

Khai thác giá trị di sản văn hóa trong phát triển sản phẩm du lịch văn hóa tại Hà Nội¹

Lưu Thị Thu Thủy

Viện Thông tin Khoa học xã hội, Viện Hàn Lâm Khoa học xã hội Việt Nam

Email: luuthuthuy76@yahoo.com

Tóm tắt

Thực tế minh chứng di sản văn hóa tạo sức hấp dẫn vô cùng cho điểm đến du lịch. Di sản văn hóa là động cơ, duyên cớ thúc đẩy chuyển đổi, môi trường tương tác và là những trải nghiệm đáng giá cho du khách, qua đó trở thành tài nguyên, nguồn lực chiến lược cho phát triển du lịch. Hà Nội có nguồn tài nguyên văn hóa vô cùng đa dạng và phong phú nên ngành du lịch đã khai thác, biến nó thành những sản phẩm du lịch văn hóa đặc thù, tạo nên thương hiệu, hàng năm thu hút hàng triệu lượt khách du lịch trong và ngoài nước đến với Thủ đô. Bài viết giới thiệu về thực trạng khai thác, bảo tồn, phát huy các giá trị di sản văn hóa vào phát triển sản phẩm du lịch văn hóa của ngành du lịch Hà Nội, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy hơn ngành du lịch văn hóa tại đây.

Nhận 18/05/2025

Được duyệt 21/8/2025

Công bố 30/12/2025

Từ khóa

di sản văn hóa, sản phẩm du lịch văn hóa, liên kết sản phẩm

© 2025 Journal of Science and Technology - NTTU

Mở đầu

Khai thác, bảo tồn di sản văn hóa (viết tắt là DSVH) gắn với phát triển kinh tế-xã hội có mối quan hệ khăng khít với nhau, việc khai thác, bảo tồn bền vững các giá trị của DSVH sẽ góp phần bổ sung và đa dạng hóa nguồn tài nguyên du lịch. Trên phương diện kinh tế-xã hội, không ít các DSVH đã trở thành những sản phẩm văn hóa – du lịch hoàn chỉnh, vừa là động lực vừa là mục tiêu cho phát triển du lịch văn hóa. Đặc biệt, tại Hà Nội với một hệ thống DSVH khá phong phú, đa dạng từ DSVH phi vật thể, DSVH vật thể và giá trị văn hóa truyền thống đặc sắc, đây sẽ là nguồn lực tốt cho phát triển du lịch văn hóa, thúc đẩy kinh tế-xã hội. Tuy nhiên, bên cạnh đó cũng còn tồn tại không ít thách thức, khó khăn trong việc phát triển du lịch văn hóa, đảm bảo hài hòa giữa mục tiêu khai thác giá trị di sản cũng như bảo tồn DSVH theo hướng bền vững. Bài viết dựa trên việc khảo cứu các công trình nghiên cứu, tìm hiểu về thực trạng khai thác, bảo tồn, phát huy các giá trị DSVH, tài sản văn hóa vào phát triển du lịch văn hóa và sản phẩm du lịch văn hóa. Trên cơ sở đó, gợi mở một số giải pháp nhằm thúc đẩy hơn nữa ngành du lịch nói chung và du lịch văn hóa Hà Nội nói riêng trong xây dựng, tạo thương hiệu cho sản phẩm du lịch văn hóa đặc thù của ngành.

