

Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù gắn với di sản văn hóa phi vật thể: thách thức và cơ hội

Giang Hào Côn, Nguyễn Xuân Cường

Trung tâm Tin học NTT, Khoa Công nghệ Thông tin, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

ghcon@ntt.edu.vn, nxcuong@ntt.edu.vn

Tóm tắt

Nghiên cứu này tập trung khám phá việc phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù được hình thành từ di sản văn hóa phi vật thể, bao gồm nghệ thuật trình diễn truyền thống, lễ hội, nghi lễ và nghề thủ công. Di sản văn hóa phi vật thể không chỉ mang ý nghĩa văn hóa sâu sắc mà còn hàm chứa tiềm năng kể chuyện phong phú, góp phần tạo nên những trải nghiệm du lịch chân thực và sống động. Tuy nhiên, quá trình chuyển hóa các yếu tố di sản này thành sản phẩm du lịch khả thi đặt ra nhiều thách thức – như việc bảo tồn tính xác thực, ngăn ngừa sự thương mại hóa thái quá, và đảm bảo sự tham gia của cộng đồng địa phương. Nghiên cứu này phân tích những thách thức nêu trên, đồng thời nhận diện các cơ hội đổi mới, phục hồi văn hóa và phát triển kinh tế thông qua du lịch có trách nhiệm. Dựa trên các thực tiễn tiêu biểu toàn cầu và nghiên cứu tình huống tại địa phương, bài báo đề xuất các khuyến nghị chiến lược nhằm giúp các bên liên quan hài hòa giữa phát triển du lịch và bảo tồn văn hóa. Mục tiêu là xây dựng các sản phẩm du lịch tôn vinh bản sắc văn hóa, đồng thời nâng cao sức cạnh tranh điểm đến theo hướng ý nghĩa, đạo đức và bền vững.

Nhận 30/05/2025

Được duyệt 07/08/2025

Công bố 30/09/2025

Từ khóa

Di sản văn hóa phi vật thể; Sản phẩm du lịch đặc sắc; Bảo tồn văn hóa; Trải nghiệm đích thực; Sự tham gia của cộng đồng; Đổi mới du lịch.

© 2025 Journal of Science and Technology - NTTU

1. Giới thiệu

1.1. Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý luận

Sự phát triển các sản phẩm du lịch dựa trên di sản văn hóa phi vật thể (DSVHPVT) đã trở thành một trọng tâm của nhiều nghiên cứu quốc tế và trong nước trong hai thập kỷ gần đây. Theo Timothy và Nyaupane (3), DSVHPVT không chỉ là một dạng tài nguyên văn hóa cần được bảo tồn, mà còn là yếu tố thiết yếu trong việc xây dựng trải nghiệm du lịch đặc thù, có khả năng kể chuyện và kết nối sâu sắc với du khách. (5) bổ sung rằng việc kiến tạo các “tưởng tượng du lịch” (tourism imaginaries) chính là quá trình tái cấu trúc ký ức và bản sắc cộng đồng thông qua trải nghiệm di sản.

Trên nền lý thuyết về du lịch văn hóa và bảo tồn di sản sống, UNESCO năm 2023 (1) đã xác định vai trò chủ thể không thể thay thế của cộng đồng trong bảo tồn và tái tạo DSVHPVT, đồng thời nhấn mạnh rằng di sản chỉ thực sự sống động khi được tiếp tục thực hành trong bối cảnh xã hội đương đại. Điều này gợi mở cách tiếp cận phát triển sản phẩm du lịch như một quá trình đồng kiến tạo giữa cộng đồng – du khách – thị trường thay vì là sự “biểu diễn hóa” đơn tuyến. Cohen (7) nhấn mạnh mối quan hệ hai chiều giữa di sản và phát triển du lịch: trong khi du lịch có thể tạo nguồn lực cho bảo tồn, thì ngược lại, di sản mang lại tính cạnh tranh bền vững cho điểm đến nếu được quản trị đúng hướng. Cùng quan điểm đó,

(6) đề xuất khung tiếp cận “phát triển du lịch địa phương hóa” (localized tourism development) dựa trên tri thức bản địa, tính xác thực và sự tham gia sâu của cộng đồng. Ở Việt Nam, UNESCO năm 2003 (12) đã cảnh báo hiện tượng “thương mại hóa không kiểm soát” có thể làm suy giảm giá trị DSVHPVT nếu thiếu quy hoạch và đối thoại văn hóa liên ngành. Tuy nhiên, tác giả cũng ghi nhận tiềm năng của các mô hình du lịch cộng đồng tại miền núi phía Bắc như Sa Pa, Hà Giang, hay một số lễ hội văn hóa dân gian tại miền Trung và Nam Bộ trong việc duy trì thực hành di sản thông qua du lịch.

