



**CỘNG ĐỒNG – CHỦ THỂ TRUNG TÂM TRONG PHÁT TRIỂN
CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI BẢO TỒN DI SẢN VÀ
DU LỊCH BỀN VỮNG Ở NINH BÌNH**

Phạm Mai Phương¹, Chế Thị Bích Ngân¹

Ngày nhận bài: 31/10/2025

Ngày chấp nhận đăng: 22/12/2025

Tóm tắt: Trong bối cảnh công nghiệp văn hóa trở thành động lực phát triển mới, vai trò của cộng đồng địa phương ngày càng được coi trọng trong bảo tồn di sản và phát triển du lịch bền vững. Bài viết làm rõ cơ sở lý luận về cộng đồng với tư cách “chủ thể trung tâm” trong chuỗi giá trị công nghiệp văn hóa – từ bảo tồn, sáng tạo sản phẩm đến hưởng lợi và giám sát khai thác di sản. Trên cơ sở nghiên cứu trường hợp Ninh Bình, bài viết phân tích những đóng góp nổi bật của cộng đồng trong gìn giữ di sản, phát triển nghề thủ công, vận hành du lịch cộng đồng và tham gia chuyển đổi số du lịch. Đồng thời, bài viết chỉ ra các thách thức như thương mại hóa di sản, năng lực cộng đồng còn hạn chế, lợi ích phân phối chưa đồng đều và cơ chế phối hợp Nhà nước – doanh nghiệp – cộng đồng chưa chặt chẽ. Từ đó, bài viết đề xuất nhóm giải pháp nhân mạnh nâng cao năng lực cộng đồng, mở rộng cơ chế đồng quản lý di sản, hoàn thiện chính sách hỗ trợ và phát triển sản phẩm du lịch văn hóa đặc thù. Nghiên cứu khẳng định phát huy vai trò trung tâm của cộng đồng là điều kiện quyết định để phát triển công nghiệp văn hóa gắn với du lịch bền vững tại Ninh Bình.

Từ khóa: công nghiệp văn hóa; cộng đồng địa phương; bảo tồn di sản; du lịch bền vững; Ninh Bình.

**THE COMMUNITY AS A CENTRAL ACTOR IN DEVELOPING CULTURAL
INDUSTRIES ASSOCIATED WITH HERITAGE CONSERVATION AND
SUSTAINABLE TOURISM IN NINH BINH PROVINCE**

Abstract: In the context of cultural industries emerging as a new driver of development, the role of local communities is increasingly recognized as central to heritage preservation and sustainable tourism. This article clarifies the theoretical foundation for viewing communities as the “core actors” within the cultural-industry value chain-from safeguarding heritage and co-creating cultural products to benefiting from and monitoring heritage exploitation. Drawing on the case of Ninh Binh Province, the study analyzes the community’s key contributions to heritage protection, traditional craft revitalization, community-based tourism operations, and participation in digital tourism transformation. It also identifies major challenges, including the commercialization of heritage, limited community capacity, unequal benefit-sharing, and weak coordination among the State, enterprises, and local communities. Based on these findings, the article proposes a set of solutions that emphasize capacity-building for local communities, expanding co-management mechanisms, improving support policies, and developing distinctive cultural tourism products. The study concludes that empowering local communities as central actors is essential for fostering cultural industries in tandem with sustainable tourism development in Ninh Binh.

Keywords: cultural industries; local communities; heritage conservation; sustainable tourism; Ninh Binh.

¹ Học viện Chính trị khu vực II. Email: phuonggpm@hcm2.edu.vn



1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế, công nghiệp văn hóa ngày càng được khẳng định là một trong những ngành kinh tế mũi nhọn, có khả năng tạo ra giá trị gia tăng cao và thúc đẩy phát triển bền vững. Theo UNESCO (2009), công nghiệp văn hóa bao gồm các ngành sản xuất và phân phối hàng hóa, dịch vụ có nội dung văn hóa, thường được bảo hộ bởi quyền sở hữu trí tuệ. Khái niệm này phản ánh sự kết hợp giữa giá trị văn hóa và giá trị kinh tế, cho phép các quốc gia vừa bảo tồn bản sắc vừa gia tăng nguồn thu từ sáng tạo. Bổ sung cho cách hiểu này, UNCTAD (2021) đã mở rộng phạm vi sang “công nghiệp sáng tạo” - nhấn mạnh đến vai trò của sáng tạo con người trong việc khai thác di sản, nghệ thuật, thủ công mỹ nghệ, truyền thông và du lịch văn hóa như một động lực tăng trưởng toàn cầu.

Ở Việt Nam, Đảng và Nhà nước đã xác định phát triển công nghiệp văn hóa gắn với du lịch bền vững là một trong những định hướng quan trọng. Nghị quyết số 33-NQ/TW ngày 9/6/2014 của Ban Chấp hành Trung ương về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước đã nhấn mạnh yêu cầu “coi văn hóa vừa là mục tiêu, vừa là động lực phát triển bền vững đất nước”. Đồng thời, Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 khẳng định sự cần thiết phải khai thác thế mạnh di sản văn hóa và gắn kết với phát triển du lịch². Trong đó, cộng đồng địa phương được coi là chủ thể trung tâm trong bảo tồn và phát triển di sản gắn với du lịch. Các nghiên cứu quốc tế (Cohen, 1988; Richards, 2018) đều chỉ ra rằng sự tham gia chủ động và sáng tạo của cộng đồng không chỉ tạo ra giá trị văn hóa độc đáo mà còn bảo đảm tính bền vững của quá trình khai thác di sản. Cộng đồng vừa là “người gìn giữ ký ức văn hóa”, vừa là “nhà sáng tạo sản phẩm và dịch vụ du lịch”, đồng thời cũng là đối tượng trực tiếp hưởng lợi từ sự phát triển kinh tế – xã hội.

Trường hợp tỉnh Ninh Bình là một minh chứng điển hình cho xu thế này. Với quần thể Danh thắng Tràng An được UNESCO công nhận là Di sản thế giới kép, cùng hệ thống chùa Bái Đính, các làng nghề truyền thống và ẩm thực đặc sắc, Ninh Bình đã phát triển mạnh mẽ các sản phẩm công nghiệp văn hóa gắn với du lịch. Sự tham gia tích cực của cộng đồng trong phát triển du lịch cộng đồng tại vùng đệm Tràng An hay Vườn quốc gia Cúc Phương cho thấy rõ tiềm năng kết hợp giữa bảo tồn di sản và phát triển sinh kế bền vững. Tuy nhiên, thực tiễn cũng đặt ra nhiều thách thức: nguy cơ thương mại hóa và mai một giá trị nguyên bản, sự hạn chế về năng lực và kỹ năng của cộng đồng, cơ chế phân phối lợi ích chưa công bằng, và sự thiếu đồng bộ trong chính sách hỗ trợ. Điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết phải nghiên cứu sâu về vai trò cộng đồng, từ đó đề xuất giải pháp phát huy tối đa tiềm năng trong phát triển công nghiệp văn hóa gắn với bảo tồn di sản và du lịch bền vững. Trong phạm vi bài tham luận, tác giả tập trung phân tích trường hợp điển hình tại vùng lõi của Quần thể Danh thắng Tràng An đã được UNESCO khoanh định, bao gồm các khu vực Tràng An – Bái Đính – Tam Cốc. Tuy nhiên, để phản ánh đầy đủ vai trò cộng đồng, bài viết mở rộng phân tích sang các vùng đệm và các không gian văn hóa liên quan như Cúc Phương và Kim Sơn – nơi cộng đồng tham gia mạnh vào du lịch cộng đồng, bảo tồn làng nghề và phát triển sản phẩm văn hóa, nhằm minh họa xu hướng phát triển du lịch gắn với bảo tồn di sản.

2. Cơ sở lý luận về phát triển công nghiệp văn hóa gắn với di sản và du lịch bền vững

2.1. Một số khái niệm cơ bản

Trong tiến trình phát triển hiện nay, công nghiệp văn hóa được xem là một trong những ngành kinh tế có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất, đồng thời mang lại những giá trị vượt ra ngoài lợi ích kinh tế thuần túy. Theo UNESCO (2009), công nghiệp văn hóa là những ngành hoạt động sản xuất, phân phối hàng hóa và dịch vụ mang nội dung văn hóa, thường được bảo hộ bởi quyền sở hữu trí tuệ. Khái niệm này đặt trọng tâm vào việc khai thác sáng tạo các giá trị văn hóa, biến chúng thành sản phẩm và dịch vụ có thể tham gia vào thị trường. Ở phạm vi toàn cầu, UNCTAD (2021) mở rộng cách tiếp cận khi nhấn mạnh đến “công nghiệp sáng tạo” – bao gồm cả nghệ thuật, thủ

² Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. (2016). *Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*. Hà Nội.

công mỹ nghệ, di sản, du lịch văn hóa và các ngành dịch vụ sáng tạo, coi đây là động lực tăng trưởng mới, đặc biệt đối với các quốc gia đang phát triển.