1. Khái niệm di sản văn hóa và sản phẩm du lịch văn hóa

Khái niệm di sản văn hóa

Hiện nay có nhiều cách hiểu khác nhau về di sản văn hóa (DSVH). Điều 1, *Luật Di sản văn hóa của Việt Nam* (2001) ghi rõ: “DSVH bao gồm di sản văn hóa phi vật thể và di sản văn hóa vật thể, là sản phẩm tinh thần, vật chất có giá trị lịch sử, văn hóa, khoa học được lưu truyền từ thế hệ này qua thế hệ khác ở nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam”. Trong cách tiếp cận giá trị văn hóa này, ta thấy DSVH bao gồm hầu hết các giá trị văn hóa do thiên nhiên và con người tạo nên trong quá khứ. Nó là phần tinh túy nhất, tiêu biểu nhất đọng lại sau hàng loạt hoạt động sáng tạo của con người từ đời này qua đời khác. Theo đó, DSVH vật thể là sản phẩm vật chất có giá trị lịch sử, văn hóa, khoa học, bao gồm di tích lịch sử-văn hóa, danh lam thắng cảnh, di vật, cổ vật, bảo vật quốc gia. Còn DSVH phi vật thể được hiểu là các tập quán, các hình thức thể hiện, biểu đạt, tri thức, kỹ năng và kèm theo đó là những công cụ, đồ vật, đồ tạo tác và các không gian văn hóa có liên quan mà các cộng đồng, các nhóm người và trong một số trường hợp là các cá nhân, công nhận là một phần DSVH của họ [3]. Hay trong Công ước Bảo vệ DSVH và thiên nhiên thể giới năm 1972 của UNESCO, khái niệm “di sản văn hóa” được định nghĩa là những hiện vật vật chất được coi là có giá trị kiến trúc và nghệ thuật theo tiêu chí của các “chuyên gia”. Trong mối quan hệ với triết lý phát triển mang tính phổ quát này, DSVH được hiểu theo nghĩa hẹp, vì vậy, không phải là nguồn lực cho sự phát triển và không thể đồng hành cùng phát triển. Nhiệm vụ

¹ Bài viết là sản phẩm của Đề tài cơ sở năm 2025 “Tổng quan nghiên cứu về du lịch văn hóa ở Việt Nam hiện nay” do ThS. Lưu Thị Thu Thủy làm chủ nhiệm, Viện Thông tin Khoa học xã hội là cơ quan chủ trì.

của Chính phủ các nước và các tổ chức quốc tế, trong đó có UNESCO, thay vào đó, là làm thế nào để có thể bảo tồn nguyên vẹn các DSVH theo nghĩa hẹp này trước sự đe dọa của quá trình phát triển kinh tế-xã hội ở các nước phát triển cũng như các nước đang phát triển [2].

Khái niệm sản phẩm du lịch văn hóa

Theo *Luật Du lịch Việt Nam* năm 2017, sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ trên cơ sở khai thác giá trị tài nguyên du lịch để thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch, do đó, từ góc nhìn này cho thấy, sản phẩm du lịch văn hóa vốn là sản phẩm văn hóa, được đưa vào hoạt động kinh doanh du lịch, là yếu tố hợp thành của chương trình du lịch văn hóa để thỏa mãn nhu cầu của du khách khi họ tham gia vào loại hình du lịch này. Zhang Yining (2011) có cách nhìn rộng hơn: theo đó, sản phẩm du lịch văn hóa được coi là động lực thúc đẩy nhu cầu khách du lịch, khi họ có nhu cầu mong muốn tìm hiểu về nền văn hóa khác, có được trải nghiệm độc đáo từ du lịch văn hóa. Những sản phẩm du lịch kiểu này giúp định hình, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của du khách và thường là các sản phẩm có liên quan đến kiến trúc, tôn giáo, nghệ thuật, phong tục, thói quen sống, lịch sử, các yếu tố văn hóa khác.v.v... [13]. Qua cách hiểu này cho thấy sản phẩm du lịch văn hóa sẽ được cấu thành bởi các yếu tố chính như: tài nguyên du lịch văn hóa (di tích, lễ hội, di sản, văn hóa nghệ thuật); yếu tố dịch vụ (tham quan, vui chơi giải trí, dịch vụ lưu trú, giao thông liên lạc); yếu tố tự nhiên và môi trường kinh tế-xã hội.

