

Từ ký ức đến trải nghiệm: vai trò của Bảo tàng Chứng tích Chiến tranh trong định hình sản phẩm du lịch đặc thù tại TP. HCM

Nguyễn Thị Thanh Diệu, Đinh Ngọc Hằng

Bảo tàng Chứng tích Chiến tranh

Email: thanhdiu349@gmail.com

Tóm tắt

Bài viết sử dụng phương pháp thực địa và phân tích SWOT làm rõ các giá trị của Bảo tàng Chứng tích Chiến tranh – nơi không chỉ lưu giữ ký ức chiến tranh mà còn tạo ra những trải nghiệm cảm xúc và giáo dục sâu sắc về hòa bình, nhân quyền – làm cơ sở hình thành sản phẩm du lịch đặc thù góp phần phát triển du lịch đô thị tại Thành phố Hồ Chí Minh. Trong bối cảnh Thành phố Hồ Chí Minh đang vươn mình trở thành đô thị tầm cỡ khu vực và thế giới, sản phẩm du lịch gắn với giá trị nhân văn như bảo tàng góp phần định hình bản sắc đô thị, khẳng định vị thế văn hóa Việt Nam trên bản đồ quốc tế.

Nhận 27/04/2025

Được duyệt 08/08/2025

Công bố 30/09/2025

Từ khóa

Thành phố Hồ Chí Minh, sản phẩm du lịch đặc thù, bảo tàng, Chứng tích Chiến tranh

© 2025 Journal of Science and Technology - NTTU

1. Mở đầu

Nghị quyết số 31-NQ/TW ngày 30/12/2022 của Bộ Chính trị và Quyết định số 509/QĐ-TTg ngày 13/6/2024 của Thủ tướng Chính phủ đều nhấn mạnh vai trò chiến lược của Thành phố Hồ Chí Minh (TP HCM) xác định du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn, góp phần xây dựng hình ảnh một đô thị năng động, có bản sắc văn hóa đặc sắc và dịch vụ chất lượng cao, trở thành điểm đến nổi bật toàn cầu. TP HCM là đô thị đặc biệt, trung tâm kinh tế, văn hóa, giáo dục đào tạo, khoa học công nghệ, đầu mối giao lưu và hội nhập quốc tế.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và cạnh tranh gay gắt giữa các điểm đến du lịch, việc xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù không chỉ là xu hướng tất yếu mà còn là chiến lược phát triển bền vững của ngành công nghiệp không khói. Theo thống kê của Sở Du lịch TP HCM, khách quốc tế đến TP HCM trong ba tháng của năm 2025, khách quốc tế là 1.635.620 lượt, tăng 18,2 % so với cùng kỳ năm 2024, đạt 19,2 % so với kế hoạch năm 2025; khách nội địa là 8.574.194 lượt, tăng 6,3 %, đạt 19,1 % so với kế hoạch năm 2025. Tổng thu của ngành du lịch Thành phố đạt 56.662 tỷ đồng, tăng 26,7 % so với cùng kỳ năm 2024, đạt 21,8 % so với kế hoạch năm 2025 [1]. Với những điều đạt được có thể thấy TP HCM hôm nay đã khoác lên mình một diện mạo đô thị trẻ trung, hiện đại, tiềm năng lớn trong quá trình hội nhập và thương hiệu du lịch TP HCM ngày càng được khẳng định trên trường quốc tế. Trong

năm 2024, TP HCM đã được Tổ chức Giải thưởng Du lịch thế giới (World Travel Awards) vinh danh là “Điểm đến du lịch kinh doanh hàng đầu châu Á 2024”; “Điểm đến lễ hội và sự kiện hàng đầu châu Á 2024”; “Cơ quan du lịch thành phố hàng đầu châu Á 2024” và là năm thứ 5 liên tiếp giữ vững vị thế “Điểm đến du lịch MICE hàng đầu châu Á”, Top 20 thành phố có ẩm thực ngon nhất thế giới, Top 10 địa điểm du lịch tốt nhất Việt Nam năm 2024 [2]. TP HCM là nơi có nền du lịch năng động nên việc đầu tư phát triển các sản phẩm mang đậm bản sắc dân tộc, giá trị lịch sử nhân văn sâu sắc trở thành yêu cầu cấp thiết nhằm nâng cao sự cạnh tranh và thu hút nhiều hơn du khách trong và ngoài nước.