Tổng quan lý thuyết cho thấy sự giao thoa giữa các trụ cột:

Xác thực văn hóa (Cultural Authenticity) – theo Cohen (7), là mức độ mà sản phẩm du lịch phản ánh đúng thực hành văn hóa bản địa thay vì chỉ tái hiện cho mục đích thương mại;

Tham gia cộng đồng (Community Participation) – theo lý thuyết của Arnstein (13), phản ánh mức độ cộng đồng được trao quyền và kiểm soát quá trình phát triển du lịch;

Phát triển bền vững (Sustainable Development) – theo định nghĩa của **United Nations World Tourism Organization (UNWTO)**, nhấn mạnh hài hòa giữa lợi ích kinh tế, xã hội và bảo tồn giá trị văn hóa.

Việc kết hợp ba trụ cột lý luận nêu trên cho phép hình thành một khung phân tích có chiều sâu và nền tảng lý thuyết vững chắc cho nghiên cứu này. Từ đó, bài viết không chỉ phản ánh hiện trạng thực tiễn mà còn góp phần đóng góp vào tiến trình xây dựng hệ khái niệm liên quan đến du lịch di sản phi vật thể trong bối cảnh Việt Nam đương đại.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và thị trường du lịch ngày càng đồng nhất, các điểm đến đang nỗ lực tạo sự khác biệt thông qua bản sắc văn hóa. Di sản văn hóa phi vật thể (DSVHPVT) bao gồm truyền thống truyền miệng, nghệ thuật trình diễn, nghi lễ, tri thức dân gian và nghề thủ công là nguồn tài nguyên quý giá để phát triển các sản phẩm du lịch độc đáo và ý nghĩa. Nếu được khai thác đúng cách, DSVHPVT không chỉ làm phong phú trải nghiệm du khách mà còn góp phần bảo tồn văn hóa và trao quyền cho cộng đồng địa phương. Tuy nhiên, quá trình này phức tạp, đòi hỏi sự cân bằng tinh tế giữa động lực thương mại và bảo vệ tính xác thực văn hóa.

Du lịch văn hóa ngày càng trở thành xu hướng nổi bật trong bối cảnh toàn cầu hóa và đô thị hóa nhanh chóng. Trong đó, di sản văn hóa phi vật thể – bao gồm nghệ thuật trình diễn dân gian, tập quán xã hội, tri thức dân gian, và nghề thủ công truyền thống – không chỉ là tài sản quý báu của cộng đồng mà còn là nền tảng để tạo nên các sản phẩm du lịch độc đáo, khác biệt. Việc phát triển sản phẩm du lịch gắn với DSVHPVT mang lại cơ hội kinh tế cho địa phương, góp phần bảo tồn văn hóa và tăng tính bền vững của ngành du lịch. Tuy nhiên, quá trình này cũng đối mặt với nhiều thách thức về khai thác, quản lý và bảo tồn.

1.2. Cơ sở lý luận

Phát triển sản phẩm du lịch gắn với di sản văn hóa phi vật thể (DSVHPVT) là lĩnh vực giao thoa giữa nghiên cứu di sản, phát triển bền vững và quản trị du lịch. Các lý thuyết nền tảng hình thành cho hướng nghiên cứu này gồm:

- Lý thuyết về tính xác thực văn hóa (cultural authenticity),
- Lý thuyết về sự tham gia của cộng đồng (community-based approach), và
- Lý thuyết phát triển du lịch bền vững (sustainable tourism development).

Theo (7), tính xác thực văn hóa không chỉ nằm ở hình thức biểu hiện bên ngoài mà còn gắn liền với ngữ cảnh xã hội và chức năng cộng đồng của thực hành văn hóa. (5) bổ sung rằng “tính xác thực” trong du lịch là kết quả của sự thương lượng giữa cộng đồng – du khách – thị trường, chứ không phải yếu tố bất biến.