2. Chính sách phát triển du lịch văn hóa và sản phẩm du lịch văn hóa của Hà Nội

Trên cơ sở nhận thức được vị trí, vai trò, giá trị của các DSVH trong phát triển kinh tế-xã hội nên Đảng và chính quyền thành phố Hà Nội cũng như người dân luôn chú trọng trong việc khai thác và bảo tồn nguồn tài sản quý giá này. Đặc biệt, chính quyền của thành phố Hà Nội đã cụ thể hóa bằng hành động thông qua hàng loạt các chính sách, chiến lược, đề án nhằm phát triển du lịch văn hóa, một trong 12 ngành công nghiệp văn hóa mũi nhọn trong phát triển kinh tế đất nước, cụ thể: *Đề án Bảo tồn và phát triển nghề, làng nghề Hà Nội giai đoạn từ 2010 đến năm 2020*, ban hành theo Quyết định số 554/QĐ-UBND, ngày 27-1-2010, của Ủy ban nhân dân Thành phố Hà Nội; *Quy hoạch tổng thể, phát triển nghề, làng nghề thành phố Hà Nội đến năm 2020, định hướng đến năm 2030* ban hành theo Quyết định số 14/QĐ-UBND, ngày 2-1-2013 của Ủy ban nhân dân Thành phố Hà Nội. Nghị quyết số 06-NQ/TU, ngày 26-6-2016, của Thành ủy Hà Nội về *Phát triển du lịch Thủ đô Hà Nội giai đoạn 2016 - 2020 và những năm tiếp*

theo [12]. Kế hoạch số 112/KH-UBND, ngày 29-5-2017, của Ủy ban nhân dân Thành phố Hà Nội về *Thực hiện Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Thủ đô Hà Nội đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*; Kế hoạch số 55/KH-UBND, ngày 18-2-2022 của Ủy ban nhân dân Thành phố Hà Nội về *Bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa phi vật thể thành phố Hà Nội đến năm 2025*; Kế hoạch số 102/KH-UBND, ngày 01-4-2022, của Ủy ban nhân dân Thành phố Hà Nội về *Thực hiện các sáng kiến gia nhập Mạng lưới các thành phố sáng tạo của UNESCO đến năm 2025* [12]; Nghị quyết số 09-NQ/TU, ngày 22-2-2022, của Thành ủy Hà Nội *Về phát triển công nghiệp văn hóa trên địa bàn Thủ đô giai đoạn 2021-2025, định hướng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*; Kế hoạch 79/KH-UBND về *Phát triển du lịch thành phố trong năm 2023* với mục tiêu là thu hút đông đảo nhân dân, khách du lịch quốc tế và nội địa đến tham quan, trải nghiệm tại Hà Nội, tiếp tục xây dựng hình ảnh du lịch Thủ đô Hà Nội là điểm đến “An toàn - Thân thiện - Chất lượng - Hấp dẫn” đáp ứng yêu cầu phát triển trong tình hình mới, khẳng định là điểm đến du lịch thành phố hàng đầu thế giới [12].

Ngoài ra, hàng năm thành phố cũng chi một khoản lớn ngân sách để phát triển du lịch cũng như bảo tồn các di sản văn hóa tại đây, ví dụ như thành phố dự kiến chi khoảng 798 tỷ đồng để thực hiện dự án bảo tồn khu vực khảo cổ học số 18 phố Hoàng Diệu; 1.800 tỷ đồng thực hiện dự án phục dựng Điện Kính Thiên; 136 tỷ đồng thực hiện dự án nhà trưng bày Hoàng cung Thăng Long thuộc Khu di tích Trung tâm Hoàng thành Thăng Long - Hà Nội [5].