Trong hệ thống thiết chế văn hóa của Thành phố, hệ thống bảo tàng như một điểm đến đặc biệt, không chỉ nội dung trưng bày mang tính nhân văn sâu sắc mà còn bởi khả năng tạo ra trải nghiệm nhận thức cảm xúc, giáo dục độc đáo cho người tham quan. TP HCM là một trong hai địa phương có nhiều bảo tàng nhất trong cả nước và đều tập trung ở vị trí trung tâm Thành phố. Trong đó, Bảo tàng Chứng tích Chiến tranh (BTCTCT) là bảo tàng có lượng khách tham quan đông nhất, trung bình mỗi năm bảo tàng đón hơn 1 triệu lượt khách, trong đó trên 70 % là khách quốc tế. Trong bối cảnh hiện nay, sự kỳ vọng của du khách không ngừng thay đổi thì việc nhận diện, đánh giá và làm mới các sản phẩm du lịch đặc thù là điều vô cùng cần thiết. Với hệ thống trưng bày được tổ chức bài bản, nội

dung có chiều sâu và thông điệp rõ ràng, bảo tàng không chỉ kể lại câu chuyện lịch sử về nỗi đau chiến tranh và khát vọng hòa bình mà còn nâng cao chất lượng trải nghiệm, góp phần giáo dục công chúng ý thức về nhân quyền, hòa bình bên cạnh phát triển sản phẩm du lịch đặc thù.

2. Cơ sở lý luận

**Khái niệm sản phẩm du lịch đặc thù*

Theo nghiên cứu của Bùi Thị Lan Hương thì Sản phẩm du lịch đặc thù là những sản phẩm được xây dựng dựa trên giá trị đặc sắc, độc đáo/duy nhất, nguyên bản và đại diện của tài nguyên du lịch (tự nhiên và nhân văn) cho một lãnh thổ/điểm đến du lịch với những dịch vụ không chỉ làm thỏa mãn nhu cầu/mong đợi của du khách mà còn tạo được ấn tượng bởi tính độc đáo và sáng tạo [3].

Theo nghiên cứu của PGS.TS. Đào Thị Ái Thi và TS. Nguyễn Văn Lưu thì Sản phẩm du lịch đặc thù là sản phẩm du lịch có tính hấp dẫn, độc đáo, nguyên bản và đại diện cho tài nguyên du lịch của một điểm du lịch, một địa phương, một vùng, một quốc gia; thỏa mãn nhu cầu du khách và tạo ấn tượng sâu đậm, khó quên. Đây là sự phối kết tổng hòa giá trị tài nguyên du lịch và các nguồn lực riêng có của điểm đến du lịch, là tượng trưng, đại diện và rõ nét, dễ cảm nhận [4].

Từ các định nghĩa trên, có thể thấy rằng sản phẩm du lịch đặc thù là những sản phẩm mang tính độc đáo, nguyên bản, đại diện cho tài nguyên du lịch (tự nhiên hoặc nhân văn) của một điểm du lịch, địa phương, vùng miền đáp ứng nhu cầu cơ bản và tạo ra những trải nghiệm ấn tượng cho du khách, góp phần xây dựng thương hiệu riêng, bản sắc riêng.

** Khái niệm bảo tàng*

Vào ngày 24/8/2022, tại Đại hội Hội đồng Bảo tàng quốc tế (The International Council of Museums gọi tắt là ICOM) lần thứ 26 ở Prague (Cộng hòa Séc), ICOM đã thông qua định nghĩa bảo tàng mới như sau “Bảo tàng là một thiết chế thường trực, phi lợi nhuận, phục vụ xã hội. Bảo tàng thực hiện nghiên cứu, sưu tầm, bảo tồn, diễn giải và trưng bày di sản hữu hình và vô hình. Bảo tàng mở cửa cho công chúng, đảm bảo khả năng tiếp cận và tính bao trùm; thúc đẩy sự đa dạng và phát triển bền vững. Bảo tàng hoạt động và truyền đạt một cách đạo đức, chuyên nghiệp, có sự tham gia của cộng đồng, mang lại những trải nghiệm đa dạng nhằm giáo dục, giải trí, suy ngẫm và chia sẻ tri thức”.

Theo Luật Di sản văn hóa năm 2024 (Luật số 45/2024/QH15), tại khoản 10 Điều 3, định nghĩa về bảo

tàng như sau: “Bảo tàng là thiết chế văn hóa thực hiện nhiệm vụ nghiên cứu, sưu tầm, kiểm kê, tư liệu hóa, bảo quản, trưng bày, diễn giải, giáo dục, truyền thông di sản văn hóa, phục vụ nhu cầu tham quan, học tập, trải nghiệm về lịch sử, văn hóa, khoa học của công chúng và thúc đẩy phát triển bền vững.”

Có thể hiểu, Bảo tàng là một thiết chế văn hóa, thực hiện nghiên cứu, sưu tầm, kiểm kê, bảo quản, trưng bày, giáo dục và truyền thông về di sản văn hóa; phục vụ công chúng tham quan, học tập, trải nghiệm, suy ngẫm và chia sẻ tri thức về lịch sử, văn hóa, xã hội; đồng thời thúc đẩy sự đa dạng văn hóa, đạo đức nghề nghiệp và phát triển bền vững.