Đối với lĩnh vực du lịch, khái niệm du lịch bền vững xuất hiện nhằm phản ứng lại tình trạng khai thác quá mức tài nguyên và di sản. Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO, 2017) định nghĩa du lịch bền vững là sự phát triển du lịch đáp ứng nhu cầu của du khách và cộng đồng địa phương hiện tại mà vẫn bảo vệ và nâng cao cơ hội cho các thế hệ tương lai. Như vậy, bản chất của du lịch bền vững không chỉ dừng lại ở việc khai thác hiệu quả tài nguyên, mà còn bảo đảm sự cân bằng giữa tăng trưởng kinh tế, bảo tồn môi trường, và duy trì bản sắc văn hóa.

Một khái niệm gắn liền với hai lĩnh vực trên là di sản văn hóa, bao gồm cả di sản hữu hình (cảnh quan, kiến trúc, làng nghề) và di sản vô hình (lễ hội, tri thức dân gian, phong tục tập quán). Di sản vừa là tài sản tinh thần, vừa là nguồn lực kinh tế – xã hội nếu được khai thác hợp lý. Trong bối cảnh phát triển công nghiệp văn hóa và du lịch, di sản chính là “nguyên liệu” đặc biệt, tạo nền tảng cho các sản phẩm và dịch vụ văn hóa đặc trưng.

2.2. Mối quan hệ giữa công nghiệp văn hóa, bảo tồn di sản và du lịch bền vững

Trong mối quan hệ giữa công nghiệp văn hóa, di sản và du lịch, di sản đóng vai trò là nguồn tài nguyên đặc biệt – vừa hữu hình, như kiến trúc, làng nghề, cảnh quan, vừa vô hình, như lễ hội, tri thức dân gian, ẩm thực. Các giá trị này nếu chỉ được bảo tồn tĩnh tại thì khó tạo ra động lực phát triển, nhưng khi kết hợp với công nghiệp văn hóa, chúng được “tái tạo” thành sản phẩm, dịch vụ có giá trị kinh tế và sức hấp dẫn đối với thị trường. Theo Richards (2018), chính sự kết hợp này đã làm gia tăng tính trải nghiệm và tính hấp dẫn cho sản phẩm du lịch, đồng thời tạo điều kiện tái đầu tư nguồn lực trở lại cho công tác bảo tồn.

Tuy nhiên, sự gắn kết này chỉ thực sự hiệu quả khi cộng đồng địa phương được đặt ở vị trí trung tâm. Cộng đồng vừa là người lưu giữ ký ức văn hóa, vừa là tác nhân sáng tạo và cung cấp sản phẩm, đồng thời là đối tượng hưởng lợi và giám sát quá trình khai thác di sản. Cohen (1988) cho rằng sự tham gia chủ động của cộng đồng là yếu tố quyết định để duy trì tính xác thực (authenticity) của sản phẩm du lịch và hạn chế nguy cơ thương mại hóa cực đoan. Do đó, phát triển công nghiệp văn hóa gắn với bảo tồn di sản và du lịch bền vững không thể chỉ dựa trên sự can thiệp từ bên ngoài (Nhà nước, doanh nghiệp), mà cần coi cộng đồng như một đối tác phát triển, đồng sáng tạo và đồng hưởng lợi.

Như vậy, cơ sở lý luận cho thấy sự phát triển công nghiệp văn hóa gắn với bảo tồn di sản và du lịch bền vững là một quá trình mang tính tích hợp. Công nghiệp văn hóa cung cấp cơ chế kinh tế để “kích hoạt” giá trị di sản; du lịch bền vững tạo không gian để các sản phẩm văn hóa lan tỏa và được tiêu thụ; còn cộng đồng đóng vai trò là trung tâm vừa sáng tạo, vừa hưởng lợi, vừa bảo tồn. Sự kết hợp ba yếu tố này, nếu được quản lý hợp lý, sẽ tạo ra một mô hình phát triển hài hòa giữa kinh tế, văn hóa và xã hội, góp phần thực hiện mục tiêu phát triển bền vững ở cả cấp địa phương và quốc gia.

2.3. Vai trò của cộng đồng trong phát triển công nghiệp văn hóa gắn với bảo tồn di sản và du lịch bền vững

Nếu như công nghiệp văn hóa và du lịch bền vững tạo ra khung thể chế và cơ chế vận hành, thì cộng đồng chính là “linh hồn” đảm bảo sự bền vững và tính xác thực của quá trình phát triển. Cộng đồng không chỉ là đối tượng thụ hưởng thụ động, mà còn là chủ thể sáng tạo, bảo tồn và giám sát việc khai thác di sản. Trong bài viết này, “cộng đồng” được hiểu theo nghĩa rộng, bao gồm nhóm cư dân sinh sống trong và xung quanh khu vực di sản, có mối quan hệ gắn bó với không gian văn hóa – xã hội địa phương. Họ là chủ thể lưu giữ tri thức văn hóa, thực hành nghi lễ – nghề truyền thống, đồng thời tham gia trực tiếp hoặc gián tiếp vào hoạt động du lịch (hướng dẫn viên, chủ cơ sở homestay, nghệ nhân làng nghề, người cung cấp dịch vụ...). Cách hiểu này phù hợp với quan niệm của UNWTO (2017) và UNESCO (2019) về cộng đồng như một đối tác trung tâm trong phát triển du lịch bền vững. Vai trò của cộng đồng được thể hiện ở ba phương diện cơ bản sau:

Trước hết, cộng đồng là người gìn giữ và tái tạo giá trị di sản. Di sản văn hóa, dù hữu hình hay vô hình, đều gắn chặt với đời sống cộng đồng. Những phong tục, tập quán, lễ hội, nghề thủ công truyền thống chỉ có thể duy trì được khi người dân địa phương tiếp tục thực hành và truyền thừa qua các thế

hệ. Chính cộng đồng là “người giữ hồn” cho di sản, bảo đảm sự liên tục và tính chân thực (authenticity) mà du lịch hiện đại luôn tìm kiếm (Cohen, 1988). Nếu thiếu vắng vai trò này, di sản dễ rơi vào tình trạng “đóng băng” hoặc bị biến đổi méo mó do tác động thương mại hóa.

Thứ hai, cộng đồng là tác nhân trực tiếp sáng tạo sản phẩm và dịch vụ du lịch văn hóa. Trong chuỗi giá trị của công nghiệp văn hóa, người dân không chỉ cung cấp nguyên liệu hay lao động, mà còn sáng tạo ra những sản phẩm mang dấu ấn bản địa như ẩm thực truyền thống, hàng thủ công mỹ nghệ, lễ hội dân gian hay mô hình du lịch homestay. Những sản phẩm này tạo nên sự khác biệt, giúp định vị thương hiệu du lịch địa phương, đồng thời đáp ứng xu hướng “du lịch trải nghiệm” đang ngày càng phổ biến trên thế giới (Richards, 2018). Sự tham gia tích cực của cộng đồng vì vậy vừa nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến, vừa gia tăng tính cạnh tranh của sản phẩm công nghiệp văn hóa.

Thứ ba, cộng đồng là đối tượng hưởng lợi và cũng là lực lượng giám sát sự phát triển du lịch. Một mô hình phát triển chỉ bền vững khi lợi ích được phân bổ công bằng, người dân địa phương được hưởng lợi trực tiếp từ hoạt động du lịch – từ việc tạo ra việc làm, tăng thu nhập cho đến cải thiện đời sống văn hóa – xã hội. Đồng thời, cộng đồng cũng là “người giám sát” tự nhiên, có vai trò quan trọng trong việc bảo đảm rằng các hoạt động du lịch không phá vỡ môi trường sinh thái, không làm mất cân bằng đời sống văn hóa, và không dẫn đến sự bất công trong phân phối lợi ích (Timothy & Nyaupane, 2009).

Có thể thấy, vai trò của cộng đồng trong phát triển công nghiệp văn hóa gắn với bảo tồn di sản và du lịch bền vững là yếu tố mang tính quyết định. Nếu cộng đồng chỉ đứng ngoài cuộc hoặc tham gia hình thức, quá trình phát triển dễ dẫn đến những hệ lụy như thương mại hóa cực đoan, mất bản sắc hoặc xung đột lợi ích. Ngược lại, khi cộng đồng thực sự trở thành chủ thể đồng sáng tạo, đồng quản lý và đồng hưởng lợi, công nghiệp văn hóa không chỉ đóng góp cho tăng trưởng kinh tế, mà còn củng cố bản sắc văn hóa và bảo đảm công bằng xã hội.

3. Thực tiễn tại tỉnh Ninh Bình

Ninh Bình được xem là một trong những địa phương điển hình trong việc phát triển công nghiệp văn hóa gắn với bảo tồn di sản và du lịch bền vững. Với lợi thế hội tụ cả di sản thiên nhiên và văn hóa, tỉnh đã từng bước khẳng định vị thế trên bản đồ du lịch trong nước và quốc tế. Trường hợp Ninh Bình cho thấy rõ nét vai trò trung tâm của cộng đồng trong khai thác và phát huy giá trị di sản.