Lý thuyết tiếp cận cộng đồng (10) nhấn mạnh rằng sự tham gia thực chất của người dân địa phương không chỉ góp phần nâng cao chất lượng trải nghiệm du lịch, mà còn tạo điều kiện để gìn giữ và tái sinh các thực hành văn hóa trong bối cảnh hiện đại. Trong khi đó, lý thuyết phát triển du lịch bền vững đề cao sự hài hòa giữa ba yếu tố: kinh tế – văn hóa – sinh thái, trong đó DSVHPVT giữ vai trò then chốt trong việc duy trì tính đặc thù và bền vững dài hạn cho điểm đến.

Khẳng định rằng di sản – nếu được tiếp cận một cách đạo đức – không chỉ là “nội dung du lịch” mà còn là nguồn lực xã hội có khả năng tái thiết cộng đồng sau khủng hoảng. Điều này mở rộng vai trò của du lịch từ chỗ là công cụ khai thác kinh tế sang vai trò phương tiện phục hồi văn hóa và phát triển cộng đồng. (7)

Dựa trên các khung lý thuyết nêu trên, nghiên cứu này xác định rằng việc xây dựng sản phẩm du lịch từ DSVHPVT cần phải được tiếp cận như một quá trình xã hội – văn hóa – kinh tế phức hợp, đòi hỏi sự phối hợp đa ngành và đặt cộng đồng vào vị trí trung tâm

2. Thực trạng phát triển sản phẩm du lịch gắn với di sản văn hóa phi vật thể

2.1. Thực trạng thế giới

Trên phạm vi toàn cầu, việc tích hợp di sản văn hóa phi vật thể (DSVHPVT) vào phát triển sản phẩm du lịch đã và đang được nhiều quốc gia triển khai như một chiến lược làm nổi bật bản sắc điểm đến và thu hút phân khúc du khách tìm kiếm trải nghiệm văn hóa sâu sắc. Các mô hình như du lịch lễ hội truyền thống tại Nhật Bản (matsuri), tour thực hành nghệ thuật trà đạo, múa kabuki, hay du lịch tâm linh gắn với nghi lễ tôn giáo ở Ấn Độ là những ví dụ điển hình cho việc “thể hiện hóa” DSVHPVT trong trải nghiệm du lịch mà vẫn duy trì tính linh thiêng và nguyên bản (12).

Tại châu Âu (7,9), chương trình “Creative Tourism” triển khai tại Tây Ban Nha và Bồ Đào Nha đã tạo ra những sản phẩm cho phép du khách trực tiếp tham gia vào các thực hành truyền thống như làm gốm, dệt vải, chế biến ẩm thực bản địa. Các mô hình này không chỉ nâng cao tính xác thực trong trải nghiệm mà còn góp phần tạo thu nhập cho cộng đồng địa phương – những người gìn giữ di sản. Tuy nhiên, nhiều sản phẩm vẫn gặp rủi ro bị thương mại hóa thái quá, hoặc bị điều chỉnh theo thị hiếu thị trường, làm xói mòn bản sắc văn hóa ban đầu (9).

2.2. Thực trạng tại Việt Nam

Việt Nam là quốc gia có nền văn hóa đa dạng, với hơn 4000 lễ hội, hàng trăm loại hình nghệ thuật truyền thống và tri thức dân gian phong phú. Tính đến năm 2023, Việt Nam có 15 di sản văn hóa phi vật thể được UNESCO

công nhận, trong đó có những di sản nổi bật như Ca trù, Quan họ Bắc Ninh, Nhã nhạc cung đình Huế, Đờn ca tài tử Nam Bộ, và nghệ thuật Bài chòi (13). Đây là nền tảng thuận lợi để phát triển các sản phẩm du lịch văn hóa đặc thù.

Một số địa phương như Huế, Hội An, Sa Pa, Hà Giang đã bước đầu hình thành các mô hình kết hợp DSVHPVT với sản phẩm du lịch như tour nghe Ca Huế trên sông Hương, tham quan làng nghề gốm Bát Tràng, trải nghiệm lễ hội truyền thống ở miền núi phía Bắc. Các sáng kiến này mở ra hướng tiếp cận lấy bản sắc văn hóa làm trung tâm cho định vị thương hiệu du lịch.

Tuy vậy, hiện nay các mô hình triển khai vẫn còn hạn chế cả về chiều sâu văn hóa lẫn tính chuyên nghiệp trong vận hành. Nhiều sản phẩm vẫn mang tính trình diễn bề mặt, thiếu câu chuyện văn hóa rõ ràng, chưa thực sự tạo được không gian cho du khách tham gia, tương tác và đồng kiến tạo giá trị. Việc xây dựng sản phẩm du lịch gắn với DSVHPVT tại Việt Nam còn mang tính “ứng biến”, chưa có khung lý thuyết và chính sách quản trị phù hợp, dẫn đến nguy cơ sao chép mô hình rập khuôn và thương mại hóa quá mức (13).