**Mối quan hệ giữa bảo tàng và sản phẩm du lịch đặc thù*

Bảo tàng và sản phẩm du lịch đặc thù có mối quan hệ gắn bó chặt chẽ và tương hỗ lẫn nhau. Xét trong cấu trúc của sản phẩm: sản phẩm du lịch đặc thù giữ vai trò là lớp lõi và bảo tàng là lớp vỏ bọc bên ngoài. Trong chuỗi thiết chế văn hóa, bảo tàng chính là không gian lý tưởng để kiến tạo sản phẩm du lịch đặc thù. Với chức năng lưu giữ ký ức tập thể, bảo tồn di sản và tổ chức tri thức, bảo tàng còn là nơi diễn ra các hành vi tiếp nhận, tái hiện và đối thoại giữa con người – lịch sử – cộng đồng – hiện tại. Từ đó, bảo tàng trở thành không gian giáo dục trải nghiệm, nơi du khách không chỉ “nhìn” mà còn “hiểu”, “cảm”, “gắn kết” và “hành động”. Vai trò của bảo tàng trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù không chỉ nằm ở giá trị hiện vật, mà còn ở khả năng tạo dựng thông điệp, xây dựng không gian kể chuyện, định hướng cảm xúc và thúc đẩy du lịch trách nhiệm. Bảo tàng cung cấp nội dung, chiều sâu và bản sắc để tạo nên sản phẩm du lịch đặc thù, trong khi du lịch tạo ra không gian, nhu cầu và nguồn lực để bảo tàng sống động và phát triển bền vững. Việc gắn kết hai lĩnh vực này là xu hướng tất yếu trong phát triển du lịch văn hóa hiện đại.

3. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thực địa (fieldwork) trong nghiên cứu du lịch văn hóa – bảo tàng được hiểu là quá trình thu thập dữ liệu trực tiếp tại hiện trường thông qua các kỹ thuật như quan sát, ghi chép hiện tượng, chụp ảnh, phỏng vấn khách tham quan, cán bộ bảo tàng hoặc chuyên gia và trải nghiệm thực tế không gian trưng bày. Khi áp dụng vào nghiên cứu BTCTCT, phương pháp này cho phép người nghiên cứu tiếp cận trực tiếp cảm xúc, hành vi và nhận thức của khách du lịch khi tương tác với các không gian triển lãm, nội dung trưng bày (ảnh, hiện vật, âm thanh...),

từ đó hiểu rõ hơn về giá trị giáo dục, nhân văn và tác động cảm xúc mà bảo tàng tạo ra. Ngoài ra, quan sát hành vi của khách du lịch trong các khu vực như phòng chiếu phim, khu lưu niệm, hay các chương trình hướng dẫn tham quan cũng giúp xác định được mức độ tương tác và chất lượng trải nghiệm tại điểm đến.

Phương pháp thực địa còn góp phần kiểm chứng trực tiếp những phân tích lý thuyết hoặc tài liệu thứ cấp liên quan đến vai trò của bảo tàng trong du lịch đô thị. Thông qua việc khảo sát thực tế, nhà nghiên cứu có thể đánh giá tính độc đáo, sức hấp dẫn, thông điệp truyền thông và năng lực tổ chức hoạt động của bảo tàng như một sản phẩm du lịch đặc thù. Đây là một bước không thể thiếu nếu muốn xây dựng luận cứ khoa học vững chắc về bảo tàng trong vai trò điểm đến văn hóa – giáo dục trong lòng đô thị hiện đại.

4. Sản phẩm du lịch đặc thù tại BTCTCT

**Tổng quan*

Theo Đại Nam nhất thống chí, BTCTCT là nơi vua Minh Mạng đã chào đời, sau khi lên ngôi, vua cho lập Quốc Ân Khải Tường tự tại đây. Mảnh đất này bị thực dân Pháp, đế quốc Mỹ sử dụng vào nhiều mục đích khác nhau như chiếm làm đồn lũy, trường học nam nhằm đào tạo giáo viên, xây dựng dinh thự dành cho quan chức trong bộ máy cai trị, trường Đại học Y Dược, nơi ở của các cố vấn quân sự Mỹ.