3.1. Thành tựu

Ninh Bình là một trong những địa phương giàu tiềm năng về tài nguyên văn hóa – lịch sử, với 379 di tích được xếp hạng, trong đó có 78 di tích cấp quốc gia và 3 di tích quốc gia đặc biệt³ – con số cao nhất trong khu vực trước thời điểm sáp nhập. Đặc biệt, Quần thể Danh thắng Tràng An được UNESCO công nhận là Di sản thế giới kép năm 2014, vừa là di sản thiên nhiên, vừa là di sản văn hóa, khẳng định vị thế “điểm đến di sản” nổi bật của Việt Nam⁴. Sau khi điều chỉnh địa giới hành chính (sau tháng 7/2025), quy mô tài nguyên di tích của tỉnh được mở rộng đáng kể, do tiếp nhận thêm hệ thống di tích, không gian văn hóa, làng nghề và thiết chế tín ngưỡng – tôn giáo từ các đơn vị hành chính mới. Theo thống kê sơ bộ của ngành Văn hóa – Thể thao tỉnh, tổng số di tích được xếp hạng của Ninh Bình hiện tăng lên đáng kể so với giai đoạn trước, cho thấy biên độ phát triển rộng lớn hơn và mở ra nhiều dư địa mới cho công nghiệp văn hóa và du lịch văn hóa – tâm linh của tỉnh⁵. Để bảo đảm tính liên tục của chuỗi thời gian thống kê, bài viết sử dụng số liệu du lịch Ninh Bình giai đoạn trước sáp nhập làm cơ sở phân tích xu hướng và đánh giá thành tựu.

Trên nền tảng di sản phong phú ấy, cộng đồng địa phương giữ vai trò trung tâm trong việc biến di sản thành sản phẩm công nghiệp văn hóa đặc sắc. Người dân tại vùng đệm Tràng An, Vườn quốc gia Cúc Phương không chỉ là “người gìn giữ hồn di sản” mà còn trực tiếp tham gia vận hành

³ <https://baoninhbinh.org.vn/du-lich-ninh-binh-vuon-tam-trong-ky-nguyen-moi-672582.htm?utm>

⁴ UBND tỉnh Ninh Bình. (2022). *Báo cáo tình hình phát triển du lịch Ninh Bình giai đoạn 2015–2021*. Ninh Bình: UBND tỉnh.

⁵ Sở Văn hóa và Thể thao Ninh Bình (2025), *Thông tin thống kê sơ bộ sau điều chỉnh địa giới hành chính*, Ninh Bình

các dịch vụ homestay, hướng dẫn du lịch sinh thái, tổ chức biểu diễn nghệ thuật dân gian và quảng bá ẩm thực. Có thể nhận thấy sự phát triển công nghiệp văn hóa gắn với du lịch bền vững những năm gần đây gắn liền với mức độ tham gia ngày càng rõ nét của cộng đồng địa phương:

(1) Sự tham gia thực chất của cộng đồng trong chuỗi giá trị du lịch – văn hóa

Một trong những thành tựu nổi bật của Ninh Bình là cộng đồng dân cư tại các xã Ninh Xuân, Trường Yên, Ninh Hải (thuộc vùng lõi và vùng đệm gần nhất của Tràng An – Bái Đính – Tam Cốc) đã trở thành lực lượng nòng cốt trong chuỗi giá trị du lịch. Người dân địa phương không chỉ tham gia với vai trò lao động phục vụ mà còn đảm nhiệm các hoạt động có hàm lượng văn hóa cao như: Vận hành dịch vụ thuyền tại Tràng An và Tam Cốc với lực lượng chủ yếu là người dân các thôn bản lân cận, góp phần duy trì tính xác thực của trải nghiệm du lịch cảnh quan – văn hóa; Tham gia bảo tồn và trình diễn giá trị văn hóa bản địa, như hát chèo thuyền, thực hành nghi lễ dân gian, ẩm thực truyền thống; Phát triển mô hình homestay và du lịch cộng đồng tại các khu vực giáp ranh vùng lõi, giúp du khách trải nghiệm sinh hoạt địa phương gắn với cảnh quan di sản. Bên cạnh đó, nhiều làng nghề truyền thống trước nguy cơ mai một đã được hồi sinh nhờ sự đồng hành của cộng đồng, tiêu biểu như nghề thêu ren Văn Lâm (Hoa Lư) và nghề cói Kim Sơn, nơi người dân vừa bảo tồn kỹ thuật thủ công cổ truyền, vừa sáng tạo sản phẩm lưu niệm phục vụ khách du lịch.

Khác với nhiều điểm du lịch phát triển theo mô hình doanh nghiệp dẫn dắt, tại Ninh Bình, cộng đồng tham gia giữ vai trò trực tiếp tạo nên bản sắc sản phẩm. Chính sự tham gia này giúp trải nghiệm du lịch gắn liền với đời sống bản địa, giữ được tính xác thực và khác biệt. Đây không chỉ là thành quả về mặt kinh tế, mà còn là minh chứng cho vai trò “chủ thể sáng tạo” của cộng đồng trong phát triển công nghiệp văn hóa, vừa là người bảo tồn và truyền thừa di sản, giúp sản phẩm du lịch tránh được sự đồng dạng và thương mại hóa quá mức.

(2) Thành tựu tăng trưởng du lịch gắn với sự tham gia của cộng đồng

Nhờ sự kết hợp giữa di sản, chính sách hỗ trợ và đặc biệt là sự chủ động tham gia của cộng đồng, du lịch Ninh Bình đã tăng trưởng ấn tượng: Năm 2023, Ninh Bình đón hơn 6,5 triệu lượt khách, trong đó có 390.000 khách quốc tế, doanh thu đạt hơn 6.500 tỷ đồng⁶. Đến năm 2024, tính bất phá với 8,7 triệu lượt khách (trong đó 1,5 triệu khách quốc tế – cao nhất từ trước tới nay), doanh thu vượt 9.100 tỷ đồng, tăng trên 40% so với năm trước⁷. Và gần nhất là trong 6 tháng đầu năm 2025, Ninh Bình đã đón khoảng 7,2 triệu lượt khách, doanh thu đạt 7.715 tỷ đồng⁸. Riêng tháng 6/2025, con số khách đạt 661.000 lượt, tăng 48% so với cùng kỳ, tổng thu gần 718,5 tỷ đồng⁹. Những con số này cho thấy cộng đồng không chỉ thụ hưởng lợi ích từ phát triển du lịch, mà còn trở thành lực lượng đồng kiến tạo, góp phần nâng cao chất lượng và sức cạnh tranh của điểm đến.

Tốc độ gia tăng lượng khách giúp tăng mạnh nhu cầu lao động bản địa, mở rộng cơ hội việc làm toàn thời gian và bán thời gian cho hàng nghìn hộ gia đình, từ đó cải thiện thu nhập và tạo sinh kế bền vững. Bên cạnh thu nhập trực tiếp, sự gia tăng của khách du lịch còn thúc đẩy cộng đồng đa dạng hóa mô hình kinh doanh (dịch vụ đêm, trải nghiệm văn hóa, ẩm thực bản địa), giúp nâng cao năng lực quản lý, giao tiếp và kỹ năng nghề du lịch. Nhiều hộ gia đình đã tái đầu tư để nâng cấp nhà ở, mở rộng dịch vụ lưu trú, phát triển các sản phẩm OCOP hoặc khôi phục nghề thủ công, qua đó củng cố vai trò của cộng đồng như tác nhân sáng tạo trong chuỗi giá trị du lịch – văn hóa. Đối với các điểm đến trong vùng di sản, sự tăng trưởng doanh thu du lịch còn góp phần hình thành các mô hình đồng quản lý di sản với sự tham gia của cộng đồng: người dân tham gia giám sát môi trường, giữ gìn cảnh quan, đảm bảo chất lượng phục vụ, xây dựng hình ảnh điểm đến thân thiện và chuyên nghiệp. Điều này cho thấy cộng đồng không còn ở vị trí “thụ hưởng thụ động”, mà đang trở thành lực lượng đồng kiến tạo, góp phần nâng cao chất lượng trải nghiệm, sức cạnh tranh và sự bền vững của du lịch Ninh Bình trong giai đoạn mới.