Bên cạnh đó, mức độ tham gia của cộng đồng trong quá trình hoạch định và vận hành sản phẩm vẫn còn mờ nhạt. Nhiều lễ hội truyền thống bị “sân khấu hóa” để phục vụ du khách, nhưng lại thiếu sự tham vấn từ người dân bản địa – những người có vai trò chủ thể trong thực hành và truyền nối di sản. Việc này không chỉ làm giảm giá trị văn hóa, mà còn tạo ra sự xa cách giữa cộng đồng và ngành du lịch.

Cuối cùng, năng lực chuyển đổi số, truyền thông và thiết kế sản phẩm gắn với DSVHPVT tại địa phương còn yếu. Hầu hết các điểm đến chưa có cơ sở dữ liệu số hóa, hệ thống nội dung kể chuyện (storytelling) hay nền tảng trải nghiệm trực tuyến về di sản. Điều này làm hạn chế khả năng tiếp cận du khách thế hệ mới và giảm năng lực cạnh tranh của sản phẩm du lịch văn hóa trong bối cảnh hội nhập số.

3. Các thách thức chính

Việc tích hợp di sản văn hóa phi vật thể (DSVHPVT) vào sản phẩm du lịch tuy mở ra nhiều cơ hội nhưng cũng đặt ra các thách thức phức tạp, vừa có tính bản thể (liên quan đến chính bản chất của di sản), vừa có tính hệ thống (liên quan đến cách thức tổ chức, quản trị và tiêu thụ di sản trong du lịch). Các thách thức này không tồn tại độc lập, mà đan xen và tạo ra các tác động tiêu cực chéo nếu không được xử lý đúng mức.

3.1. Sự chiếm dụng văn hoá và xói mòn tính xác thực

Một trong những thách thức căn bản là hiện tượng chiếm dụng văn hóa – khi DSVHPVT bị tách rời khỏi ngữ cảnh

gốc và được tái hiện dưới hình thức thương mại hóa. Việc tái dựng lễ hội hay trình diễn nghệ thuật dân gian nhằm phục vụ du khách có thể dẫn đến sự lệch chuẩn về ý nghĩa, chức năng và tinh thần văn hóa ban đầu. Sự thiếu vắng cơ chế kiểm soát nội dung và cách thức thể hiện khiến nhiều giá trị nguyên bản bị bóp méo, dẫn đến sự mất lòng tin từ cả cộng đồng bản địa và du khách tìm kiếm trải nghiệm chân thực (10).

3.2. Vai trò mờ nhạt của cộng đồng địa phương

DSVHPVT gắn liền với đời sống và thực hành văn hóa của cộng đồng. Tuy nhiên, trên thực tế, cộng đồng thường bị đẩy ra ngoài lề trong quá trình hoạch định và tổ chức sản phẩm du lịch. Việc thiếu quyền tham gia vào thiết kế, quản trị và phân phối lợi ích khiến cộng đồng mất đi động lực gìn giữ di sản, thậm chí phản ứng tiêu cực với các can thiệp từ bên ngoài. Điều này đi ngược lại tinh thần của Công ước UNESCO 2003 về bảo vệ DSVHPVT.

3.3. Thiếu cơ chế bảo vệ và tài liệu hoá hệ thống

Một rào cản đáng kể là sự thiếu hụt hệ thống tài liệu hóa, kiểm kê và công nhận DSVHPVT một cách khoa học. Nhiều thực hành văn hóa tồn tại ở dạng truyền miệng, phi chính thức và chưa được hệ thống hóa. Điều này khiến các hoạt động du lịch gặp khó khăn trong việc xây dựng sản phẩm có chiều sâu, đồng thời làm tăng nguy cơ bị hiểu sai, rập khuôn hoặc bị thương mại hóa phiến diện.

3.4. Đứt gãy giữa di sản và thị trường

Sự không ăn khớp giữa giá trị văn hóa bản địa và logic thị trường là một vấn đề mang tính hệ thống. Trong khi ngành du lịch ưu tiên tính giải trí, tốc độ và tiêu chuẩn hóa, thì DSVHPVT yêu cầu thời gian, sự lắng nghe và tiếp xúc chậm rãi. Việc chạy theo xu hướng thị trường có thể dẫn đến các sản phẩm hời hợt, không phản ánh được chiều sâu giá trị bản địa, từ đó làm mất đi điểm khác biệt vốn có của điểm đến.