Sau ngày 30/4/1975, ngày 04/9/1975, chính quyền Cách mạng đã chọn nơi đây làm Nhà Trưng bày tội ác Mỹ – Ngụy. Qua nhiều lần đổi tên, đến ngày 04/7/1995, trong bối cảnh tiến tới bình thường hóa quan hệ ngoại giao với Hoa Kỳ, Nhà trưng bày chính thức chuyển đổi thành BTCTCT cho đến ngày nay. Hiện nay, BTCTCT là đơn vị trực thuộc Sở Văn hóa và Thể thao TP HCM, nằm trong hệ thống các bảo tàng Việt Nam, các bảo tàng vì hòa bình thế giới (INMP) và là thành viên của Hội đồng các bảo tàng thế giới (ICOM).

Từ năm 2012, BTCTCT đã liên tục được trang web du lịch uy tín TripAdvisor bình chọn là một trong số bảo tàng hấp dẫn nhất châu Á. Năm 2018, BTCTCT đã liên tục được TripAdvisor bình chọn là một trong 10 bảo tàng hấp dẫn nhất thế giới trong giải thưởng Travelers' Choice Awards. Trong khi phần lớn các bảo tàng trong top 10 đều đến từ châu Âu và Bắc Mỹ thì BTCTCT của Việt Nam là đại diện châu Á duy nhất góp mặt. Mỗi năm, Bảo tàng đón khoảng hơn 1 triệu lượt khách, trong đó khoảng 2/3 là du khách quốc tế. Đặc biệt, vào dịp Lễ 30/4, lượng khách đến tham quan gần 10.000 lượt/ngày. Ngày

26/04/2025 Bảo tàng được Thành ủy TP HCM vinh danh là một trong 50 công trình/cụm công trình xây dựng tiêu biểu của TP HCM.

** BTCTCT: giá trị đặc thù và sức hút độc nhất*

Bảo tàng lưu giữ hơn 20.000 tài liệu, hiện vật và phim ảnh, trong đó hơn 1.500 tài liệu, hiện vật, phim ảnh đã được đưa vào giới thiệu ở 09 chuyên đề trưng bày thường xuyên, nhiều trưng bày chuyên đề ngắn ngày và chuyên đề lưu động. Bảo tàng chuyên nghiên cứu, sưu tầm, lưu trữ, bảo quản và trưng bày những tư liệu, hình ảnh, hiện vật về những chứng tích tội ác và hậu quả của các cuộc chiến tranh mà các thế lực xâm lược đã gây ra đối với Việt Nam. BTCTCT không chỉ là nơi lưu giữ hiện vật lịch sử mà còn là một không gian giáo dục công chúng có chiều sâu nhân văn đặc biệt, nơi sản phẩm du lịch không đơn thuần là dịch vụ tham quan, mà là một hành trình trải nghiệm văn hóa – cảm xúc – nhận thức. Sản phẩm đặc thù tại đây chính là quá trình chuyển hóa ký ức chiến tranh thành bài học lịch sử sống động và thông điệp nhân văn toàn cầu về hòa bình và nhân quyền.

Hiện nay, bảo tàng trưng bày có 09 chuyên đề thường xuyên gồm các nội dung trọng tâm như “Tội ác chiến tranh xâm lược”, “Hậu quả chất độc da cam/dioxin trong cuộc chiến tranh xâm lược của Mỹ ở Việt Nam”, “Chế độ lao tù trong chiến tranh xâm lược Việt Nam”, “Thế giới ủng hộ Việt Nam kháng chiến chống Mỹ 1954 – 1975”... Toàn bộ nội dung trưng bày được bố trí theo chủ đề, thời gian, thông điệp giúp công chúng tiếp cận theo cả chiều rộng và chiều sâu lịch sử. Ôn lại các sự kiện lịch sử này với cái nhìn khoa học, khách quan, cầu thị trên tinh thần tôn trọng sự thật, khép lại quá khứ hướng tới tương lai để rút ra những bài học cho tương lai, bảo vệ được độc lập chủ quyền và toàn vẹn lãnh thổ, nói “không” với chiến tranh và nói “có” với hòa bình.

Bên cạnh đó, bảo tàng có nhiều chuyên đề trưng bày ngắn ngày như “Tình yêu trong chiến tranh”, “Khát vọng sống”, “Tìm lại ký ức”, “Hiệp định Paris về Việt Nam – cánh cửa đến hòa bình”, “Điện Biên Phủ trên không – 50 năm nhìn lại”, “Làn sóng phản đối cuộc chiến tranh phi nghĩa của Mỹ ở Việt Nam”, “Phong trào hòa bình Nhật Bản ủng hộ Việt Nam trong chiến tranh (1954-1975)”... được đánh giá cao về chiều sâu thông điệp và khả năng tiếp cận cộng đồng quốc tế, nêu cao ý thức chống chiến tranh phi nghĩa, bảo vệ hòa bình và tình đoàn kết hữu nghị giữa nhân dân các nước trên thế giới.