3. Thực trạng khai thác di sản văn hóa vào phát triển sản phẩm du lịch văn hóa ở thủ đô Hà Nội

i). Về cơ sở lưu trú và nguồn nhân lực

Hiện tại, tính đến tháng 6/2024, Hà Nội có khoảng 3,760 cơ sở lưu trú du lịch với gần 71,2 nghìn phòng; trong đó có 607 khách sạn, khu căn hộ được xếp hạng là 26,6 nghìn phòng, chiếm 16% tổng số cơ sở lưu trú trên địa bàn thành phố Hà Nội, 37 % tổng số phòng. Ngoài ra, thành phố Hà Nội còn có 43 cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống, 41 cơ sở kinh doanh dịch vụ mua sắm, 7 cơ sở kinh doanh vui chơi giải trí và 2 cơ sở kinh doanh dịch vụ chăm sóc sức khỏe đã được công nhận đạt chuẩn. Bên cạnh đó, Hà Nội có khoảng 1,784 doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành quốc tế; 429 doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành nội địa; 32 doanh nghiệp kinh doanh vận chuyển khách du lịch, 7 văn phòng đại diện doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành nước ngoài và khoảng 5,777 hướng dẫn viên du lịch quốc tế; 2,235 hướng dẫn viên du lịch nội địa và

103 hướng dẫn viên du lịch tại điểm đang hoạt động [1]. Đây sẽ là nguồn lực quan trọng trong phát triển du lịch nói chung và du lịch văn hóa nói riêng của Hà Nội.

ii). *Tài nguyên di sản văn hóa*

Hà Nội sở hữu nguồn DSVH vô cùng lớn và đặc sắc với khoảng 5,922 di tích và 1,793 DSVH phi vật thể, trong đó có 1 DSVH thế giới, 21 cụm di tích quốc gia đặc biệt, 1,160 di tích quốc gia, 1,456 di tích cấp thành phố và hơn 1.350 làng nghề [10]. Đó là các di tích nổi tiếng như chùa Hương, chùa Thầy, Cổ Loa, đền Sóc, đền Ngọc Sơn, Phủ Tây Hồ.v.v..., đã được du khách trong và ngoài nước biết đến. Hay đó là hệ thống đình, đền, chùa và các lễ hội đặc sắc, văn hóa ẩm thực, văn hóa diễn xướng dân gian, trò chơi dân gian, làng nghề truyền thống. Nhưng lớn hơn cả là giá trị văn hóa phi vật thể của Thăng Long, đó là nếp sống, cốt cách, ẩm thực của con người nơi đây, là kho báu của Thăng Long-Hà Nội cho việc đa dạng hóa sản phẩm du lịch văn hóa, biến những sản phẩm này trở thành nét độc đáo, riêng biệt, đặc trưng nhằm thu hút du khách trong và ngoài nước đến với du lịch văn hóa của Thủ đô.

iii). *Sản phẩm du lịch văn hóa đặc thù*

Vào ngày 16/07/1999 Thủ đô ngàn năm văn hiến với bề dày lịch sử đã vượt qua 70 ứng cử viên khác để được chọn là 1 trong 5 thành phố được UNESCO vinh danh Thành phố vì hòa bình [4]. Đây cũng là một trong những yếu tố góp phần thu hút khách du lịch đến với Thủ đô. Hiện tại, Hà Nội đang tập trung vào phát triển sản phẩm du lịch văn hóa, biến nó thành một trong thế mạnh, là sản phẩm đặc thù tạo nên thương hiệu cho ngành du lịch Thủ đô. Trước hết, để phát triển sản phẩm ngành đã tập trung khai thác và phát triển các tuyến du lịch như: khu di sản Hoàng thành Thăng Long gắn với khu Quảng trường Ba Đình; tuyến Lăng Chủ tịch Hồ Chí Minh và Bảo tàng Hồ Chí Minh với Văn Miếu-Quốc Tử giám.v.v... Không những thế ngành du lịch văn hóa còn kết nối, liên kết phát triển sản phẩm, kết nối chuỗi địa điểm di tích như: Long từ trấn, khu vực hồ Tây, đặc biệt là khu vực phố cổ, phố cũ, khu vực hồ Hoàn Kiếm và phụ cận. Đa dạng hóa các loại hình nghệ thuật gắn với di sản văn hóa như: múa rối nước Đào Thục gắn với di tích Cổ Loa, khu vực đền thờ Hai Bà Trưng gắn với tuyến đường trồng hoa từ đó hình thành các tuyến du lịch gắn khai thác giá trị di sản với làng nghề, đó là: tuyến du lịch *Con đường di sản Nam Thăng Long Hà Nội: Điểm về nguồn cội*, kết nối Đình Nội Bình Đà (xã Bình Minh, huyện Thanh Oai), làng nghề tăm hương (xã Quảng Phú Cầu, huyện Ứng Hòa), làng nghề dệt lụa tơ tằm, tơ sen (xã Phùng Xá, huyện Mỹ Đức). Tại khu vực phố cổ còn có trưng bày nghệ thuật hắt sáng tại Trung tâm Văn hóa Nghệ thuật, 22 Hàng