3.5. Thách thức từ thương mại hoá cực đoan

Khi di sản bị biến thành hàng hóa phục vụ thị trường, nguy cơ bị “biểu diễn hóa” là không thể tránh khỏi. Các yếu tố văn hóa bị biến tấu quá mức có thể dẫn đến sự phản cảm, tạo nên khoảng cách giữa người làm du lịch và cộng đồng chủ sở hữu di sản. Hệ quả là một sản phẩm mất tính xác thực, thiếu cảm xúc và không có giá trị dài hạn.

3.6. Giới hạn trong chuyển đổi số và tiếp cận công nghệ

Việc ứng dụng công nghệ số trong số hóa và quảng bá DSVHPVT còn hạn chế. Phần lớn các địa phương chưa có nguồn lực, kỹ năng hoặc hạ tầng để chuyển các giá trị văn hóa phi vật thể thành nội dung số hóa có tính

tương tác cao. Điều này làm giảm năng lực cạnh tranh của sản phẩm du lịch trong kỷ nguyên số và đặc biệt là với thể hệ du khách trẻ.

4. Các phương pháp tiếp cận chiến lược

Trước các thách thức phức hợp đã phân tích ở trên, cần thiết xây dựng các phương pháp tiếp cận chiến lược có tính hệ thống, liên ngành và nhạy cảm với bối cảnh văn hóa. Không có một công thức chung cho mọi địa phương, nhưng một số nguyên tắc cốt lõi có thể định hướng cho quá trình phát triển bền vững các sản phẩm du lịch gắn với DSVHPVT.

4.1. Thiết kế lấy cộng đồng làm trung tâm

Trung tâm của mọi chiến lược phát triển du lịch dựa trên DSVHPVT phải là cộng đồng địa phương – những người nắm giữ, thực hành và trao truyền di sản. Phương pháp tiếp cận từ dưới lên (bottom-up) cần được ưu tiên, trong đó cộng đồng không chỉ là người tham gia mà là đồng sáng tạo sản phẩm, đồng sở hữu giá trị và đồng hưởng lợi từ kết quả kinh tế. Điều này tạo ra động lực bền vững và củng cố tinh thần tự cường văn hóa.

4.2. Diễn giải có đạo đức và kể chuyện văn hoá sâu sắc

Các sản phẩm du lịch không chỉ cần hấp dẫn về hình thức mà còn phải có chiều sâu trong nội dung. Việc kể lại những câu chuyện gắn với lễ hội, tri thức dân gian, hay truyền thống nghệ thuật cần được thực hiện với sự tôn trọng và chính xác. Nghệ thuật kể chuyện (storytelling) không chỉ là kỹ thuật tiếp thị mà là phương tiện kết nối ký ức, bản sắc và cảm xúc giữa người dân và du khách.

4.3. Phát triển sản phẩm linh hoạt và thích ứng

Thị trường du lịch ngày nay thay đổi nhanh chóng. Do đó, sản phẩm dựa trên DSVHPVT cần được thiết kế dưới dạng mô-đun có thể tùy chỉnh, thích ứng với nhiều nhóm khách khác nhau nhưng vẫn giữ được lõi giá trị văn hóa. Điều này đòi hỏi sự linh hoạt về mô hình tổ chức và khả năng đánh giá phản hồi thị trường một cách liên tục.

4.4. Lồng ghép đánh giá tác động di sản (Heritage Impact Assessment – HIA)

Trước mỗi can thiệp du lịch vào một không gian văn hóa sống, cần có quy trình đánh giá tác động toàn diện để đảm bảo không gây tổn hại cho cấu trúc biểu tượng, tinh thần và tính toàn vẹn của di sản. HIA là công cụ không chỉ bảo vệ di sản mà còn giúp hoạch định chính sách phù hợp hơn với thực tiễn văn hóa.

4.5. Tăng cường chuyển đổi số gắn với giá trị bản địa

Chuyển đổi số không nên được xem chỉ là công cụ quảng bá, mà là phần mở rộng của chính thực hành di sản trong thời đại mới. Việc xây dựng các bảo tàng số, tour ảo, nền tảng tương tác và hệ thống dữ liệu hóa

DSVHPVT giúp mở rộng khả năng tiếp cận, lưu giữ tri thức truyền thống và tăng cường khả năng truyền thông văn hóa xuyên thế hệ.

