dân tộc thiểu số Điện Biên là di sản văn hóa phi vật thể, phản ánh bản sắc, thẩm mỹ, tín ngưỡng và môi trường sống. Người Thái thanh nhã với váy tối màu, áo bó sát, khăn piêu thêu tay; người Mông váy xòe sắc sỡ, trang sức bạc; người Dao rực rỡ, phụ kiện cầu kỳ; người Khơ Mú, Lự mộc mạc, gần gũi thiên nhiên. Trang phục vừa mang giá trị văn hóa – thẩm mỹ, vừa là tiềm năng phát triển sản phẩm du lịch trải nghiệm, biểu diễn, lưu niệm, tăng sức hấp dẫn du lịch văn hóa.

Giá trị văn hóa đặc trưng về đồ dùng và công cụ sinh hoạt truyền thống: đồ dùng và công cụ sinh hoạt truyền thống của các dân tộc thiểu số ở Điện Biên như nông cụ, sản phẩm mây tre đan, đồ gốm, nhạc cụ dân tộc,... là sự kết tinh giữa kỹ năng thủ công tinh xảo, tri thức bản địa và sự thích ứng với môi trường sống. Các loại nhạc cụ không chỉ phục vụ sinh hoạt văn hóa tinh thần mà còn đóng vai trò quan trọng trong nghi lễ và lễ hội cộng đồng các dân tộc. Những sản phẩm này là tiềm năng phát triển thành sản phẩm du lịch đặc thù thông qua hoạt động trải nghiệm, trưng bày và mua sắm lưu niệm góp phần tăng sức hấp dẫn cho du khách trong và ngoài nước.

Giá trị đặc trưng về di tích lịch sử và văn hóa: tỉnh Điện Biên lưu giữ nhiều di tích lịch sử, văn hóa quan trọng như công trình kiến trúc cổ, di tích khảo cổ và địa điểm chiến tranh cách mạng. Những di tích này phản ánh quá trình phát triển lịch sử và sự giao thoa văn hóa đa dạng của các cộng đồng cư dân qua các thời kỳ. Giá trị nổi bật của hệ thống di tích nằm ở khả năng tái hiện các giai đoạn lịch sử trọng yếu, góp phần hình thành bản sắc văn

hóa đặc trưng. Việc khai thác hiệu quả các di tích có vai trò then chốt trong giáo dục truyền thống, phát triển văn hóa và thúc đẩy du lịch bền vững tại tỉnh Điện Biên.

3.1.3. Giá trị văn hoá phi vật thể đặc trưng

Giá trị văn hoá đặc trưng về ẩm thực truyền thống: mỗi dân tộc ở Điện Biên có ẩm thực đặc trưng, phản ánh đa dạng nguyên liệu, cách chế biến và giá trị văn hóa. Người Thái nổi bật với pa pỉnh tộp, xôi nếp nương, lạp; người Mông có thắng cố, mèn mén, thịt treo gác bếp; người Khơ Mú dùng cơm lam, canh rừng; người Dao có cháo đỏ, canh thuốc bắc, rượu men lá; người Lự với bánh dày, món cuốn lá, rượu cần. Ẩm thực truyền thống vừa đáp ứng nhu cầu sinh hoạt, vừa lưu giữ bản sắc, kỷ ức và gắn kết cộng đồng, tạo tiềm năng phát triển du lịch đặc thù.

Giá trị văn hoá đặc trưng về các điệu múa truyền thống của các dân tộc: các điệu múa truyền thống ở Điện Biên vừa phục vụ lễ hội, nghi lễ, vừa lưu giữ kỷ ức và tri thức văn hóa bản địa. Người Thái nổi bật với múa xòe – Di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại (UNESCO, 2021); người Mông với múa khèn; người Khơ Mú gắn múa với nghi lễ nông nghiệp; người Dao với múa cấp sắc, cầu an, cầu mưa; người Lự với múa giao duyên. Hệ thống múa này là nguồn sản phẩm du lịch đặc thù, hướng tới phát triển bền vững.

Giá trị văn hoá đặc trưng về các nghề thủ công truyền thống: hệ thống nghề thủ công truyền thống ở Điện Biên gắn với đời sống cộng đồng, tạo không gian văn hóa đặc sắc. Dệt thổ cẩm với họa tiết đối xứng; đan lát mây tre cung cấp dụng cụ thiết yếu; rèn thủ công của người Mông, Dao chế tạo công cụ nông nghiệp; chế tác nhạc cụ, đồ nghi lễ phản ánh tín ngưỡng. Các nghề này vừa lưu giữ tri thức bản địa, giá trị lễ nghi, vừa phục vụ đời sống và phát triển du lịch đặc thù.