Buồm; trình diễn nghệ thuật ánh sáng và âm nhạc dân gian đương đại; trình diễn visual nghệ thuật 3D mapping tại Ô Quan Chưởng; các workshop nghệ thuật vẽ tranh truyền thống, làm mây tre đan, làm tranh trúc chi.v.v... Hay sản phẩm du lịch đêm cũng là một xu hướng khai thác mới của ngành du lịch Thủ đô, theo đó những sản phẩm du lịch văn hóa này đều mang đặc trưng của văn hóa Hà Nội, bản sắc Hà Nội, nó bắt nguồn từ nét đẹp sinh hoạt hàng ngày. Nó được thể hiện ở những sản phẩm lưu niệm được bán ở chợ đêm; chương trình biểu diễn nghệ thuật hàng đêm trên phố cổ; các hoạt động vui chơi giải trí tại các khu vui chơi; ẩm thực truyền thống [11].

Ngoài ra, ngành du lịch cũng tiến hành khai thác nhiều sản phẩm du lịch văn hóa trải nghiệm, sản phẩm ứng dụng công nghệ trên cơ sở khai thác các giá trị truyền thống và thu hút được sự quan tâm của du khách trong và ngoài nước. Đó là tour du lịch *Đêm lửa thiêng với trải nghiệm di tích lịch sử nhà tù Hỏa Lò*, tour *Giải mã Hoàng thành Thăng Long*. Hay tại Hoàng thành Thăng Long, Hà Nội đã ứng dụng 3D mapping tái hiện “*Hầm T1 trong đêm bão lửa*”, “*báu vật Thăng Long*” trong lễ trưng bày “*Báu vật hoàng cung Thăng Long*”, qua đó làm nổi bật những giá trị tinh hoa của lòng đất, giúp du khách cảm nhận vẻ đẹp của Hoàng cung, tour sản phẩm du lịch đi bộ “*Kiến trúc Pháp trong lòng Hà Nội*”.v.v...[7].

iv). *Ứng dụng công nghệ vào quảng bá và phát triển sản phẩm du lịch văn hóa của Thủ đô Hà Nội*

Du lịch văn hóa có được những thành tựu như hiện nay là kết quả của nhiều yếu tố, trong đó phải kể đến công tác truyền thông. Việc xúc tiến, quảng bá du lịch cũng như du lịch văn hóa được triển khai đồng bộ trên các nền tảng số như website và mạng xã hội (Facebook, Tiktok, Instagram, Youtube) và các phương tiện truyền thông như báo, đài, ấn phẩm, hội chợ du lịch trong nước và quốc tế. Ngoài ra, công nghệ số và chuyển đổi số cũng đã được ứng dụng, góp phần mở rộng và phát triển hơn nữa việc quảng bá du lịch. Chẳng hạn như, thông qua ứng dụng công nghệ thực tế ảo (Virtual Reality), Chatbots, Internet vạn vật (Internet of Things), App ứng dụng trên điện thoại thông minh, Số hóa 3D.v.v... Việc ứng dụng công nghệ số vào mọi khía cạnh của du lịch nói chung và du lịch văn hóa đã giúp việc quảng bá và phát triển sản phẩm du lịch văn hóa lan rộng và nhanh chóng. Tại Hà Nội đã triển khai mạng lưới wifi miễn phí ở hầu hết mọi điểm công cộng, điểm tham quan du lịch văn hóa, làng nghề như: tuyến xe buýt, bến xe, khu chợ hoa, phố cổ, công viên, hồ Hoàn Kiếm, làng gốm sứ Bát Tràng, Hoàng thành Thăng Long, Văn Miếu-Quốc Tử giám; hoàn thiện bản đồ du lịch Thủ đô dưới