5. Mô hình đề xuất phát triển sản phẩm du lịch gắn với di sản văn hoá phi vật thể theo hướng đồng kiến tạo và bền vững

Việc phát triển sản phẩm du lịch từ di sản văn hóa phi vật thể (DSVHPVT) đòi hỏi một cách tiếp cận hệ thống, nhấn mạnh sự tương tác giữa các bên liên quan trong một hệ sinh thái văn hóa – kinh tế – xã hội. Dựa trên tổng hợp lý thuyết và thực tiễn trong nước và quốc tế, nghiên cứu đề xuất mô hình phát triển sản phẩm du lịch đặc thù gồm năm giai đoạn, được vận hành theo nguyên tắc đồng kiến tạo, có sự tham gia của cộng đồng, và hướng đến tính bền vững toàn diện.

5.1. Giai đoạn 1: Xác định và lập bản đồ di sản

Giai đoạn đầu tiên yêu cầu tiến hành kiểm kê và lập bản đồ văn hóa tại địa phương nhằm xác định các yếu tố DSVHPVT có giá trị, tính đại diện và tiềm năng phát triển thành sản phẩm du lịch. Hoạt động này cần phối hợp giữa các nhà nghiên cứu văn hóa, nghệ nhân, cộng đồng sở hữu di sản, và chính quyền địa phương. Việc nhận diện này không chỉ dựa trên yếu tố lịch sử hay lễ hội, mà cần xem xét cả thực hành sống và tri thức bản địa đang vận hành trong cộng đồng đương đại.

5.2. Giai đoạn 2: Tham vấn và đồng sáng tạo với các bên liên quan

Giai đoạn này tập trung xây dựng nền tảng hợp tác đa bên, trong đó các chủ thể như cộng đồng, nghệ nhân, doanh nghiệp lữ hành, nhà làm chính sách, và các tổ chức hỗ trợ cùng nhau tham gia thiết kế sản phẩm. Mô hình này đảm bảo sự minh bạch trong phân quyền, phân vai và phân lợi, từ đó tạo ra đồng thuận xã hội và củng cố năng lực nội sinh của cộng đồng.

5.3. Giai đoạn 3: Nâng cao năng lực và hiểu biết văn hoá

Việc đào tạo là điều kiện tiên quyết để đảm bảo chất lượng sản phẩm và duy trì tính bền vững. Cộng đồng cần được tập huấn về quản lý du lịch, tổ chức sự kiện, giao tiếp liên văn hóa, trong khi các doanh nghiệp cần nâng cao hiểu biết về bảo tồn di sản, đạo đức văn hóa và quản trị nhạy cảm văn hóa. Giai đoạn này đóng vai trò như một “nút giao” chuyển đổi từ tiềm năng sang năng lực thực hiện.

5.4. Giai đoạn 4: Thiết kế và thử nghiệm sản phẩm

Trên cơ sở đã được xây dựng, các sản phẩm thí điểm sẽ được phát triển và kiểm nghiệm. Chúng có thể bao gồm: tour trải nghiệm lễ hội, hoạt động trình diễn nghệ thuật dân gian, lớp học nghề thủ công truyền thống, tuyến du lịch cộng đồng, hội thảo truyền thống, hoặc không gian

trải nghiệm số. Việc thử nghiệm cần có quy trình phản hồi – điều chỉnh – tái thiết kế để đảm bảo tính thích ứng và khả thi thực tế.

5.5. Giai đoạn 5: Giám sát, chia sẻ lợi ích và tái đầu tư

Giai đoạn cuối là thiết lập các cơ chế chia sẻ lợi ích rõ ràng, trong đó một phần doanh thu sẽ được phân bổ cho cộng đồng, nghệ nhân, và hoạt động bảo tồn. Đồng thời, cần xây dựng hệ thống giám sát định kỳ để đánh giá tác động về mặt văn hóa, kinh tế và xã hội. Việc tái đầu tư trở lại vào bảo tồn di sản không chỉ là trách nhiệm đạo đức mà còn là điều kiện để duy trì năng lực tái tạo giá trị văn hóa lâu dài.