Giá trị văn hoá đặc trưng về các lễ hội truyền thống: trên địa bàn tỉnh Điện Biên hiện còn lưu giữ và phát huy nhiều lễ hội truyền thống mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc, tiêu biểu như: lễ hội Thành Bản Phủ, Xên Bản, Gầu Tào, Pha Ma, lễ cấp sắc, lễ Lượn, lễ cầu mưa, Tết cơm mới, cùng các lễ hội hiện đại như Hoa Ban, Hoa Anh Đào. Đây là nguồn lực quan trọng để phát triển du lịch đặc thù, bảo tồn di sản và thúc đẩy du lịch bền vững.

Có thể khẳng định, với những tiềm năng văn hoá bao gồm vật thể và phi vật thể nêu trên, có thể khẳng định tiềm năng du lịch văn hóa đặc trưng của tỉnh Điện Biên rất đa dạng, phong phú và đặc sắc ít địa phương khác có được. Nếu có giải pháp khai thác phù hợp chắc chắn sẽ tạo ra nhiều sản phẩm du lịch văn hóa đặc thù hấp dẫn du khách.

3.1.4. Tính độc đáo và sự khác biệt về tiềm năng văn hoá đặc thù của tỉnh Điện Biên so với các tỉnh khu vực Tây Bắc

Mặc dù tương đồng về tự nhiên và văn hóa với Sơn La, Lai Châu, Điện Biên sở hữu giá trị độc đáo, tạo lợi thế trong du lịch văn hóa đặc thù. Di tích chiến thắng Điện Biên Phủ nổi bật, kết hợp văn hóa – lịch sử trong sản phẩm “hai trong một”, khác biệt so với Sơn La hay Lai

Châu. Các lễ hội như Thành Bản Phủ, Xên bản, Xên mừng, Hoa Ban vừa mang yếu tố tâm linh – lịch sử – sản xuất, vừa kết nối cộng đồng. Mô hình “bản văn hóa lòng chảo” gần trung tâm, hạ tầng thuận lợi, nhà sàn tập trung, cảnh quan đẹp, phục dựng trải nghiệm văn hóa Thái (ẩm thực, thổ cẩm, dân ca, múa xòe), tạo sự khác biệt so với bản làng rẻo cao Lai Châu hay nông nghiệp sinh thái Sơn La.

Bảng 1. So sánh về một số tiềm năng độc đáo của Điện Biên với các tỉnh Tây Bắc.

Stt	Tiêu chí	Tỉnh Điện Biên	Tỉnh Lai Châu	Tỉnh Sơn La
1	Di tích lịch sử	Quần thể di tích Quốc gia đặc biệt Chiến trường Điện Biên Phủ	Chưa có di tích nổi bật, tiêu biểu	Nhà tù Sơn La
2	Không gian văn hoá	Lòng chảo Điện Biên Phủ	Các dãy núi cao, chia cắt địa hình dốc, mạnh	Cao nguyên Mộc Châu
3	Loại hình du lịch cộng đồng	Các Bản văn hoá Thái trong khu vực lòng chảo Điện Biên Phủ	Bản vùng cao của người Hà Nhì, Mông, Dao	Bản nông nghiệp của người Mông Thái
4	Lễ hội tiêu biểu	Lễ hội Thành Bản Phủ; Xên Bản; Xên Mừng; lễ hội Hoa Ban	Lễ hội Then Kinh Pang (Thái); Gầu Tào (Mông)	Lễ hội Gội đầu; Hết Chá