Với phương châm bảo tàng trở thành trường học, đưa bảo tàng đến gần với công chúng hơn, bảo tàng hiện có 19

chuyên đề trưng bày lưu động như “Trẻ em thời chiến”, “Biển đảo Việt Nam: Đẹp và Thanh bình”, “Tranh cổ động khát vọng hòa bình”, “Khát vọng hòa bình của Hồ Chí Minh”, “Việt Nam: Chiến tranh và Hòa bình”... nhằm đánh thức và lan tỏa về khát vọng hòa bình, gìn giữ đất nước mà ông cha ta đã xây dựng đến công chúng chưa có điều kiện tiếp cận bảo tàng.

Theo ông Peter Kaufmann - chuyên gia bảo tàng người Mỹ “Cái mà cộng đồng quan tâm là sự kết nối không chỉ giữa người với người mà còn giữa con người với hiện vật. Bảo tàng như chất xúc tác tạo sự kết nối, sự thông cảm, hiểu biết giữa người với nhau... Mấu chốt là việc làm thế nào để những người trong cộng đồng mang đến bảo tàng những hiện vật đắt giá, thu hút khách đến tham quan” [2]. Chính vì vậy, để tạo sự gắn kết cộng đồng các hoạt động trải nghiệm tương tác ở bảo tàng cũng được chú trọng như tổ chức thực hiện giao lưu với nhân chứng, nạn nhân chiến tranh; tọa đàm các chuyên đề về nhân quyền và ký ức, hậu quả của chiến tranh, ghi cảm tưởng hoặc vẽ lại cảm xúc sau khi tham quan, tổ chức hoạt động giáo dục cho học sinh, sinh viên qua việc thử làm hướng dẫn viên bảo tàng, gia đình 3 thế hệ cùng tham quan bảo tàng..., nhằm thu hút sự quan tâm của các thế hệ gia đình Việt Nam đến với bảo tàng, đặc biệt là thế hệ trẻ có một cảm nhận sâu sắc nhất qua chính những trải nghiệm của mình, nhận ra giá trị to lớn của hòa bình đối với dân tộc Việt Nam nói riêng và thế giới nói chung.

Đặc biệt, năm 2010 công ty Center Tourist (Nhật Bản) và các nhà tài trợ Việt Nam khác đã hỗ trợ bảo tàng thực hiện không gian giáo dục hòa bình cho thiếu nhi với chuyên đề “Bồ câu trắng” – biểu tượng chú bồ câu trắng, biểu tượng của hòa bình. Đến năm 2017, không gian này được BTCTCT đã phối hợp với ông Toshiaki Uchimoto (Hiệu phó trường Trung học Cơ sở Thành phố Awachinagano, Nhật Bản) và các tình nguyện viên là họa sĩ, sinh viên Nhật Bản nhằm tạo sự đổi mới cho thiếu nhi. Không gian này là nơi không chỉ để các em thiếu nhi vui chơi mà còn giáo dục cho các em về hậu quả chiến tranh xâm lược, từ đó các em sẽ biết trân trọng giá trị của hòa bình, tự do, hạnh phúc của dân tộc, tình hữu nghị với các dân tộc trên thế giới. Nhiều hoạt động trải nghiệm cho thiếu nhi cũng đã được thực hiện như vẽ tranh, trò chơi phục hồi cây bị trụi lá do ảnh hưởng chất độc hóa học... Phòng “Bồ câu trắng” viết tiếp câu chuyện hòa bình trong nhận thức của thế hệ tương lai của đất nước.

Một biểu tượng hòa bình đặc trưng của BTCTCT, đó chính là chiếc chuông hòa bình. Chúng ta thường biết đến

chim bồ câu, cành oliu hay ký hiệu vòng tròn với 3 đường kẻ mang ý nghĩa “Giải trừ vũ khí hạt nhân” là biểu tượng của hòa bình nhưng “Chuông hòa bình” cũng đã trở thành biểu tượng hòa bình của nhân dân nhiều nước trên thế giới như Tây Ban Nha, Thổ Nhĩ Kỳ, Canada, Hoa Kỳ, Úc, Nhật Bản... Giai đoạn từ năm 1960-1972, quân đội Mỹ đã ném bom vào khu tam giác sắt (Hàm Thắng, Hàm Chính, Hàm Liêm), huyện Hàm Thuận Bắc, tỉnh Bình Thuận gây ra nhiều mất mát, đau thương cho người dân ở những vùng này. Chùa Bửu Lâm nằm trong khu Ấp chiến lược do chính quyền Việt Nam Cộng hòa thiết lập, trở thành địa điểm liên lạc của cách mạng và thực hiện việc chôn cất tử sĩ của cả hai bên. Người dân đã cất lấy một nửa vỏ quả bom chưa nổ, nặng 500 cân Anh (tương đương 250 kg) làm thành Đại hồng chung, chùa khai thị lên đó bốn chữ Hán: Xuân, Hạ, Thu, Đông tượng trưng cho bốn mùa, cũng là vòng luân hồi theo quan điểm nhà Phật. Mỗi khi được đánh lên, tiếng chuông từ quả bom không nổ ngân vang như truyền đi thông điệp cầu mong quê hương, đất nước sớm được thanh bình. Lòng yêu mến hòa bình, tự do của dân tộc Việt Nam được thể hiện xuyên suốt lịch sử theo cách rất riêng, ngay cả một quả bom cũng có thể mang ý nghĩa khác dưới cách nhìn của người Việt – “Quả chuông Hòa Bình”. Khi đến thăm bảo tàng, khách tham quan đều không quên gióng lên những hồi chuông nguyện cầu bình an cho bản thân, gia đình, hòa bình cho nhân loại.