dạng số hóa giúp du khách và doanh nghiệp dễ dàng tra cứu thông tin. Hệ thống thuyết minh tự động được phát liên tục đưa thông tin tới du khách ở các điểm như: Khu di tích Văn Miếu-Quốc Tử giám, Hoàng thành Thăng Long, Nhà tù Hỏa Lò,... Thậm chí là thư viện 3D cho phép du khách sử dụng nhiều ngôn ngữ để tìm kiếm thông tin. Đối với di sản văn hóa phi vật thể, các công trình nghiên cứu, tư liệu về Văn Miếu, các danh nhân và tiến sĩ được số hóa dưới dạng ấn phẩm điện tử và sách 3D bằng cả tiếng Việt và tiếng Anh. Hệ thống hỗ trợ thuyết minh tự động đa ngôn ngữ là một trong những ứng dụng công nghệ nổi bật tại Văn Miếu-Quốc Tử giám. Hệ thống này cho phép du khách sử dụng thiết bị cá nhân như điện thoại thông minh hoặc máy tính bảng để nghe thuyết minh về các di tích và hiện vật trong khu di tích bằng tám ngôn ngữ khác nhau, bao gồm tiếng Việt, Anh, Pháp, Tây Ban Nha, Hàn Quốc, Nhật Bản, Thái Lan và Trung Quốc [6].

Như vậy cùng với việc khai thác, bảo tồn và phát huy giá trị DSVH vào phát triển, đa dạng hóa sản phẩm du lịch văn hóa, phát triển du lịch đã góp phần tăng trưởng kinh tế-xã hội, nâng cao đời sống người dân, tạo cơ hội việc làm. Năm 2024, tổng khách du lịch đến Hà Nội đạt 27,86 triệu lượt khách, tăng 12,7 % so với cùng kỳ năm 2023; trong đó, khách quốc tế đạt 6,35 triệu lượt, tăng 34,4 % so với cùng kỳ năm 2023; khách du lịch nội địa đạt 25,51 triệu lượt, tăng 7,5 % so với cùng kỳ năm 2023; tổng thu từ khách du lịch đạt khoảng 110,52 nghìn tỷ đồng, tăng 18,3 % so với năm 2023[5]. Ngoài ra, ngành du lịch Thủ đô cũng giành không ít giải thưởng lớn như: Điểm đến du lịch thành phố hàng đầu châu Á năm 2023; Điểm đến thành phố Golf tốt nhất thế giới. Gần đây nhất là Tạp chí Trip Advisor bầu chọn là Điểm đến hấp dẫn thứ 4 thế giới và Điểm đến ẩm thực hàng đầu thế giới.v.v... Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại không ít những khó khăn và thách thức trong khai thác phát triển sản phẩm du lịch văn hóa của Thủ đô, cụ thể: Một là, việc khai thác DSVH vào phát triển sản phẩm du lịch văn hóa bên cạnh việc góp phần bảo tồn và tôn vinh phát huy giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc, bên cạnh kết quả đạt được như trên vẫn còn tồn tại một số hệ lụy. Đó là việc thương mại hóa quá mức di sản, lạm dụng di sản, phục dựng sai quy cách, làm mới di sản mà không bảo tồn được tính nguyên gốc, khiến di sản nhanh xuống cấp, ngoài ra không ít DSVH bị xâm hại, biến dạng vì mục tiêu du lịch. Thậm chí ngành du lịch văn hóa của Hà Nội vẫn còn chưa có chiều thức cụ thể để khai thác, phát huy hết giá trị của DSVH, khai thác nó với tư cách là tài nguyên du lịch. Chưa phối hợp chặt chẽ với các đối tác trong việc trùng tu, khai thác,

quảng bá di sản để khai thác hiệu quả, bền vững, gia tăng giá trị DSVH.