3.2. Thực trạng khai thác giá trị văn hoá trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại tỉnh Điện Biên

Những năm gần đây, Điện Biên đã xác định một số sản phẩm du lịch đặc thù dựa trên lợi thế tự nhiên, lịch sử và văn hóa, vừa quảng bá hình ảnh địa phương, vừa tạo nền tảng phát triển du lịch bền vững thông qua khai thác giá trị văn hóa truyền thống của cộng đồng các dân tộc. Theo Báo cáo phát triển du lịch 2024 của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Điện Biên đón khoảng 1,85 triệu lượt khách, tăng 1,85 lần so với 2023, trong đó khách quốc tế đạt khoảng 11.500 lượt, doanh thu du lịch đạt khoảng 3.300 tỷ đồng, tăng 1,88 lần [7]. Trong giai đoạn tới, tỉnh đặt mục tiêu phát triển du lịch trọng tâm, hướng tới trở thành trung tâm du lịch vùng Tây Bắc. Điện Biên phát triển du lịch văn hóa cộng đồng tại các xã, bản như Bản Mễn, Hoong Léch Cang, Uva, Phiêng Lơi, đồng thời khai thác hang động, thiên nhiên và lễ hội. Tuy nhiên, sản phẩm truyền thống thiếu đầu tư, hoạt động văn hóa chủ yếu theo mùa, nhiều sản phẩm tự phát, vai trò cộng đồng mờ nhạt, hạ tầng yếu, dịch vụ nhỏ, nhân lực thiếu chuyên môn. Giá trị văn hóa truyền thống có nguy cơ mai một và thương mại hóa, bảo tồn chưa gắn với phát triển du lịch.

Khảo sát 50 du khách tham gia tour văn hóa tại Điện Biên (2022 – 2024) cho thấy trên 84 % ấn tượng với các giá trị văn hóa truyền thống, đặc biệt lễ hội dân gian Thái và múa xòe, tạo điểm khác biệt so với Sơn La và Lai Châu. Hơn 76 % đánh giá cao trải nghiệm tại các bản du

lich cộng đồng như Mễn, Co My, Phiêng Lơi, Nà Sự với hoạt động chế biến ẩm thực, dệt thổ cẩm truyền thống. Tuy nhiên, 63 % phản ánh thiếu hướng dẫn viên am hiểu văn hóa, khiến trải nghiệm chưa trọn vẹn; 58 % cho rằng sản phẩm đơn điệu, thiếu đổi mới.

Hiệu quả kinh tế từ du lịch cộng đồng tại các bản văn hóa Điện Biên cho thấy doanh thu đạt khoảng 13,2 tỷ đồng, tăng 12 % so với năm 2022. Bản Phiêng Lơi (phường Điện Biên Phủ) đón hơn 9.000 lượt khách, trong đó trên 2.000 lượt khách quốc tế; mỗi hộ gia đình tham gia du lịch cộng đồng tăng thu nhập trung bình 2,5 – 3,0 triệu đồng/tháng. Tại bản Nà Sự (Nậm Pồ), các tour trải nghiệm văn hóa Thái, Mông mang lại nguồn thu ổn định cho hơn 20 hộ, trong đó 4 hộ đạt doanh thu trên 100 triệu đồng/năm [8].

Khảo sát cộng đồng địa phương tại Điện Biên cho thấy khai thác giá trị văn hóa trong du lịch chưa tối ưu, đầu tư thiếu đồng bộ và chưa gắn với sinh kế cộng đồng. Vai trò chủ thể của người dân mờ nhạt, sản phẩm manh mún, trải nghiệm thiếu chiều sâu, phản ánh hạn chế trong quy hoạch, đặc biệt cần bảo vệ môi trường và phát triển sinh kế bền vững hướng tới du lịch xanh.

3.3. Đề xuất một số giải pháp khai thác giá trị văn hoá trong phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù tại tỉnh Điện Biên

3.3.1. Quan điểm, định hướng về giải pháp phát triển
Về quan điểm phát triển: phát triển du lịch Điện Biên hiện nay cần tuân theo các văn bản chỉ đạo: Quyết định

509/QĐ-TTg (2024) về quy hoạch hệ thống du lịch quốc gia 2021–2030, tầm nhìn 2045 [9]; Quyết định 109/QĐ-TTg (2024) về quy hoạch tỉnh 2021–2030, tầm nhìn 2050, đặt du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn, đóng góp trên 10% GRDP vào 2030 và trở thành trọng điểm du lịch văn hóa – lịch sử – sinh thái quốc gia vào 2050 [10]; Nghị quyết 03-NQ/TU (2021) và Quyết định 345/QĐ-UBND (2023) cụ thể hóa định hướng phát triển du lịch đến 2025, tầm nhìn 2030 [11].