5.6. Khung mô hình hỗ trợ: Tam giác bền vững và Trung tâm trải nghiệm di sản

Bổ trợ cho chu trình năm giai đoạn, nghiên cứu đề xuất hai cơ chế hỗ trợ:

Tam giác bền vững: Gồm ba thành tố chủ chốt - (1) Di sản (nội dung cốt lõi), (2) Cộng đồng (chủ thể thực hành), và (3) Doanh nghiệp (tác nhân thương mại hóa) – được kết nối bằng các nguyên tắc đạo đức và tính minh bạch trong hợp tác.

Trung tâm trải nghiệm DSVHPVT tại địa phương: là không gian giáo dục văn hóa, tổ chức sự kiện và giao lưu du khách – nơi du lịch và di sản không chỉ “gặp nhau” mà còn cùng nhau “sáng tạo giá trị mới”.

5.7. Vai trò của công nghệ và giáo dục liên thế hệ

Ngoài các thành tố truyền thống, nghiên cứu đề xuất đưa giáo dục di sản vào trường học địa phương, kết hợp với chuyển đổi số để đảm bảo sự tiếp nối và lan tỏa. Việc số hóa di sản, xây dựng bảo tàng ảo, sử dụng nền tảng tương tác kỹ thuật số góp phần làm giàu phương thức tiếp cận di sản, đồng thời kết nối cộng đồng với thế hệ trẻ và du khách toàn cầu.

6. Kết luận

Nghiên cứu này đóng góp vào hệ thống lý thuyết về phát triển du lịch gắn với di sản văn hóa phi vật thể (DSVHPVT) thông qua việc tích hợp và mở rộng ba trụ cột lý luận: tính xác thực văn hóa, sự tham gia của cộng đồng và phát triển du lịch bền vững.

Thứ nhất, nghiên cứu góp phần làm rõ khái niệm “xác thực văn hóa động” (dynamic cultural authenticity), trong đó giá trị xác thực không được hiểu là cố định, bất biến mà là quá trình thương lượng liên tục giữa cộng đồng, du khách và thị trường. Khác với quan điểm truyền thống coi di sản là “đối tượng được trưng bày”, nghiên cứu nhấn mạnh DSVHPVT là “thực hành sống” cần được bảo vệ trong chính ngữ cảnh đương đại của nó (5).

Thứ hai, nghiên cứu đề xuất một mô hình tham gia cộng đồng đa tầng và linh hoạt, vượt ra khỏi cách tiếp cận hình thức như “tham vấn” hay “đồng tổ chức”. Mô hình 5 giai đoạn được trình bày không chỉ bao gồm sự đồng kiến tạo sản phẩm, mà còn mở rộng đến cơ chế chia sẻ lợi ích, giám sát liên tục và tái đầu tư vào bảo tồn. Điều này làm rõ thêm các cấp độ quyền lực và trách nhiệm của cộng đồng trong phát triển du lịch – một nội dung vẫn còn mờ nhạt trong nhiều mô hình lý thuyết hiện nay. Thứ ba, nghiên cứu góp phần củng cố lý thuyết về du lịch di sản số (digital heritage tourism) – một hướng tiếp cận mới đang hình thành tại các quốc gia đang phát triển. Việc tích hợp công nghệ số không chỉ phục vụ truyền thông và quảng bá, mà còn đóng vai trò như công cụ bảo tồn di sản trong bối cảnh thực hành văn hóa đang bị đe dọa bởi đô thị hóa, toàn cầu hóa và biến đổi khí hậu.

Cuối cùng, khái niệm “tam giác bền vững” được trình bày trong bài viết – bao gồm ba thành tố: di sản, cộng đồng, doanh nghiệp – là sự điều chỉnh và mở rộng từ các mô hình hiện hành, tạo nên một khung khái niệm linh hoạt để phân tích, thiết kế và triển khai sản phẩm du lịch gắn với DSVHPVT trong các bối cảnh văn hóa đặc thù. Thông qua đó, bài nghiên cứu không chỉ củng cố cơ sở lý thuyết hiện có mà còn đóng góp một khung tiếp cận tích hợp liên ngành, có thể ứng dụng tại nhiều địa phương khác nhau, đặc biệt là tại các quốc gia đang phát triển có nền văn hóa bản địa phong phú như Việt Nam. Việc tích hợp DSVHPVT vào du lịch là một nỗ lực triển vọng nhưng đòi hỏi sự cẩn trọng. Cách tiếp cận này có thể biến du lịch thành công cụ phục hưng văn hóa, trao quyền kinh tế và đối thoại liên văn hóa. Tuy nhiên, để hiện thực hóa tiềm năng này, cần có quy hoạch có sự tham gia, thương mại hóa có đạo đức và giám sát liên tục. Mô hình dựa trên sở hữu cộng đồng, tôn trọng tính xác thực và thiết kế du lịch thích ứng sẽ mở ra con đường phát triển du lịch văn hóa đặc thù và bền vững thực sự. Việc phát triển sản phẩm du lịch đặc thù gắn với DSVHPVT vừa là cơ hội, vừa là thách thức lớn đối với ngành du lịch Việt Nam. Nếu có chiến lược phù hợp, cách tiếp cận nhân văn và sự phối hợp chặt chẽ giữa các bên, DSVHPVT có thể trở thành “chìa khóa vàng” để thúc đẩy du lịch bền vững và bảo tồn bản sắc văn hóa dân tộc trong thời kỳ hội nhập.