⁶ <https://vtv.vn/doi-song/ninh-binh-don-hon-65-trieu-luot-khach-trong-nam-2023-20231220163453662.htm?utm>

⁷ <https://nbtv.vn/nam-2024-ninh-binh-don-8-7-trieu-luot-khach-du-lich-84193.html?utm>

⁸ <https://thongke.tourism.vn/index.php/news/items/290?utm>

⁹ <https://sodulich.ninhbinh.gov.vn/vi/tin-tuc-su-kien/ninh-binh-du-lich-thang-sau-soi-dong-tong-thu-tang-hon-48-2263.html?utm>

(3) Những chuyển biến tích cực trong bảo tồn và khai thác di sản

Song song với tăng trưởng du lịch, cộng đồng vùng lõi Tràng An – Bái Đính – Tam Cốc cũng có nhiều đóng góp quan trọng cho công tác bảo tồn như: Gìn giữ tri thức dân gian, nghề thủ công, ẩm thực truyền thống, qua đó tạo ra các sản phẩm văn hóa đặc thù phục vụ du khách; Tham gia các hoạt động giám sát môi trường, đặc biệt là tại các tuyến thuyền Tràng An và Tam Cốc, góp phần giảm thiểu rác thải và bảo vệ cảnh quan; Chủ động thích ứng với chuyển đổi số du lịch thông qua việc sử dụng nền tảng quảng bá trực tuyến, tham gia chương trình du lịch thông minh của tỉnh. Những chuyển biến này cho thấy cộng đồng không chỉ thụ hưởng mà trực tiếp góp phần định hình mô hình phát triển dựa trên di sản – phù hợp với yêu cầu của các bộ chỉ số văn hóa 2030 của UNESCO (2019).

Để củng cố nền tảng phát triển du lịch theo hướng bền vững, tỉnh đã đẩy mạnh chuyển đổi số trong lĩnh vực du lịch và tạo điều kiện để cộng đồng tiếp cận. Bảo tàng tỉnh đã số hóa gần 1.000 hiện vật, trong đó 50 hiện vật ứng dụng công nghệ 3D phục vụ trải nghiệm trực tuyến¹⁰. Các điểm đến lớn như Tràng An, Tam Cốc triển khai công nghệ AI, VR/AR; hơn 100 tài khoản doanh nghiệp tham gia nền tảng du lịch thông minh, với hơn 120 video quảng bá, tổng tương tác trên nền tảng số vượt 7 triệu lượt¹¹. Điều này cho thấy cộng đồng địa phương không chỉ là đối tượng tham gia thụ động, mà đã dần thích ứng, đổi mới cách tiếp cận để hòa nhập vào quá trình phát triển du lịch hiện đại.

Song song với đó, Hội đồng nhân dân tỉnh đã ban hành Nghị quyết số 105/2023/NQ-HĐND ngày 12/7/2023 về việc ban hành Quy định một số chính sách hỗ trợ phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh giai đoạn 2023- 2030, Nghị quyết nêu rõ các khoản hỗ trợ tu bổ, sửa chữa các công trình kiến trúc lâu năm, hỗ trợ 90% chi phí tổ chức lớp tập huấn, bồi dưỡng kiến thức về du lịch (tối đa 50 triệu đồng/lớp, tối đa 2 lớp/năm), hỗ trợ 4,5 triệu đồng/người/khóa đào tạo nghề du lịch cho người dân địa phương; hỗ trợ 20% chi phí tham gia chương trình xúc tiến du lịch trong và ngoài nước. Cũng trong Tuần Du lịch Ninh Bình 2025, tỉnh ước đón 485.000 lượt khách, trong đó có hơn 120.000 khách quốc tế, công suất phòng tại Tam Cốc đạt 85–90%¹². Việc triển khai đồng bộ các chính sách này không chỉ góp phần tháo gỡ khó khăn trước mắt mà còn tạo nền tảng vững chắc để Ninh Bình phát triển du lịch theo hướng bền vững, gắn với bảo tồn di sản và nâng cao đời sống cộng đồng.

Mặc dù Nhà nước giữ vai trò định hướng và doanh nghiệp cung cấp nguồn lực đầu tư, nhưng chính cộng đồng mới là chủ thể quyết định chất lượng, tính xác thực và mức độ bền vững của sản phẩm du lịch – văn hóa tại Ninh Bình. Không có sự tham gia chủ thể của người dân, di sản chỉ tồn tại ở dạng “tài nguyên tĩnh”, còn du lịch dễ rơi vào tình trạng thương mại hóa, đánh mất bản sắc. Thực tiễn Ninh Bình cho thấy cộng đồng là lực lượng duy nhất vừa gìn giữ, vừa sáng tạo, vừa trực tiếp vận hành và giám sát di sản; nhờ đó, chuỗi giá trị công nghiệp văn hóa – du lịch không chỉ vận hành hiệu quả mà còn duy trì được bản sắc và sức sống nội sinh. Đây chính là điểm khẳng định vai trò của cộng đồng như “chủ thể trung tâm”, mang tính quyết định đối với sự thành công của mô hình phát triển công nghiệp văn hóa gắn với bảo tồn di sản và du lịch bền vững.

3.2. Hạn chế và thách thức

Mặc dù đạt được nhiều kết quả tích cực, quá trình phát triển công nghiệp văn hóa gắn với bảo tồn di sản và du lịch bền vững tại Ninh Bình vẫn bộc lộ những hạn chế nhất định, đặc biệt liên quan đến vai trò chủ thể trung tâm của cộng đồng. Những hạn chế này không chỉ xuất phát từ yếu tố nội tại của cộng đồng mà còn từ cơ chế quản lý, chính sách và mô hình vận hành du lịch trên địa bàn tỉnh.

(1) Tính đa dạng và chiều sâu văn hóa trong sản phẩm du lịch còn hạn chế, chưa khai thác hết vai trò sáng tạo của cộng đồng

¹⁰ <https://ninhbinh.gov.vn/tin-noi-bat/so-hoa-di-san-o-ninh-binh-337041?utm>

¹¹ <https://kinhtedothi.vn/ninh-binh-ung-dung-chuyen-doi-so-trong-du-lich.718069.html?utm>

¹² <https://nbtv.vn/tuan-du-lich-ninh-binh-2025-uoc-don-485-nghin-luot-khach-91949.html?utm>

Mặc dù sở hữu hệ thống di sản phong phú, nhiều sản phẩm du lịch tại Ninh Bình vẫn thiếu chiều sâu văn hóa, khiến vai trò sáng tạo của cộng đồng chưa được phát huy đầy đủ. Hiện nay, nhiều tour du lịch tại Ninh Bình vẫn chủ yếu tập trung vào các hoạt động tham quan thắng cảnh thiên nhiên hoặc tín ngưỡng – như đi thuyền, đạp xe, lễ chùa – trong khi các trải nghiệm văn hóa đặc thù như trình diễn nghệ thuật truyền thống, nghề thủ công, triển lãm hoặc chương trình văn hóa ban đêm vẫn còn mờ nhạt. Điều này khiến khách du lịch khó có động lực lưu trú lâu hơn hay chi tiêu sâu hơn so với tiềm năng vốn có của địa phương. Trong 8 tháng đầu năm 2025, tỉnh ghi nhận khách lưu trú đạt hơn 2,86 triệu lượt, với ngày khách lưu trú đạt gần 3,14 triệu ngày¹³, đây là tín hiệu tích cực về lượng khách qua đêm; tuy nhiên, mức tăng này chưa phản ánh sự cải thiện tương ứng về chất lượng trải nghiệm văn hóa. Dù khách có lưu trú lâu hơn, phần lớn hoạt động buổi tối tại các điểm đến vẫn hạn chế, và cộng đồng địa phương chưa có nhiều cơ hội đưa sản phẩm văn hóa đặc trưng của mình vào chuỗi giá trị du lịch.

Bên cạnh đó, dù lượng khách lưu trú tăng đều qua các năm, theo số liệu cho thấy tổng lượng khách đến Ninh Bình tăng mạnh từ 6,5 triệu lượt năm 2023 lên 8,7 triệu lượt năm 2024, và đạt 7,2 triệu lượt chỉ trong 6 tháng đầu năm 2025¹⁴ – nhưng thời gian lưu trú trung bình vẫn ở mức thấp so với các điểm đến di sản khác. Ngay cả trong các sự kiện cao điểm như Tuần Du lịch Ninh Bình 2025, khi công suất phòng tại Tam Cốc đạt 85–90%¹⁵, hiện tượng “căng phòng theo mùa” chỉ diễn ra trong thời gian ngắn, không phản ánh sự ổn định của thị trường lưu trú, đồng thời thúc đẩy trải nghiệm văn đề thúc đẩy chi tiêu cao hơn. Điều này cho thấy sáng tạo của cộng đồng chưa được coi là nguồn lực chiến lược, dẫn đến thiếu vắng các sản phẩm mang bản sắc mạnh, có khả năng kéo dài trải nghiệm, tạo chiều sâu văn hóa và thúc đẩy chi tiêu cao hơn. Khi vai trò sáng tạo của cộng đồng chưa được khai thác đúng mức, Ninh Bình khó tận dụng hết tiềm năng di sản để nâng cao giá trị kinh tế – văn hóa và phát triển du lịch theo hướng bền vững.