Định hướng phát triển: phát triển du lịch Điện Biên gắn với chiến lược và quy hoạch kinh tế – xã hội của tỉnh, tập trung vào các sản phẩm đặc thù khai thác hiệu quả tiềm năng địa phương. Trọng tâm là du lịch bản sắc văn hóa dân tộc, gắn với bảo tồn giá trị văn hóa, khai thác bền vững tài nguyên thiên nhiên và bảo vệ môi trường, đồng thời đảm bảo quốc phòng – an ninh. Phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp, chất lượng, hiệu quả, ứng dụng khoa học – công nghệ, quảng bá sáng tạo, nâng cao nguồn nhân lực và mở rộng liên kết trong nước, quốc tế. Du lịch cần đa dạng về phân khúc, hài hòa lợi ích cộng đồng – doanh nghiệp – nhà nước, tuân thủ nguyên tắc chân thực, nguyên sơ, độc đáo, đa dạng, bền vững và giàu trải nghiệm, trở thành điểm nhấn thu hút du khách và sản phẩm có giá trị cao về nghệ thuật và trải nghiệm [12].

3.3.2. Đề xuất một số giải pháp khai thác giá trị văn hóa trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại tỉnh Điện Biên

Quy hoạch, xây dựng và phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù: theo đó cần thống kê, phân loại toàn diện di sản văn hóa vật thể và phi vật thể theo từng dân tộc để xây dựng cơ sở dữ liệu phát triển du lịch. Tập trung khảo sát các giá trị còn được bảo tồn nguyên vẹn như lễ hội, nghề thủ công, nghệ thuật dân gian, kiến trúc, trang phục, ẩm thực, phong tục. Trên cơ sở đó, phát triển sản phẩm du lịch trải nghiệm đặc trưng: tour văn hóa (dệt thổ cẩm, nấu ăn, múa xòe, múa khèn, tham dự nghi lễ); tuyến chuyên đề kết nối không gian văn hóa – lịch sử với bản làng, di tích, thắng cảnh; làng du lịch cộng đồng gắn trải nghiệm và lưu trú với sinh hoạt thường nhật, tạo sức hấp dẫn từ văn hóa bản địa.

Bảo tồn văn hoá để tăng tính dễ theo dõi, đánh giá quá trình phát triển sản phẩm du lịch đặc thù: cần khuyến khích cộng đồng chủ động gìn giữ và “sống hóa” các giá trị văn hóa đặc trưng như phong tục, lễ hội, trang phục và nghệ thuật dân gian, gắn với sinh kế từ hoạt động du lịch. Bên cạnh đó, việc bảo tồn nên đi đôi với phục dựng, phát triển lễ hội truyền thống, làng nghề thủ công và không gian văn hóa dân tộc phục vụ tham quan, trải nghiệm. Tổ chức truyền dạy văn hóa dân gian cho thế hệ

trẻ và người dân bản địa thông qua các lớp học múa, thổi khèn, hát dân ca, đan lát, làm bánh truyền thống, hình thành câu lạc bộ văn hóa, nhóm nghệ nhân trình diễn,... vừa góp phần lưu giữ tri thức văn hóa phi vật thể, vừa nâng cao chất lượng trải nghiệm cho du khách.

Nâng cao năng lực cho cộng đồng và doanh nghiệp trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù: tổ chức thường xuyên các lớp tập huấn về kỹ năng xây dựng và vận hành sản phẩm du lịch gắn với văn hóa bản địa, du lịch cộng đồng bền vững, giao tiếp – phục vụ du khách, quản lý chất lượng và ứng dụng công nghệ số. Xây dựng mô hình liên kết doanh nghiệp – cộng đồng, trong đó doanh nghiệp hỗ trợ kỹ thuật, kết nối thị trường, còn cộng đồng cung ứng dịch vụ trải nghiệm trên cơ sở hợp tác minh bạch. Đồng thời, cần cơ chế hỗ trợ hộ gia đình, thanh niên, hợp tác xã và doanh nghiệp nhỏ đầu tư lưu trú, ẩm thực và du lịch bản địa.

Tăng cường quảng bá, xúc tiến du lịch văn hóa gắn với các sản phẩm du lịch đặc thù của Điện Biên: trong bối cảnh chuyển đổi số và cạnh tranh cao, du lịch Điện Biên cần quảng bá chuyên nghiệp, sáng tạo và hiệu quả. Ứng dụng công nghệ số như video 360°, VR/AR, bản đồ số, ứng dụng di động và mạng xã hội giúp lan tỏa hình ảnh điểm đến. Đồng thời, xây dựng thương hiệu gắn với hoa ban, nhà sàn, trang phục, lễ hội để tạo dấu ấn riêng. Các sự kiện như Lễ hội Hoa Ban, Ngày hội Văn hóa các dân tộc, kỷ niệm Chiến thắng Điện Biên Phủ, tuần lễ du lịch, hội chợ OCOP nên kết hợp trải nghiệm thực tế, quảng bá trực tiếp tới du khách và doanh nghiệp.