Hai là, việc khai thác sản phẩm du lịch văn hóa của Thủ đô vẫn chưa khai thác tốt và hiệu quả những ưu lợi thế của từng vùng và địa phương trong phát triển sản phẩm du lịch văn hóa; các sản phẩm chưa có nhiều tính sáng tạo, đột biến, thiếu tính bền vững và dịch vụ gắn với mô hình du lịch văn hóa vẫn còn lỏng lẻo chưa phong phú.

Ba là, thiếu định hướng trong chiến lược phát triển du lịch, phát triển sản phẩm du lịch văn hóa, biến nó thành sản phẩm du lịch đặc thù, nhiều nơi còn chạy theo mục tiêu tăng trưởng, điều này đe dọa đến sự nghiệp bảo tồn và toàn vẹn giá trị DSVH.

4. Giải pháp phát triển sản phẩm du lịch văn hóa ở Hà Nội

i). Đối với việc khai thác quá mức di sản và thương mại hóa di sản chúng ta cần nâng cao nhận thức của cộng đồng đối với vấn đề khai thác, bảo tồn và phát huy giá trị di sản. Khi khai thác di sản và phát triển du lịch cần đảm bảo đồng bộ và thực hiện “mục tiêu kép”, vừa phát triển du lịch, vừa bảo tồn và phát huy giá trị các di sản. Tăng cường ứng dụng khoa học kỹ thuật trong bảo tồn và tôn tạo tài nguyên để đảm bảo giữ nguyên các giá trị ban đầu. Tiếp tục xây dựng và định hình thương hiệu cho ngành du lịch Thủ đô, nâng cao ý thức của người dân về vấn đề bảo tồn DSVH, nâng cao giá trị di sản.

ii). Đa dạng hóa và nâng cao chất lượng, tạo nên sự khác biệt trong các sản phẩm du lịch văn hóa; lập kế hoạch chi tiết về phát triển thị trường và sản phẩm; đẩy mạnh thu hút thị trường quốc tế; coi trọng thị trường khách du lịch nội địa; khuyến khích ứng dụng sản phẩm công nghệ vào phát triển sản phẩm tạo nên thương hiệu riêng cho sản phẩm của ngành du lịch Thủ đô.

iii). Đổi mới cơ chế chính sách đối với phát triển du lịch văn hóa nói chung và sản phẩm du lịch văn hóa nói riêng; có cơ chế phù hợp để huy động mọi nguồn lực (ngân sách nhà nước, nước ngoài, tư nhân) cho đầu tư khai thác phát triển sản phẩm du lịch văn hóa. Đẩy mạnh việc tuyên truyền quảng bá xúc tiến phát hiện thị trường, tuyên truyền cho quảng bá sản phẩm của du lịch văn hóa của Thủ đô trên mọi nền tảng xã hội, truyền hình.

Kết luận

Như vậy, có thể nói với chính sách theo sát tình hình thực tế, đặc biệt coi trọng việc khai thác, bảo tồn và phát huy giá trị DSVH trong phát triển du lịch văn hóa, ngành du lịch Thủ đô Hà Nội, đã xây dựng được những sản phẩm đặc thù, là yếu tố quan trọng, định hình thương hiệu đem đến lợi thế cạnh tranh cho ngành. Trên cơ sở tổng quan tài liệu, bài viết chỉ ra thực trạng phát triển sản phẩm du lịch văn hóa của Hà Nội cũng như

một số vấn đề còn tồn đọng, từ đó gợi mở một số giải pháp để thúc đẩy phát triển sản phẩm du lịch văn hóa,

đưa du lịch văn hóa trở thành một thế mạnh của ngành du lịch Thủ đô.