(2) Năng lực và kỹ năng du lịch của cộng đồng còn thiếu và yếu

Một thách thức không nhỏ nằm ở năng lực của lực lượng lao động trong ngành du lịch. Trong giai đoạn từ năm 2020 đến nay, tỉnh ghi nhận có khoảng 14.500 lao động (kể cả trực tiếp và gián tiếp) làm việc trong các đơn vị kinh doanh du lịch, trong đó 4.000 lao động trực tiếp¹⁶. Điều này cho thấy phần lớn lao động tại các mô hình du lịch cộng đồng và làng nghề là lao động phổ thông, thiếu kỹ năng quản lý, nghiệp vụ du lịch và trình độ ngoại ngữ còn hạn chế.

Về đào tạo, số liệu từ các khóa tập huấn cho thấy mỗi năm chỉ có vài trăm lượt người được đào tạo – một con số khá khiêm tốn so với tốc độ phát triển mạnh mẽ của ngành. Tổ chức đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ du lịch, đổi mới và nâng cao chất lượng dịch vụ, đặc biệt là các loại hình du lịch dựa vào cộng đồng, tập trung bồi dưỡng, đào tạo để mỗi người dân, người lao động du lịch địa phương trở thành một đại sứ du lịch, hướng dẫn viên du lịch. Năm 2024, ngành du lịch đã tổ chức 22 lớp đào tạo, bồi dưỡng du lịch cho gần 1.500 học viên (Sở Du lịch tổ chức 9 lớp với gần 700 học viên, Hiệp hội du lịch phối hợp tổ chức 10 lớp với 660 học viên; các doanh nghiệp tổ chức lớp bồi dưỡng theo Nghị quyết 105 với 150 học viên)¹⁷. Mặc dù các hoạt động đào tạo đã được triển khai thường xuyên, quy mô đào tạo hàng năm vẫn còn hạn chế so với tổng nhu cầu của ngành, dẫn đến tỷ lệ lao động được đào tạo chính quy còn thấp. Nhiều hộ gia đình tham gia du lịch homestay còn gặp khó khăn trong việc bảo đảm chất lượng dịch vụ, quảng bá sản phẩm hay kết

¹³ <https://thuonghieucongluan.com.vn/du-lich-ninh-binh-tang-truong-manh-me-trong-thang-8-va-8-thang-dau-nam-2025-a277699.html>

¹⁴ Sở Du lịch Ninh Bình. (2023–2025). *Báo cáo tình hình du lịch tỉnh Ninh Bình giai đoạn 2023–2025*

¹⁵ Hội đồng nhân dân tỉnh Ninh Bình. (2023). *Nghị quyết số 105/2023/NQ-HĐND ngày 12/7/2023 về chính sách hỗ trợ phát triển du lịch giai đoạn 2023–2030*.

¹⁶ <https://sodulich.ninhbinh.gov.vn/vi/tin-tuc-su-kien/phat-trien-nguon-nhan-luc-du-lich-chat-luong-cao-cua-tinh-ninh-binh-trong-giai-doan-phuc-hoi-du-lich-968.html?utm>

¹⁷ <https://sodulich.ninhbinh.gov.vn/vi/tin-tuc-su-kien/ket-qua-phat-trien-du-lich-nam-2024-dinh-huong-nhiem-vu-trong-tam-nam-2025-2021.html>.

nổi với thị trường quốc tế¹⁸. Điều này khiến cộng đồng khó phát huy vai trò “đồng sáng tạo” và dễ bị phụ thuộc vào doanh nghiệp lớn, ảnh hưởng tiêu cực trực tiếp đến sự hài lòng của du khách khi du lịch tại tỉnh Ninh Bình.

(3) Cơ chế phối hợp Nhà nước – doanh nghiệp – cộng đồng chưa chặt chẽ, cộng đồng vẫn đứng ngoài quá trình ra quyết định

Một thách thức lớn hiện nay là cơ chế phối hợp ba bên Nhà nước – doanh nghiệp – cộng đồng trong quản lý và phát triển du lịch chưa thật sự hiệu quả. Trên thực tế, mặc dù cộng đồng đảm nhiệm phần lớn các hoạt động vận hành dịch vụ (chèo thuyền, lưu trú, hướng dẫn, bảo tồn tri thức bản địa...), nhưng quyền tham gia của họ trong các khâu như lập quy hoạch, tổ chức dịch vụ, quản lý điểm đến và phân chia lợi ích vẫn rất hạn chế. Các quyết định chủ yếu do cơ quan quản lý nhà nước và doanh nghiệp nắm giữ, dẫn đến sự bất bình đẳng trong quyền tham gia và hưởng lợi, khiến cộng đồng khó đóng vai trò “đối tác đồng quản lý” đúng như định hướng phát triển du lịch bền vững. Điều này khiến cộng đồng – lực lượng sống ngay trong không gian di sản – bị đặt vào vị trí bị động trong các quyết định quan trọng liên quan đến sinh kế của chính họ.

Bên cạnh đó, dù đã có nỗ lực thúc đẩy liên kết giữa các bên, nhiều mô hình du lịch cộng đồng ở Ninh Bình vẫn mang tính tự phát, thiếu sự hỗ trợ ổn định về vốn, đào tạo, chuyển đổi số và xúc tiến quảng bá. Trong chuỗi giá trị du lịch – công nghiệp văn hóa, cộng đồng chủ yếu tham gia ở các khâu giá trị gia tăng thấp như phục vụ lưu trú gia đình, ăn uống, bán hàng lưu niệm nhỏ lẻ; trong khi doanh nghiệp nắm giữ những khâu có lợi nhuận cao như tổ chức tour, kinh doanh vận tải, quản lý dịch vụ cao cấp. Sự bất cân xứng lợi ích này không chỉ làm giảm động lực của người dân trong bảo tồn di sản mà còn có thể dẫn tới xu hướng thương mại hóa quá mức, khai thác di sản theo hướng ngắn hạn.

Nhìn chung, khi cộng đồng chưa được tham gia đầy đủ vào quá trình ra quyết định và chưa có cơ chế phối hợp chặt chẽ với Nhà nước – doanh nghiệp, việc quản lý di sản rất dễ rơi vào tình trạng phát triển lệch hướng, thiếu cân bằng giữa lợi ích kinh tế và bảo tồn bản sắc văn hóa. Đây là một trong những rào cản quan trọng nhất đối với mục tiêu phát huy vai trò chủ thể trung tâm của cộng đồng trong phát triển công nghiệp văn hóa và du lịch bền vững tại Ninh Bình.

(4) Chính sách hỗ trợ cộng đồng còn thiếu tính đồng bộ và khó tiếp cận

Hệ thống chính sách hỗ trợ phát triển du lịch – đặc biệt trong các lĩnh vực du lịch cộng đồng và công nghiệp văn hóa – hiện vẫn thiếu tính đồng bộ và chưa tạo được tác động thực chất đến cộng đồng. Chính sách hỗ trợ vốn vay, xúc tiến quảng bá hay bảo hộ thương hiệu sản phẩm làng nghề chưa thực sự đến được với các hộ dân và doanh nghiệp nhỏ, dẫn đến nhiều mô hình du lịch cộng đồng hoặc sản phẩm văn hóa mới vẫn dừng ở quy mô nhỏ, thiếu thương hiệu bền vững cho toàn tỉnh¹⁹.

Một trong những nguyên nhân cốt lõi của hạn chế này là Nghị quyết 105/2023/NQ-HĐND mới được ban hành và bắt đầu triển khai từ năm 2023, trong khi Báo cáo tổng kết hoạt động du lịch năm 2024 chủ yếu phản ánh tình hình tăng trưởng chung của ngành và tiến độ thực hiện các chỉ tiêu thường niên, các khó khăn nổi bật được ghi nhận trong năm 2024 bao gồm: nguồn lực tài chính phân bổ cho đào tạo, xúc tiến quảng bá và hỗ trợ hạ tầng còn hạn chế; việc kết nối với các chính sách cấp trung ương chưa đồng bộ; cơ chế giám sát – đánh giá hiệu quả các chương trình hỗ trợ chưa hoàn thiện. Ngoài ra, các chính sách hỗ trợ như vốn vay ưu đãi, quảng bá du lịch, hay bảo hộ thương hiệu sản phẩm làng nghề vẫn chưa tiếp cận được tới phần lớn hộ kinh doanh nhỏ và các mô hình du lịch cộng đồng. Tại báo cáo này chưa cung cấp đủ dữ liệu để đánh giá một cách toàn diện và định lượng mức độ tác động của Nghị quyết 105 đối với cộng đồng địa phương – đặc biệt là trong các nội dung hỗ trợ đào tạo nhân lực, phát triển sản phẩm văn hóa, hỗ trợ vốn vay và xúc tiến quảng bá²⁰.

¹⁸ Sở Du lịch Ninh Bình. (2022), *Báo cáo tổng kết hoạt động du lịch năm 2022*. Ninh Bình: Sở Du lịch.

¹⁹ Sở Du lịch Ninh Bình. (2023), *Báo cáo tổng kết hoạt động du lịch năm 2023*. Ninh Bình: Sở Du lịch.