Không nơi nào khác tại Việt Nam và thậm chí trên thế giới có thể dựng lại một bức tranh chân thực và toàn diện về cuộc chiến tranh ở Việt Nam: không chỉ phản ánh tội ác, hậu quả của chiến tranh mà còn tôn vinh tinh thần đấu tranh của nhân dân Việt Nam và sự ủng hộ của cộng đồng quốc tế như tại BTCTCT. Bên cạnh đó, bố cục trưng bày và nội dung kể chuyện giúp người tham quan không chỉ “nhìn thấy” mà còn “cảm thấy” và “suy nghĩ”, đưa người tham quan trải qua các cung bậc từ bàng hoàng, xúc động đến thấu hiểu và trân trọng hòa bình. Sản phẩm của BTCTCT là một trải nghiệm nội tâm. Từ những nỗi đau của chiến tranh, gửi gắm đến khách tham quan hướng tới hành động hỗ trợ nạn nhân chiến tranh, tham gia các chiến dịch vì hòa bình, lên tiếng vì nạn nhân chất độc da cam... Điều này cũng chính là đặc trưng riêng, góp phần định hình nên sản phẩm du lịch đặc thù mang giá trị toàn cầu.

***Phát huy giá trị và đổi mới sản phẩm du lịch đặc thù tại Bảo tàng**

Bằng công cụ SWOT kết hợp tiến hành phân tích, xác định các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức làm cơ

sở trong việc xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù cho bảo tàng góp phần vào phát triển du lịch đô thị TP HCM bền vững.

Strengths – Điểm mạnh - Nơi duy nhất ở Việt Nam và hiếm có trên thế giới có hệ thống trưng bày toàn diện, sâu sắc về tội ác chiến tranh, hậu quả bom mìn, chất hóa học da cam/dioxin... - Thông điệp nhân văn, có tính toàn cầu: Từ những câu chuyện, tư liệu, hiện vật trưng bày, bảo tàng không nhằm mục đích khơi gợi nỗi đau, mà để nhắc nhở mọi người đừng quên nỗi đau chiến tranh, khắc sâu bài học về nhân quyền, về khát vọng hòa bình. - Nằm ở vị trí trung tâm thành phố và gần sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất, nhiều cảng tàu, tuyến xe lửa Bắc Nam bảo tàng dễ dàng tiếp cận khách du lịch trong và ngoài nước. - Bảo tàng là thành viên của Hội đồng Bảo tàng Quốc tế (ICOM), các bảo tàng vì Hòa bình (INMP), thuận lợi cho các giao lưu hợp tác quốc tế. - 100 % đội ngũ cán bộ nhân viên được chuẩn hóa về trình độ phù hợp vị trí việc làm. - Bảo tàng hằng năm đều nhận được những giải thưởng tiêu biểu Thành phố và trang web du lịch uy tín TripAdvisor bình chọn, khẳng định thương hiệu của bảo tàng cũng như kích thích sự tò mò của công chúng.	Weaknesses – Điểm yếu - Tính hấp dẫn đối với giới trẻ thế hệ gen Z còn hạn chế, chủ yếu các bạn đến bảo tàng vì nằm trong chương trình học tập, hiệu ứng đám đông. - Cách trưng bày còn thiên về tính chưa thật sự đột phá, còn ít ứng dụng công nghệ số (AR, VR, thuyết minh tự động đa ngôn ngữ...), chưa tận dụng hết tiềm năng của du lịch trải nghiệm hiện đại. - Thiếu tour kết nối với các điểm di tích khác để mở rộng không gian ký ức liên vùng.
Opportunities – Cơ hội - Chính sách phát triển du lịch mạnh mẽ từ Trung ương và địa phương xác định du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn đến năm 2030. - TP HCM cũng đầu tư lớn vào cơ sở hạ tầng và truyền thông du lịch thông minh, tạo điều kiện thuận lợi để bảo tàng đổi mới và phát triển. - Cách mạng công nghiệp 4.0: chuyển đổi số đưa ứng dụng công nghệ mới vào hoạt động trưng bày, hướng dẫn, tương tác, tạo nên các trải nghiệm đa giác quan, mang tính giáo dục sâu sắc và hiện đại hóa bảo tàng. - Tình hình chính trị, an ninh quốc phòng trong tình trạng ổn định.	Threats – Thách thức - Cạnh tranh với các sản phẩm du lịch giải trí: đặc biệt giới trẻ thường ưu tiên lựa chọn các sản phẩm giải trí, khám phá hơn các sản phẩm mang tính suy ngẫm. - Tính nhạy cảm của các chủ đề trưng bày có thể tạo ra phản ứng trái chiều từ một bộ phận khách tham quan quốc tế hoặc bị hiểu sai nếu không được hướng dẫn, truyền tải đúng cách. - Cơ sở hạ tầng còn hạn chế vào mùa cao điểm của du lịch.