Xây dựng cơ chế hỗ trợ cộng đồng tham gia phát triển sản phẩm du lịch đặc thù: Điện Biên cần ban hành chính sách ưu đãi vốn và hỗ trợ đầu tư cơ sở vật chất, sản phẩm thủ công, homestay, không gian văn hóa. Đồng thời cung cấp tư vấn kỹ thuật, thiết kế trải nghiệm, tổ chức sự kiện nhỏ, tập huấn kỹ năng giao tiếp, tiếp thị, kể chuyện văn hóa, quản lý homestay và ẩm thực cho người dân. Khuyến khích nghệ nhân tham gia du lịch để bảo tồn văn hóa, tạo sinh kế và nâng cao thu nhập cộng đồng.

Đẩy mạnh hợp tác và liên kết vùng trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù: tỉnh Điện Biên cần tăng cường hợp tác với các tỉnh Tây Bắc để xây dựng tour, tuyến liên vùng gắn với lễ hội, di sản, du lịch cộng đồng và văn hóa – lịch sử kết hợp sinh thái. Tổ chức diễn đàn, hội thảo, hội chợ để trao đổi kinh nghiệm, giới thiệu sản phẩm và kết nối tour tuyến. Phát triển chuỗi sản phẩm theo chủ đề như “Hành trình văn hóa dân tộc Thái,” “Khám phá lễ hội Tây Bắc,” “Hành trình ẩm thực và làng nghề dân gian.” Liên kết vùng giúp khai thác giá trị văn hóa và xây dựng thương hiệu chung du lịch Tây Bắc.

Xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù dựa trên giá trị văn hoá bản địa: tập trung xây dựng các sản phẩm du lịch dựa trên đời sống thường nhật của cộng đồng dân tộc. Các sản phẩm như: trải nghiệm làm bánh dày, dệt thổ cẩm, thổi khèn, tham gia lễ hội, tìm hiểu phong tục, nghi lễ, nghệ thuật múa xòe, ẩm thực đặc trưng và tín ngưỡng dân gian. Các sản phẩm thiết kế theo hướng trải nghiệm – tương tác – lưu giữ kỷ niệm, kết hợp homestay, nghệ thuật dân gian, chợ phiên và giao lưu văn hóa để gia tăng thời gian lưu trú và chi tiêu của du khách.

Gắn bảo tồn văn hoá với phát triển sản phẩm du lịch đặc thù: cần xây dựng các bản làng vừa là không gian sinh sống của cộng đồng, vừa là điểm đến trải nghiệm du lịch. Mô hình này phải có sự tham gia trực tiếp của cộng đồng. Đồng thời, đào tạo người dân trở thành lực lượng nòng cốt trong bảo tồn và truyền dạy văn hóa, đồng thời là hướng dẫn viên, nghệ nhân biểu diễn, người kể chuyện, qua đó tạo sinh kế bền vững và nuôi dưỡng niềm tự hào văn hóa dân tộc trong tiến trình hội nhập và phát triển.

Xây dựng cơ chế hỗ trợ tài chính cụ thể để phát triển sản phẩm du lịch đặc thù: Điện Biên cần xây dựng cơ chế tài chính minh bạch, ưu tiên ngân sách nhà nước 2025 – 2030 và Quỹ phát triển du lịch cho các mô hình bảo tồn văn hóa. Chính sách tín dụng ưu đãi kết nối người dân với vốn lãi suất thấp (< 5 %/năm) để đầu tư, cải tạo hạ tầng nhỏ như nhà sàn, homestay, khu vệ sinh, không gian cộng đồng. Đồng thời, khuyến khích doanh nghiệp lữ

hành và nhà đầu tư tham gia theo hình thức hỗ trợ trước – chia sẻ lợi nhuận sau, đảm bảo công bằng và bền vững.