²⁰ Sở Du lịch Ninh Bình. (2024). *Báo cáo tổng kết hoạt động du lịch năm 2024*. Ninh Bình: Sở Du lịch.

Bên cạnh đó, tại ở nhiều điểm du lịch nằm xen kẽ trong khu dân cư, việc phát triển hạ tầng vấp phải khó khăn trong giải phóng mặt bằng, quy hoạch còn chồng chéo, ranh giới vùng lõi – vùng đệm chưa được xác định rõ ràng²¹. Những bất cập này cho thấy chính sách hỗ trợ hiện nay vẫn thiên về khía cạnh kinh tế – xã hội, trong khi yếu tố không gian sống, hạ tầng và quy hoạch gắn với cộng đồng địa phương chưa được xử lý đồng bộ. Điều này hạn chế khả năng tiếp cận chính sách, giảm động lực tham gia của cộng đồng và làm chậm quá trình phát huy vai trò “chủ thể trung tâm” trong phát triển du lịch bền vững.

(5) Nguy cơ thương mại hóa di sản và suy giảm tính xác thực khi vai trò giám sát của cộng đồng chưa được phát huy đầy đủ

Sự tăng trưởng nhanh của du lịch tại Ninh Bình trong những năm gần đây, dù mang lại lợi ích kinh tế rõ rệt, cũng tạo ra nguy cơ thương mại hóa các giá trị văn hóa – di sản khi tốc độ mở rộng hoạt động du lịch vượt quá khả năng kiểm soát chất lượng văn hóa và năng lực giám sát của cộng đồng địa phương.

Một số lễ hội truyền thống đã xuất hiện dấu hiệu “sân khấu hóa”, khi nghi thức bị điều chỉnh để phù hợp nhu cầu trình diễn cho du khách, thay vì duy trì cấu trúc nguyên gốc và không gian thiêng vốn gắn bó với cộng đồng²². Tương tự, các hoạt động trình diễn dân gian – đặc biệt tại khu vực Tam Cốc và Tràng An – có xu hướng bị rút gọn, biến tấu theo thị hiếu thị trường, làm giảm chiều sâu nghệ thuật và tính chân thực của di sản. Theo UNESCO (2019), việc di sản bị thương mại hóa quá mức dễ khiến cộng đồng mất dần vai trò chủ thể và biến di sản thành “hàng hóa văn hóa” hơn là một phần của đời sống tinh thần.

Nguy cơ này cũng hiện hữu trong lĩnh vực thủ công truyền thống. Nhiều sản phẩm lưu niệm tại một số làng nghề có xu hướng được sản xuất hàng loạt, thay cho các kỹ thuật thủ công tinh xảo, dẫn đến giảm chất lượng nghệ thuật và mất đi giá trị nguyên bản²³. Khi sản phẩm bị chi phối bởi thị hiếu ngắn hạn, tính độc đáo và bản sắc làng nghề bị suy giảm, khiến cộng đồng dễ phụ thuộc thị trường thay vì phát huy năng lực sáng tạo – một nền tảng quan trọng của công nghiệp văn hóa.

Những biểu hiện trên cho thấy thương mại hóa đang trở thành rào cản lớn đối với mục tiêu bảo tồn di sản và phát triển du lịch bền vững của Ninh Bình. Khi vai trò giám sát của cộng đồng chưa được phát huy đầy đủ và cơ chế bảo vệ – định hướng văn hóa chưa hoàn thiện, cộng đồng đứng trước nguy cơ đánh mất vị thế “chủ thể văn hóa”. Điều này đe dọa trực tiếp tính xác thực của di sản – yếu tố đã góp phần quan trọng tạo nên sức hấp dẫn của du lịch Ninh Bình trong thời gian qua.

(6) Tính mùa vụ cao và tác động bên ngoài dễ gây xáo trộn

Cuối cùng, tính mùa vụ và tác động từ bên ngoài cũng đặt ra nhiều áp lực. Du lịch Ninh Bình thường tập trung cao điểm vào mùa lễ hội đầu năm và mùa lúa chín, còn lại rơi vào tình trạng trầm lắng. Vào mùa thấp điểm, lượng khách nội địa giảm, trong khi khách quốc tế bị ảnh hưởng bởi xu hướng kinh tế thế giới, điều này đặt ra thách thức lớn cho việc duy trì dịch vụ và nguồn thu ở mức ổn định của cộng đồng. Thêm vào đó, các yếu tố như thiên tai, dịch bệnh, biến động nền kinh tế toàn cầu tiếp tục là những rủi ro khó kiểm soát, có thể ảnh hưởng đột ngột đến lượng khách, chuỗi cung ứng và chi phí vận hành của cộng đồng phụ thuộc nhiều vào du lịch.

Những hạn chế trên cho thấy cộng đồng dù đóng vai trò then chốt nhưng vẫn chưa thực sự được trao quyền và hỗ trợ đầy đủ để phát huy vị thế “chủ thể trung tâm”. Nếu không khắc phục, quá trình phát triển công nghiệp văn hóa gắn với bảo tồn di sản và du lịch bền vững tại Ninh Bình có nguy cơ mất cân bằng, dễ rơi vào thương mại hóa hoặc phụ thuộc quá nhiều vào các tác nhân bên ngoài. Chính vì vậy, cần có một định hướng phát triển toàn diện để vừa khắc phục hạn chế, vừa phát huy tối đa thế mạnh của tỉnh trong giai đoạn tới.

²¹ UBND tỉnh Ninh Bình (2022), *Báo cáo tình hình triển khai quy hoạch và phát triển du lịch*. Ninh Bình: UBND tỉnh Ninh Bình

²² <https://baoninhbinh.org.vn/de-le-hoi-truyen-thong-tro-ve-dung-gia-tri-thuc-399969.htm?utm>

²³ Sở Công thương Ninh Bình. (2023). *Báo cáo phát triển làng nghề và sản phẩm thủ công năm 2023*. Ninh Bình

4. Định hướng và giải pháp phát triển du lịch gắn với bảo tồn di sản tại tỉnh Ninh Bình

Từ thực tiễn thành tựu và những hạn chế đã phân tích, có thể thấy rằng cộng đồng địa phương vừa là động lực, vừa là điểm yếu cần được hỗ trợ trong phát triển công nghiệp văn hóa gắn với bảo tồn di sản và du lịch bền vững. Do đó, định hướng trong giai đoạn tới phải đặt cộng đồng vào vị trí trung tâm, đồng thời phát huy hiệu quả sự phối hợp giữa Nhà nước – doanh nghiệp – cộng đồng.

4.1. Định hướng phát triển du lịch Ninh Bình trong không gian hình mới

Trong bối cảnh tỉnh vừa được mở rộng địa giới hành chính, không gian phát triển du lịch của Ninh Bình không chỉ tập trung trong Quần thể Danh thắng Tràng An và khu vực Bái Đính mà đang mở rộng ra nhiều vùng khác của tỉnh, kết nối hệ thống di tích, làng nghề và cảnh quan sinh thái đa dạng. Điều này đòi hỏi phải có một định hướng phát triển toàn diện, vừa đảm bảo tính đặc thù của di sản, vừa thích ứng với yêu cầu quản lý và phát triển trên quy mô toàn tỉnh. Chính vì vậy, việc hoạch định định hướng phát triển du lịch Ninh Bình trong giai đoạn tới là một nhiệm vụ mang ý nghĩa chiến lược, trong đó cộng đồng cần tiếp tục được đặt ở vị trí trung tâm, trở thành chủ thể đồng sáng tạo và đồng hưởng lợi:

Xây dựng Ninh Bình trở thành trung tâm du lịch văn hóa – sinh thái – tôn giáo cấp quốc gia và quốc tế

Ninh Bình đang định hướng phát triển trở thành trung tâm du lịch văn hóa – sinh thái – tôn giáo quy mô quốc gia và quốc tế trong bối cảnh không gian phát triển du lịch được mở rộng sau quá trình hợp nhất đơn vị hành chính. Theo nhận định của ông Bùi Văn Mạnh, Giám đốc Sở Du lịch Ninh Bình tại tọa đàm “Phát triển du lịch Ninh Bình trong không gian mới” việc hợp nhất ba tỉnh Ninh Bình, Hà Nam và Nam Định là “thiên thời – địa lợi – nhân hòa” để tái định vị du lịch Ninh Bình. Ông cho rằng sự kiện này không chỉ thay đổi địa giới hành chính mà còn mở ra không gian phát triển rộng lớn, giúp Ninh Bình trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, có năng lực cạnh tranh quốc tế, và hướng đến vị thế trung tâm du lịch văn hóa – sinh thái – tôn giáo hàng đầu khu vực Đông Nam Á²⁴. Ngoài ra, Nghị quyết của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh về phát triển du lịch giai đoạn 2021-2030 xác định rõ rằng du lịch phải gắn với bản sắc văn hóa, bảo tồn di sản và phải hợp tác liên vùng để tạo các tuyến du lịch liên tỉnh²⁵. Đây không chỉ là mục tiêu về tăng trưởng du khách và doanh thu, mà còn là chiến lược để quảng bá bản sắc văn hóa Ninh Bình trên trường quốc tế.