BTCTCT không chỉ là nơi lưu giữ ký ức lịch sử mà còn là một không gian du lịch văn hóa – nhân văn mang tính biểu tượng và độc nhất vô nhị trong lòng đô thị TP. HCM. Với nội dung trưng bày tập trung vào hậu quả của chiến tranh, thông điệp phản chiến, hòa bình và nhân quyền, bảo tàng tạo ra một trải nghiệm mạnh về cảm xúc và nhận thức, vượt ra khỏi khuôn khổ “tham quan truyền thống” và hướng đến hình thức du lịch giáo dục và trải nghiệm tư tưởng (experiential and values-based tourism). Với vai

trò là điểm đến mang tính biểu tượng về lịch sử và khát vọng hòa bình, bảo tàng có thể trở thành trung tâm kết nối chuỗi di sản tại TP HCM góp phần tạo nên hành trình du lịch văn hóa – lịch sử toàn diện hơn. Chẳng hạn như liên kết với các di tích Dinh Độc Lập, Bến Nhà Rồng, Địa đạo Củ Chi, bảo tàng TP HCM, bảo tàng Lịch sử TP HCM... xây dựng các chương trình liên tuyến theo chủ đề lịch sử, hòa bình và ký ức chiến tranh đồng thời có thể kết hợp tổ chức triển lãm lưu động, hoạt động giáo dục, giao lưu văn

hóa tại các điểm đến không chỉ gia tăng giá trị trải nghiệm cho du khách mà còn làm nổi bật chiều sâu của ký ức đô thị và bản sắc dân tộc. Trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 phát triển mạnh mẽ, việc ứng dụng công nghệ hiện đại như thực tế ảo (VR), thực tế tăng cường (AR) và thuyết minh đa ngôn ngữ tại BTCTCT là xu hướng tất yếu nhằm nâng cao chất lượng trải nghiệm cho khách tham quan. Bảo tàng ứng dụng công nghệ số vào các chủ đề trưng bày giúp tái hiện chân thực không gian, sự kiện lịch sử mang đến cảm nhận trực quan và sâu sắc hơn cho người xem cũng như thông qua các thiết bị hỗ trợ tạo ra sự tương tác linh hoạt, hấp dẫn góp phần số hóa, bảo tồn tư liệu hướng đến mô hình bảo tàng thông minh. Hệ thống thuyết minh đa ngôn ngữ hỗ trợ khách quốc tế tiếp cận thông tin dễ dàng, đồng thời thể hiện tính chuyên nghiệp của bảo tàng.

Trong bối cảnh TP HCM đang phát triển thành đô thị quốc tế, những sản phẩm du lịch có chiều sâu văn hóa và giá trị nhân văn như bảo tàng trở thành tài nguyên chiến lược trong việc định vị bản sắc đô thị. Bảo tàng góp phần kể lại lịch sử dân tộc dưới góc nhìn nhân đạo, giúp khách quốc tế hiểu hơn về quá khứ của Việt Nam, trong khi truyền cảm hứng về hòa bình và sự phục hồi cho khách nội địa. Không gian này không chỉ mang tính lịch sử mà còn tạo ra giá trị du lịch mang tính học thuật, nhân văn và quốc tế, điều mà rất ít điểm đến đô thị khác có thể đáp ứng.