4. Kết luận

Có thể khẳng định, Điện Biên là tỉnh có nhiều tiềm năng văn hoá, với không gian văn hóa cộng đồng đặc sắc của các dân tộc thiểu số. Đây là nguồn lực quý giá, đóng vai trò then chốt trong việc phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù có tính cạnh tranh và bền vững. Hiện nay, việc khai thác giá trị văn hóa để phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Điện Biên vẫn còn những khó khăn, hạn chế nhất định cần được tháo gỡ và định hướng phát triển cụ thể. Với việc đưa ra các giải pháp đồng bộ, khoa học như đã đề cập ở trên cùng sự nỗ lực của chính quyền, doanh nghiệp và cộng đồng các dân tộc, tỉnh Điện Biên hoàn toàn có khả năng trở thành một điểm đến hấp dẫn với những sản phẩm du lịch đặc thù mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc, góp phần khẳng định vị thế của du lịch Điện Biên trong bối cảnh hiện nay.

Lời cảm ơn: Tác giả xin chân thành cảm ơn Ban Biên tập và các phản biện của Tạp chí Khoa học và Công nghệ – Đại học Nguyễn Tất Thành vì những góp ý quý báu giúp hoàn thiện bài nghiên cứu. Tác giả trân trọng cảm ơn Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch tỉnh Điện Biên đã hỗ trợ điều kiện, dữ liệu và phương tiện phục vụ quá trình thực hiện đề tài; đồng thời cảm ơn các đồng nghiệp và cộng tác viên đã hỗ trợ trong việc thu thập, xử lý và phân tích dữ liệu.

Tài liệu tham khảo

1. Bùi Hoài Sơn. (2020). *Giá trị văn hóa trong cộng đồng: Lý luận và thực tiễn*. Hà Nội: Nhà xuất bản Khoa học Xã hội.
2. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2015). *Tourism product development*. Madrid: UNWTO.
3. Quốc hội nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam. (2017). *Luật Du lịch số 09/2017/QH14*. Hà Nội: Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia Sự thật.
4. Benur, S., & Bramwell, B. (2015). Tourism product development and destination competitiveness: An analysis of key factors in attracting tourists. *Tourism Management*, 50, 36–45. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.01.013>
5. Phạm Trung Lương. (2012). *Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Việt Nam*. Hà Nội: Nhà xuất bản Văn hóa – Thông tin.
6. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Điện Biên. (2025). *Báo cáo hiện trạng di sản văn hóa tỉnh Điện Biên năm 2025*. Điện Biên: Sở VH-TTDL.
7. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Điện Biên. (2024). *Báo cáo phát triển du lịch tỉnh Điện Biên năm 2024*. Điện Biên: Sở VH-TTDL.
8. Khảo sát thực địa và phỏng vấn cộng đồng địa phương tại tỉnh Điện Biên. (2022–2024). Dữ liệu khảo sát về khai thác giá trị văn hóa trong phát triển du lịch.
9. Chính phủ nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam. (2024). *Quyết định số 509/QĐ-TTg phê duyệt Quy hoạch hệ thống du lịch quốc gia giai đoạn 2021–2030, tầm nhìn đến 2045*. Hà Nội: Văn phòng Chính phủ.
10. Chính phủ nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam. (2024). *Quyết định số 109/QĐ-TTg về quy hoạch tỉnh Điện Biên giai đoạn 2021–2030, tầm nhìn đến 2050*. Hà Nội: Văn phòng Chính phủ.

11. Tỉnh ủy Điện Biên. (2021). *Nghị quyết số 03-NQ/TU về phát triển du lịch tỉnh Điện Biên đến năm 2025, tầm nhìn đến 2030*. Điện Biên: Văn phòng Tỉnh ủy Điện Biên.
12. Ủy ban nhân dân tỉnh Điện Biên. (2023). *Quyết định số 345/QĐ-UBND về phát triển du lịch tỉnh Điện Biên đến năm 2025, tầm nhìn đến 2030*. Điện Biên: Văn phòng UBND tỉnh Điện Biên.

Harnessing cultural values for developing distinctive tourism products in Dien Bien province

Tran Thanh Bac

Dien Bien Pedagogical College

*tranbac0204vns@gmail.com

Abstract Dien Bien is a mountainous border province located in the Northwest region of Viet Nam. It not only holds a strategically important geopolitical position but also possesses a rich and distinctive traditional cultural space. This is a significant advantage that few localities possess. However, the exploitation of traditional cultural values, including both tangible and intangible cultural heritage, in the development of the province's distinctive tourism products still presents issues that require further research and discussion. In this article, the author focuses on analyzing the potential, assessing the current situation, and proposing several solutions to leverage cultural values in developing unique tourism products, thereby promoting sustainable tourism development in Dien Bien province.

Keywords Điện Biên Province; cultural values; distinctive tourism products