Đẩy mạnh liên kết vùng và quảng bá du lịch sau sáp nhập

Với việc mở rộng quy mô thực thể của tỉnh (hợp nhất các đơn vị địa phương), Ninh Bình cần khai thác lợi thế liên kết vùng để tái định vị du lịch Ninh Bình. Ninh Bình cần tận dụng lợi thế quy mô mới để khai thác sâu hơn các tuyến du lịch liên tỉnh, hình thành chuỗi sản phẩm du lịch đa dạng Di sản – Sinh thái – Biển với các tỉnh lân cận. Chiến lược này nhằm tăng cường hợp tác quốc tế, qua đó đẩy mạnh quảng bá di sản của Ninh Bình ra thế giới. Nghị quyết số 07-NQ/TU ngày 29/10/2021 của Tỉnh ủy Ninh Bình (cũ) đã xác định rõ tầm nhìn và mục tiêu chiến lược cho ngành du lịch Ninh Bình: đến năm 2030, du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, đóng góp lớn vào sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Để hiện thực hóa tầm nhìn này, công tác quảng bá du lịch được đặc biệt chú trọng thông qua việc tham gia các hội chợ quốc tế và đẩy mạnh truyền thông số, quảng bá kỹ thuật số. Năm 2024, toàn tỉnh Ninh Bình ước đón khoảng 8,7 triệu lượt khách và đạt doanh thu khoảng 9.100 tỷ đồng, đánh dấu năm phục hồi mạnh mẽ sau dịch bệnh, đánh dấu mức tăng trưởng ấn tượng 40,1% so với năm 2023²⁶ (Tỉnh ủy Ninh Bình, 2024). Theo báo cáo sơ bộ của ngành Du lịch Ninh Bình, 6 tháng đầu năm 2025 tỉnh ước đón khoảng 7,2 triệu lượt khách với doanh thu 7.715 tỷ đồng, cho thấy xu hướng tăng trưởng tiếp diễn (Sở Du lịch Ninh Bình, 2025). Kết quả tăng trưởng này là minh chứng rõ ràng cho hiệu quả của các chiến lược xúc tiến và quản lý đang được triển khai.

²⁴ <https://vietnamhoinhap.vn/vi/phan-trien-du-lich-ninh-binh-trong-khong-gian-moi-52599.htm>

²⁵ Sở Du lịch Ninh Bình. (2021). *Nghị quyết của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh về phát triển du lịch Ninh Bình giai đoạn 2021-2030, định hướng đến năm 2045*

²⁶ Tỉnh ủy Ninh Bình. (2024). *Báo cáo tình hình phát triển kinh tế - xã hội năm 2024 và dự kiến chỉ tiêu ngành du lịch*.

Lồng ghép Nghị quyết phát triển công nghiệp văn hóa

Năm 2025, Ban Thường vụ Tỉnh ủy Ninh Bình (cũ) đã ban hành Nghị quyết 22-NQ/TU về phát triển các ngành công nghiệp văn hóa giai đoạn 2025-2035, định hướng đến năm 2050, trong đó nhấn mạnh việc xây dựng cơ chế, chính sách vượt trội tạo động lực đưa du lịch, cùng với công nghiệp văn hóa trở thành cụm ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh. Việc kết hợp giữa định hướng du lịch và phát triển công nghiệp văn hóa giúp tỉnh tránh đơn thuần “làm du lịch”, mà hướng tới “tạo nền công nghiệp văn hóa – du lịch gắn với bản sắc địa phương”.

Đặt cộng đồng làm chủ thể trung tâm trong phát triển công nghiệp văn hóa – du lịch

Cộng đồng không chỉ là người tham gia mà phải được coi là đồng kiến tạo toàn bộ quá trình phát triển:

- Bảo tồn: trực tiếp gìn giữ, phục dựng lễ hội, nghề truyền thống và giám sát khai thác di sản để giữ tính xác thực.
- Sáng tạo: phát triển homestay, sản phẩm OCOP, hàng lưu niệm, ẩm thực đặc trưng gắn với bản sắc địa phương.
- Quản lý: tham gia tổ chức và đồng quản lý hoạt động du lịch, liên kết qua các tổ/nhóm/hiệp hội cộng đồng.
- Hưởng lợi: được phân bổ lợi ích công bằng từ du lịch và tái đầu tư cho bảo tồn, nâng cao đời sống.

Ưu tiên phát triển sản phẩm du lịch đặc thù, du lịch xanh và du lịch số

Định hướng phải nhấn mạnh vào các sản phẩm mang bản sắc – trải nghiệm sâu, như du lịch đêm, du lịch học thuật – văn hóa, trải nghiệm nghề truyền thống. Song song, tiếp tục ứng dụng công nghệ như AI, VR/AR, nền tảng du lịch thông minh để quảng bá, quản lý điểm đến và kết nối cộng đồng với du khách. Việc phát triển du lịch xanh, du lịch bền vững cũng là định hướng được tỉnh đặt ra — nhằm bảo đảm các hoạt động du lịch không làm mất cân bằng hệ sinh thái và phân tài nguyên di sản vốn đã yếu tố cốt lõi của Ninh Bình.

4.2. Giải pháp phát triển du lịch gắn với bảo tồn di sản ở Ninh Bình

Để hiện thực hóa định hướng phát triển du lịch trong không gian mới, đồng thời khắc phục những hạn chế còn tồn tại, Ninh Bình cần một hệ thống giải pháp đồng bộ và khả thi, vừa có tính ngắn hạn, vừa bảo đảm chiến lược lâu dài.

Một là, Đa dạng hóa sản phẩm du lịch và nâng cao chiều sâu văn hóa

Trước hết, cần thiết kế và đưa vào khai thác các sản phẩm văn hóa – du lịch đặc thù, vượt ra ngoài khung tham quan cảnh quan – tín ngưỡng truyền thống. Ví dụ, xây dựng các chương trình biểu diễn nghệ thuật truyền thống ban đêm tại Tràng An, Tam Cốc, tổ chức triển lãm nghề thủ công, tour trải nghiệm “một ngày làm nghệ nhân” tại làng nghề Văn Lâm hoặc Kim Sơn. Theo Cục du lịch quốc gia (2024), khách quốc tế có xu hướng chi tiêu nhiều hơn cho các trải nghiệm văn hóa – sáng tạo (trung bình 85–100 USD/ngày), cao gấp 1,5 lần so với các tour tham quan ngắn ngày. Do đó, việc nâng cao hàm lượng văn hóa trong sản phẩm sẽ giúp gia tăng cả thời gian lưu trú lẫn chi tiêu bình quân của du khách.

Hai là, tăng cường đào tạo và nâng cao năng lực cho cộng đồng cũng như phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao

Một trong những “điểm yếu” của Ninh Bình hiện nay là thiếu lao động có tay nghề. Do đó, cần triển khai mạnh các chương trình:

- + Đào tạo nghề du lịch – khách sạn theo chuẩn quốc tế, có sự liên kết với doanh nghiệp.
- + Tổ chức khóa học ngoại ngữ miễn phí/giảm phí cho cộng đồng làm du lịch.
- + Xây dựng Quỹ hỗ trợ đào tạo nhân lực du lịch, lấy từ nguồn thu phí tham quan và ngân sách tỉnh.
- + Tổ chức các chương trình tập huấn về quản lý du lịch, kỹ năng giao tiếp, ngoại ngữ, truyền thông và ứng dụng công nghệ số. Hình thành đội ngũ hướng dẫn viên địa phương có trình độ, giúp nâng cao chất lượng dịch vụ và hình ảnh điểm đến.

Theo Sở Du lịch Ninh Bình (2023), hiện mới có khoảng 30 % lao động du lịch địa phương được cấp chứng nhận hoàn thành các khóa đào tạo/tập huấn nghiệp vụ du lịch, nếu tăng tỷ lệ này lên 50 % vào 2030, năng suất lao động ngành có thể tăng ít nhất 1,4 lần.

Ba là, củng cố cơ chế phối hợp giữa Nhà nước – doanh nghiệp – cộng đồng

Cần thiết lập cơ chế “tam giác phát triển”: Xây dựng cơ chế đồng quản lý di sản, trong đó cộng đồng được tham gia vào quy hoạch, giám sát và đánh giá hiệu quả các dự án du lịch. Nhà nước và chính quyền địa phương đóng vai trò định hướng và hỗ trợ về chính sách; hạ tầng, còn doanh nghiệp đầu tư công nghệ và vốn để khai thác thị trường. Thiết lập mô hình hợp tác công – tư – cộng đồng, trong đó người dân có tiếng nói và được hưởng lợi trực tiếp từ hoạt động du lịch. Cần quy định tỷ lệ phân chia doanh thu rõ ràng, ưu tiên tái đầu tư cho bảo tồn di sản và phát triển sinh kế tại chỗ.