Tài liệu tham khảo

1. Báo tin tức. (2024). Du lịch Hà Nội khởi sắc nhờ đổi mới cách làm. *Cổng thông tin điện tử Bộ văn hóa, Thể thao và Du lịch*. <https://bvhttdl.gov.vn/du-lich-ha-noi-khoi-sac-nho-doi-moi-cach-lam-20240703103254637.htm>.
2. Châm, N. T. P& Cầm, H. (2022). Di sản văn hóa và sự phát triển bền vững, nhân văn ở Việt Nam hiện nay. *Tạp chí Cộng sản*, 7(993), 64-71.
3. Cục Di sản văn hóa.(2007). *Bảo vệ di sản văn hóa phi vật thể*, Tập 1, NXB Thế giới, Hà Nội.
4. Linh, Hà. (1999). Hà Nội-Thành phố vì hòa bình: 20 năm hội nhập và phát triển. *Cổng thông tin điện tử Bộ văn hóa, Thể thao và Du lịch*. <https://vietnamtourism.gov.vn/post/29628>
5. Giang, Đ. T. H. (2025). Khai thác hiệu quả các di sản văn hóa của thành phố Hà Nội
6. Lê, Đ. N. (2024). Trường Đại học Kinh tế Quốc dân (2024), Kỷ yếu Hội thảo Khoa học Quốc gia: Phát triển du lịch sáng tạo ở Việt Nam từ lý thuyết đến thực tiễn. *Ứng dụng công nghệ trong phát triển du lịch thông minh tại di tích lịch sử văn hóa ở Hà Nội: nghiên cứu trường hợp Văn Miếu Quốc Tử giám* (trang 510-523). NXB. Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
7. Lê, Đ. N & Linh, P. K. (2024). Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn & Đại học Văn lang (2024), Kỷ yếu Hội thảo Quốc gia Ứng dụng công nghệ số khai thác giá trị di sản phục vụ phát triển du lịch ở Việt Nam. *Ứng dụng công nghệ 4.0 trong phát triển du lịch thông minh tại di sản văn hóa Hoàng Thành Thăng Long, Hà Nội* (trang 59-72). NXB. Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
8. Luật di sản văn hóa năm 2001.
9. Luật du lịch Việt Nam năm 2017.
- 10.Nam, G. (2024). Hà Nội: Đưa di sản thành nguồn lực phát triển. *Tổng cục Du lịch Việt Nam*, <https://vietnamtourism.gov.vn/post/58772>.
- 11.Quỳnh, B. N& Thụy, T. T. (2017). Đánh giá sự phát triển của sản phẩm du lịch đêm tại Thành phố Hà Nội. *Tạp chí Khoa học, Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh*,14(5), 103-111
- 12.Son, P. N. (2024). Hà Nội phát triển du lịch văn hóa làng nghề nhằm thúc đẩy công nghiệp văn hóa. *Tạp chí Cộng sản online*, <https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/chinh-tri-xay-dung-dang/-/2018/985602/ha-noi-phat-trien-du-lich-van-hoa-lang-nghe-nham-thuc-day-cong-nghiep-van-hoa.aspx>.
- 13.Zhang, Y .(2011). Cultural Tourism Products: A Case Study in the Xi'an City. *UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones*. 1077, Dissertations, Professional Papers, and Capstones,1077 at <http://dx.doi.org/10.34917/2462753>

Leveraging Cultural Heritage Values in the Development of Cultural Tourism Products in Hanoi

Luu Thi Thu Thuy

Institute of Social Sciences Information, Vietnam Academy of Social Sciences

Email: luuthuthuy76@yahoo.com

Abstract

Reality proves that cultural heritage creates an extremely attractive tourist destination. Cultural heritage is the motivation, the reason to urge the trip, the interactive environment and the valuable experiences for tourists, thereby becoming a resource, a strategic resource for tourism development. Hanoi has extremely diverse and rich cultural resources, so the tourism industry has exploited them, turning them into unique cultural tourism products, creating a brand, attracting millions of domestic and foreign tourists to the capital every year. The article introduces the current situation of exploitation, conservation and promotion of cultural heritage values in the development of cultural tourism products of Ha Noi tourism industry, thereby proposing several solutions to further promote the cultural tourism industry here.

Keywords cultural heritage, cultural tourism products, product linkage