Với tính duy nhất về chủ đề, vị trí trung tâm đô thị, khả năng gây xúc cảm mạnh mẽ và sức thu hút khách quốc tế

cao, BTCTCT xứng đáng được xem là một sản phẩm du lịch đặc thù, góp phần định hình hình ảnh TP HCM như một đô thị không chỉ hiện đại mà còn giàu chiều sâu văn hóa – lịch sử và tinh thần hòa bình. Trong bối cảnh hiện nay khi các loại hình vui chơi giải trí đang tràn ngập đời sống xã hội nhưng lại được công chúng đón nhận một cách thiếu suy xét. Trong khi, Bảo tàng là một thiết chế văn hóa nếu được đầu tư đúng mức sẽ là “thương hiệu mềm” giàu cảm xúc, góp phần xây dựng một TP HCM nghĩa tình, hiện đại và mang tầm khu vực.

5. Tổng kết

Sản phẩm du lịch đặc thù của Bảo tàng không chỉ đơn thuần là điểm đến thu hút du khách mà chính là sự trải nghiệm cảm nhận và suy ngẫm sâu sắc về nỗi đau chiến tranh và khát vọng hòa bình – là hệ giá trị lịch sử nhân văn và có tiềm năng quốc tế cao như Timothy Ambrose và Crispin Paine khẳng định “Bảo tàng là ngôi nhà cất giữ những báu vật của loài người. Nó lưu giữ các ký ức của các dân tộc, các nền văn hóa, những ước mơ và hy vọng của con người trên toàn thế giới” [1, 24]. Thông qua việc phát triển du lịch tại TP HCM, giá trị nhân văn của Bảo tàng được đến gần với công chúng hơn, lan tỏa đến quốc tế nhiều hơn, góp phần xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù tại TP HCM đậm đà bản sắc dân tộc.

Lời cảm ơn: Chúng tôi xin cảm ơn Trường đại học Nguyễn Tất Thành, Thành phố Hồ Chí Minh đã hỗ trợ cho nghiên cứu này.

Tài liệu tham khảo

1. Cổng thông tin điện tử Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2025), Khách quốc tế đến Thành phố Hồ Chí Minh tăng 18,2 % trong 3 tháng đầu năm 2025 so với cùng kỳ năm 2024, nguồn <https://bvhttdl.gov.vn/khach-quoc-te-den-thanh-pho-ho-chi-minh-tang-182-trong-3-thang-dau-nam-2025-so-voi-cung-ky-nam-2024-20250326082544724.htm?utm>
2. Báo điện tử Chính phủ (2024), TPHCM chiến thắng 3 hạng mục quan trọng tại giải thưởng du lịch MICE thế giới, <https://tphcm.chinhphu.vn/tphcm-chien-thang-3-hang-muc-quan-trong-tai-giai-thuong-du-lich-mice-the-gioi-101240904205539728.htm>
3. Lan Hương (2017), Khái niệm về sản phẩm du lịch đặc thù, nguồn <https://lanhuonghcm.blogspot.com/2017/05/khai-niem-ve-san-pham-du-lich-ac-thu.html>
4. Đào Thị Ái Thi – Nguyễn Văn Lưu (2023), Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, nguồn <https://www.quanlynhanuoc.vn/2023/12/28/phat-trien-san-pham-du-lich-dac-thu-tro-thanh-nganh-kinh-te-mui-nhon/?utm>
5. Timothy Ambrose và Crispin Paine (2024), Cơ sở bảo tàng, Bảo tàng Cách mạng Việt Nam xuất bản, Hà Nội, tr.24
6. Minh An (2014), Bảo tàng và cộng đồng, nguồn <https://www.sggp.org.vn/bao-tang-va-cong-dong-post128358.html>
7. Bảo tàng Chứng tích Chiến tranh, nguồn <https://baotangchungtichchientranh.vn>
8. TripAdvisor (2023), Reviews on War Remnants Museum, Ho Chi Minh City, nguồn <https://www.tripadvisor.com.vn>



From memory to experience: the role of the War Remnants Museum in shaping unique tourism products in Ho Chi Minh city

Nguyen Thi Thanh Dieu, Dinh Ngoc Hang

War Remnants Museum

Email: thanh Dieu349@gmail.com

Abstract The article employs fieldwork and SWOT analysis to elucidate the values of the War Remnants Museum – a place that not only preserves the memory of war but also offers deeply emotional and educational experiences about peace and human rights. These values serve as the foundation for developing a distinctive tourism product that contributes to urban tourism development in Ho Chi Minh City. In the context of Ho Chi Minh City's aspiration to become a regional and global metropolis, tourism products associated with humanistic values – such as museums – play a vital role in shaping urban identity and affirming Vietnam's cultural position on the international stage.

Keywords Ho Chi Minh City, distinctive tourism product, museum, War Remnan

MỘT SỐ HÌNH ẢNH TẠI BẢO TÀNG CHỨNG TÍCH CHIẾN TRANH