Ví dụ, trong mô hình homestay tại vùng đệm Tràng An, chính quyền có thể hỗ trợ vốn vay ưu đãi, doanh nghiệp hỗ trợ kỹ thuật và kênh phân phối, cộng đồng trực tiếp vận hành và hưởng lợi. Điều này giúp cân bằng lợi ích, tránh tình trạng cộng đồng chỉ tham gia ở mức “phục vụ cơ bản”.

Bốn là, hoàn thiện hệ thống chính sách hỗ trợ phát triển du lịch cộng đồng và bảo đảm đồng bộ

Các chính sách hiện hành cần được giám sát và điều chỉnh để thực sự đi vào đời sống. Nghị quyết 105/2023/NQ-HĐND của tỉnh đã ban hành, nhưng cần bổ sung:

- + Hỗ trợ vốn vay nhỏ cho hộ dân làm du lịch cộng đồng.
- + Chính sách bảo hộ thương hiệu cho sản phẩm làng nghề.
- + Quỹ xúc tiến quảng bá quốc tế có sự tham gia đồng tài trợ của doanh nghiệp.
- + Lồng ghép thêm các chính sách phát triển du lịch với chương trình nông thôn mới, giảm nghèo bền vững và chuyển đổi số nông thôn.

Theo OECD (2023), chính sách phát triển du lịch thành công phải bảo đảm đồng bộ giữa ba cấp: trung ương – địa phương – cộng đồng. Đây là điều Ninh Bình cần khắc phục để tránh tình trạng chính sách “treo trên giấy”.

Năm là, chuẩn hóa mức độ sân khấu hóa và tăng cường giám sát cộng đồng

Cần xây dựng bộ tiêu chí chuẩn hóa mức độ bảo tồn – sân khấu hóa đối với lễ hội, trình diễn dân gian và các hoạt động văn hóa tại điểm du lịch. Bộ tiêu chí phải xác định rõ: phân nghi lễ buộc giữ nguyên bản; phần được phép sáng tạo phục vụ khách; giới hạn mức độ trình diễn; quy trình tham vấn cộng đồng trước khi điều chỉnh nội dung văn hóa.

Song song với đó, tỉnh cần thiết lập cơ chế giám sát văn hóa cộng đồng (Community Cultural Watch) tại các điểm du lịch trọng điểm (Tràng An, Bái Đính, Tam Cốc), với sự tham gia của nghệ nhân, đại diện thôn bản và cơ quan quản lý. Cơ chế này cho phép cộng đồng giám sát chính thức mức độ tuân thủ nghi lễ, chất lượng trình diễn và tính nguyên bản của không gian văn hóa.

Sáu là, bảo vệ tính nguyên gốc của sản phẩm thủ công và xây dựng hệ thống nhận diện “Authentic Ninh Bình”

Đối với hàng thủ công – lưu niệm, cần chuyển từ phát triển sản phẩm OCOP thông thường sang xây dựng Hệ thống nhãn bảo chứng “Sản phẩm văn hóa Ninh Bình – Authentic”, áp dụng cho các sản phẩm đáp ứng tiêu chí: kỹ thuật thủ công truyền thống, nguyên liệu đặc trưng, thiết kế gắn với bản sắc địa phương và có sự tham gia của nghệ nhân.

Bên cạnh đó, cần số hóa quy trình sản xuất và lưu giữ phiên bản nguyên bản của các kỹ thuật nghề truyền thống để làm cơ sở đối chiếu, đảm bảo sản phẩm không bị biến dạng theo thị hiếu thị trường. Cách tiếp cận này giúp kiểm soát chặt chẽ chất lượng, đồng thời tạo thương hiệu riêng cho sản phẩm văn hóa Ninh Bình trên thị trường trong nước và quốc tế.

Bảy là, xây dựng bản đồ mùa vụ và phát triển sản phẩm phi mùa vụ

Tỉnh cần xây dựng bản đồ mùa vụ du lịch (tourism seasonality map) cho từng khu vực Tràng An, Tam Cốc, Bái Đính và các điểm mở rộng sau hợp nhất. Công cụ này giúp xác định rõ thời điểm cao điểm – thấp điểm, từ đó thiết kế các sản phẩm phi mùa vụ dựa trên tài nguyên ít chịu ảnh hưởng thời tiết như: trải nghiệm làng nghề theo chu kỳ sản xuất, du lịch ẩm thực theo mùa thu hoạch, không gian sáng tạo – diễn giải văn hóa trong nhà, chương trình văn hóa đêm và các hoạt động trải nghiệm cộng đồng quanh năm. Cách tiếp cận này tạo sự khác biệt so với mô hình phát triển sản phẩm đơn lẻ đã triển khai trước đây.

Tám là, phát triển sinh kế đa chu kỳ và hình thành quỹ bảo đảm sinh kế cộng đồng

Đề giám phụ thuộc vào mùa du lịch cao điểm, cần triển khai mô hình sinh kế đa chu kỳ (multi-cycle livelihood model) kết hợp: dịch vụ du lịch mùa cao điểm; sản xuất nông nghiệp, thủ công, chế biến trong mùa thấp điểm; bán sản phẩm OCOP và dịch vụ trải nghiệm số (livestream làng nghề, bán hàng online).

Bên cạnh đó, tỉnh nên thành lập Quỹ bảo đảm sinh kế du lịch cộng đồng (Community Tourism Resilience Fund) nhằm hỗ trợ hộ dân trong mùa thấp điểm, thiên tai, dịch bệnh; đồng thời đầu tư cho các sáng kiến kéo dài mùa vụ. Quỹ giúp nâng cao năng lực chống chịu, đảm bảo thu nhập ổn định và tăng tính chủ động của cộng đồng trong bối cảnh thị trường du lịch biến động.

5. Kết luận

Từ nghiên cứu trường hợp tỉnh Ninh Bình có thể khẳng định rằng, sự tham gia chủ động, sáng tạo và bền bỉ của cộng đồng địa phương là điều kiện tiên quyết để phát triển công nghiệp văn hóa gắn với bảo tồn di sản và du lịch bền vững. Chính cộng đồng – với vai trò là người lưu giữ ký ức văn hóa, đồng thời là chủ thể sáng tạo và thụ hưởng – đã biến các giá trị di sản trở thành nguồn lực phát triển, giúp du lịch Ninh Bình vừa bảo tồn được bản sắc, vừa tạo ra giá trị kinh tế – xã hội lâu dài.

Những thành tựu trong thời gian qua chứng minh rằng định hướng đúng đắn, cơ chế hỗ trợ phù hợp và chính sách đồng bộ đã giúp Ninh Bình trở thành một trong những địa phương tiêu biểu về phát triển du lịch dựa trên di sản. Tuy nhiên, để tiến tới giai đoạn phát triển mới sau khi mở rộng địa giới hành chính, tỉnh cần tiếp tục hoàn thiện thể chế, nâng cao năng lực cộng đồng, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, đồng thời tăng cường liên kết vùng và ứng dụng công nghệ số trong quản lý, quảng bá du lịch.

Phát triển công nghiệp văn hóa gắn với bảo tồn di sản không chỉ là chiến lược phát triển kinh tế, mà còn là con đường khẳng định vị thế văn hóa – bản sắc Ninh Bình trong dòng chảy hội nhập quốc tế. Mô hình “Nhà nước – Doanh nghiệp – Cộng đồng đồng kiến tạo” nếu được vận hành hiệu quả sẽ trở thành nền tảng quan trọng để Ninh Bình vươn lên trở thành trung tâm du lịch văn hóa – sinh thái hàng đầu của khu vực, đồng thời đóng góp tích cực vào mục tiêu phát triển bền vững quốc gia.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2021), *Chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030*, Hà Nội.
- [2] Cohen, E. (1988), “Authenticity and commoditization in tourism”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 15(3), pp. 371–386.
- [3] Richards, G. (2018), “Cultural tourism: A review of recent research and trends”, *Journal of Tourism Studies*, Vol. 25(3), pp. 245–260.
- [4] Timothy, D.J. & Nyaupane, G.P. (2009), *Cultural Heritage and Tourism in the Developing World: A Regional Perspective*, Routledge, London.
- [5] UNESCO (2019), *Culture 2030 Indicators*, UNESCO Publishing, Paris.
- [6] UNCTAD (2021), *Creative Economy Outlook 2022: Trends in International Trade in Creative Industries*, United Nations, Geneva.
- [7] Tỉnh ủy Ninh Bình (2024), *Nghị quyết 22-NQ/TU về phát triển công nghiệp văn hóa tỉnh Ninh Bình đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*, Ninh Bình.
- [8] Hội đồng Nhân dân tỉnh Ninh Bình (2023), *Nghị quyết 105/2023/NQ-HĐND về phát triển du lịch Ninh Bình bền vững*, Ninh Bình.
- [9] Tổng cục Du lịch Việt Nam (2024), *Báo cáo thống kê du lịch Việt Nam năm 2023–2024*, Hà Nội.