Lời cảm ơn: Chúng tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến các chuyên gia, giảng viên, sinh viên và các nhà quản lý du lịch đã dành thời gian, chia sẻ kinh nghiệm và đóng góp ý kiến quý báu cho nghiên cứu này. Sự hỗ trợ và hợp tác của quý vị là động lực quan trọng giúp chúng tôi hoàn thành bài viết với những góc nhìn sâu sắc và thực tiễn. Chúng tôi cũng xin tri ân các tổ chức ngành

du lịch, viện nghiên cứu và doanh nghiệp đã cung cấp dữ liệu, tài liệu tham khảo và các thông tin hữu ích, góp phần nâng cao chất lượng nghiên cứu. Hy vọng rằng

những kết quả từ nghiên cứu này sẽ mang lại giá trị thiết thực, góp phần thúc đẩy sự đổi mới và phát triển bền vững của ngành du lịch trong kỷ nguyên số.

Tài liệu tham khảo

1. UNESCO (2003). Convention for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage.
2. Nguyễn Văn Lưu. (2020). Du lịch văn hóa và phát triển bền vững. NXB Đại học Quốc gia.
3. Timothy, D. J., & Nyaupane, G. P. (2009). Cultural Heritage and Tourism in the Developing World: A Regional Perspective. Routledge.
4. Bessière, J. (2013). Heritage as a driver of development: its role in sustainable tourism. Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development.
5. Salazar, N. B. (2012). Tourism Imaginaries: Anthropological Approaches. Berghahn Books.
6. George, E. W., Mair, H., & Reid, D. G. (2009). Rural Tourism Development: Localism and Cultural Change. Channel View Publications.
7. Cohen, E. (1988). Authenticity and Commoditization in Tourism. Annals of Tourism Research.
8. Salazar, N. B. (2012). Tourism Imaginaries: Anthropological Approaches. Berghahn Books.
9. Bessière, J. (2013). Heritage as a driver of development: its role in sustainable tourism. Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development.
10. George, E. W., Mair, H., & Reid, D. G. (2009). Rural Tourism Development: Localism and Cultural Change. Channel View Publications.
11. Timothy, D. J., & Nyaupane, G. P. (2009). Cultural Heritage and Tourism in the Developing World: A Regional Perspective. Routledge.
12. UNESCO. (2003). Convention for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage.
13. Nguyễn Văn Lưu. (2020). Du lịch văn hóa và phát triển bền vững. NXB Đại học Quốc gia TP HCM.

Developing distinctive tourism products linked to intangible cultural heritage: challenges and opportunities

Giang Hao Con, Nguyen Xuan Cuong

NTT Information Technology Center, Faculty of Information Technology, Nguyen Tat Thanh University.

ghcon@ntt.edu.vn, nxcuong@ntt.edu.vn

Abstract This research explores the development of distinctive tourism products derived from intangible cultural heritage (ICH), such as traditional performing arts, festivals, rituals, and craftsmanship. ICH holds profound cultural significance and offers rich storytelling potential that can shape immersive tourism experiences. However, transforming these heritage elements into viable tourism products presents notable challenges-such as preserving authenticity, preventing cultural exploitation, and ensuring community participation. This study examines these challenges while identifying the opportunities for innovation, cultural revitalization, and economic growth through responsible tourism. Drawing on global best practices and local case studies, the research proposes strategic recommendations for stakeholders to align cultural sustainability with tourism development. The goal is to create tourism products that honor cultural identity while enhancing destination competitiveness in a meaningful, ethical, and sustainable manner.

Keywords Intangible cultural heritage, Distinctive tourism products, Cultural preservation, Authentic experience, Community involvement, Tourism innovation, Cultural sustainability, Responsible tourism